

## PRIMAVERA chega a Espanha

No seguimento da sua estratégia de expansão internacional, a PRIMAVERA BSS aposta na presença em Espanha, com um investimento de 3 milhões de euros

A PRIMAVERA - Business Software Solutions (BSS), empresa de capitais nacionais, especializada no desenvolvimento e comercialização de soluções de gestão e plataformas para integração de processos empresariais, anuncia a sua aposta no mercado espanhol, com a abertura de uma filial em Madrid.

Contando actualmente com uma forte presença nos mercados de Angola, Moçambique e Cabo Verde, a PRIMAVERA BSS reforça, agora, esta presença internacional com a abertura da filial espanhola, para a qual foi destinado um investimento de 3 milhões de euros.

## Tecnovia vence concurso de 61.36 milhões em Marrocos

A Tecnovia SGPS, empresa nacional de referência no sector da construção civil e obras públicas, acaba de ver classificada em primeiro lugar a sua proposta para a construção, em Marrocos, de um primeiro troço de 13 quilómetros da auto-estrada que fará a ligação entre as localidades de Imentanout e Argana, que por sua vez integrará a auto-estrada que liga Marrakech a Agadir.

Para além de ter garantido o primeiro lugar no concurso para a construção deste troço de 13 quilómetros, empreitada no valor de 61.36 milhões, cujo prazo de execução é de 32 meses, a Tecnovia, recorde-se, viu há dias uma sua proposta passar à fase final de negociação, depois de ser classificada em 2.º lugar, no concurso para a construção de um outro troço da mesma auto-estrada, empreitada cujo valor ronda os 120 milhões.

## Horácio Roque eleito personalidade do ano

A Câmara Portuguesa de Comércio no Brasil, em São Paulo vai comemorar os seus 94 anos de existência e entregar o prémio Personalidade do Ano 2006 ao Presidente do Conselho de Administração do Banif – Grupo Financeiro, o Sr. Comendador Horácio Roque.

O Banco Banif no Brasil com sede em São Paulo, possui ainda neste Estado Agências em Alphaville, Anália Franco e Santos. No Rio de Janeiro em Botafogo e na Barra da Tijuca, no Paraná em Curitiba e no Rio Grande do Sul em Portalegre. O Banif – Grupo Financeiro conta com mais de 350 pontos de venda, distribuídos por Portugal, Brasil, Estados Unidos da América, Reino Unido, África do Sul, Canadá, Venezuela, Ilhas Cayman e Bahamas.

## ParaRede fecha contrato de fornecimento de POS para Angola

O negócio de cerca de 500 unidades até final de 2006, prevê perspectivas de fornecimento de mais 1500 POS até final de 2007

Depois de se tornar a primeira e única empresa a certificar terminais POS para o mercado angolano, a ParaRede prossegue a sua estratégia de crescimento neste país africano com o envio dos primeiros 200 equipamentos Europa, a primeira tranche num negócio que, numa primeira fase, deverá envolver a venda de 500 unidades e, em 2007, cerca de 1000.

# Angola, um mercado de oportunidades

## “O desenvolvimento internacional já não é apenas uma proeza das grandes empresas”

Álvaro Monteiro

Estamos na era da globalização e Portugal não possibilita economias de escala relevantes por ser um mercado de reduzida dimensão.

Os preços unitários dependem cada vez menos dos custos da mão-de-obra, uma vez que ela tem tendência para se aproximar dos níveis médios praticados na União Europeia, e o emprego da tecnologia é decisivo para a melhoria da competitividade das empresas.

Nesse sentido, a internacionalização das empresas é uma condição essencial à sua sobrevivência.

Numa reunião recente que tive numa prestigiada empresa de consultoria portuguesa, foi-me lançado o desafio de colaborar em projectos de formação para quadros de empresas instaladas em Angola. Apercebi-me então, das elevadas necessidades existentes em Angola neste domínio e das oportunidades que se afiguram às empresas portuguesas que se dedicam à actividade de formação e consultoria. Este é apenas um exemplo ilustrativo das oportunidades que Angola nos coloca. Mas as oportunidades diversificam-se por sectores como a construção e obras públicas, banca, telecomunicações, saúde e mobiliário, entre outros.



Jorge Remondes  
Docente de Economia Internacional no IPAM  
Consultor/Formador PMEPortugal

Entretanto, na edição de Julho e Agosto deste ano, a Exportar destaca o facto de as empresas portuguesas já estarem a apostar “em força em Angola”. “A carteira de investimentos disparou” em 2006; é um sinal de que os milhões envolvidos nas relações económicas Portugal-Angola podem continuar a registar uma tendência de crescimento no futuro. Empresas como a Secil, Soares da Costa, Teixeira Duarte, Mota-Engil, CIN, Grupo Rangel, BPI e CGD, entre outras já instaladas em Angola, tencionam reforçar os seus investimentos nos próximos anos.

Outras empresas, da mesma dimensão ou inferior, necessitam ainda de colocar a hipótese de operar em mercados externos em geral, e em Angola em particular, de uma forma sistematizada. Idalberto Chiavenato afirma que é irreversível “a internacionalização do sistema produtivo, do capital e dos investimentos, a formação de espaços pluri-regionais e a gradativa expansão dos mercados”.

Contudo, às empresas sem experiência em Angola colocam-se os seguintes desafios:

- Compreender o sistema de comercialização predominante;
- Estudar o mercado procurando identificar oportunidades e ameaças à entrada;
- Tomar a decisão de investir ou não investir;
- Definir uma estratégia para o mercado escolhido.

Por outro lado, há que procurar encontrar a resposta acertada às seguintes questões:

- Como se deverá adaptar o produto às necessidades específicas dos novos consumidores?
- Qual a forma mais correcta para promover o negócio?
- Que política de preço deverá ser seguida?
- Quais os canais de distribuição mais adequados?

Jennifer Mota referiu recentemente que “as grandes potências fazem fila para explorar as riquezas e aproveitar a euforia construtiva de Angola, sendo que a lusofonia e os laços culturais podem acarretar vantagem aos investidores portugueses”.

Creio que as relações históricas que unem Portugal a

Angola tornar-se-ão cada vez mais frutuosas num futuro próximo, sendo que não nos podemos e devemos esquecer dos custos inerentes a um plano de internacionalização e o tempo necessário para a sua implementação. Um plano passa também pela avaliação do prazo de recuperação e do retorno do investimento a efectuar.

E como diz o Professor Anderson do INSEAD, um plano de internacionalização “pode ser facilitado quando se encontra a pessoa certa para o liderar”. A experiência adquirida na criação de empresas noutros países, a permanência prolongada no estrangeiro e uma experiência de vida recente no potencial país de destino, podem constituir o segredo para o êxito do investimento não só em Angola mas também em Angola.

Jorge Remondes  
jremondes@ipam.pt

PRIMENEÓCIOS · Novembro de 2006

# LÁ POR FORA

27