

Portugal tem de encontrar o seu ‘canivete suíço’

É essencial reforçar a exportação, e para isso é preciso produzir em qualidade e com produtos de referência. Este é o conselho dos empresários do Norte.

Elisabete Soares
Sónia Santos Pereira
elisabete.soares@economico.pt

“A nossa aposta na internacionalização deve passar pelos bens transaccionáveis que, como o nome indica são os que se devem transaccionar”, afirmou José António Barros, presidente da Associação Empresarial de Portugal (AEP), para uma plateia de empresários presentes no V Encontro Portugal Inovador – Estratégias Empresariais de Sucesso, organizado pelo Diário Económico em parceria com a PT Negócios. Rui Moreira, presidente da Associação Comercial do Porto (ACP) vai no mesmo sentido ao considerar que não se estão a incentivar as exportações de bens transaccionáveis porque “quem domina as políticas macro-económicas são os que produzem os bens não transaccionáveis, porque estão mais perto da capital”. E foi mais longe nessa crítica ao poder político ao afirmar que “o Norte concentra a produção de bens transaccionáveis, mas isso não se vê do Terreiro do Paço”.

“De Leiria para o Norte estão sediadas 90% das empresas que produzem bens transaccionáveis”, sublinha José António Barros. O presidente da AEP é mesmo peremptório ao afirmar que, para resolver o problema do défice comercial crónico, é necessário apostar na exportação de bens transaccionáveis”. E salienta: “o caminho é por aí”.



José António Barros
Presidente da AEP

“Temos de contagiar o país e todo o tecido empresarial com uma epidemia de boas práticas. Contudo temos de resolver alguns problemas, como o dos Tribunais e da burocracia”.



Rui Moreira
Presidente da Associação Comercial do Porto

“Há anos que ouvimos falar da marca Portugal. Mas já ouvimos falar da marca Suíça? Mas todos conhecem os canivetes suíços. Precisamos de descobrir os nossos canivetes suíços”.

Incentivos à ‘posteriori’

Elogiando os empresários que avançam para a internacionalização, mesmo numa altura em que a situação económica é desfavorável, José António Barros é de opinião que os incentivos às empresas que aderem a este movimento deveriam ser dados à ‘posteriori’, como um prémio pelo sucesso. Uma opinião semelhante à de João Miranda, CEO da Frulact – empresa do ramo agro-alimentar presente em vários mercados. José António Barros não deixou de incentivar os empresários a aderirem às medidas de apoio à internacionalização criadas recentemente pelo Governo, como é o caso do Conselho para a Promoção da Internacionalização, onde estão representados, em pé de igualdade, entidades oficiais e empresariais e que vai dispor de 250 milhões de euros para incentivos ao mundo empresarial.

Litigância comercial fora dos tribunais

O responsável da AEP considera que a economia beneficiaria muito se “a litigância comercial fosse tirada dos tribunais e os processos resolvidos, por exemplo, em tribunais arbitrais”, que têm dado boas indicações nos processos em que têm estado envolvidos.

Com o país a viver “um momento particularmente complicado”, Rui Moreira, defendeu uma alteração urgente nos critérios da intervenção do Es-

tado. “A mão visível do Estado impede que a mão invisível das empresas tenha sucesso”, referiu, dizendo que a definição das “regras dos incentivos deve ter em conta o cariz inovador dos projectos e não apenas os sectores considerados mais virtuosos”.

Para Rui Moreira, existe uma discriminação positiva em relação aos projectos de investimento estrangeiro, por exemplo, ao nível dos apoios e da ultrapassagem das burocracias como os licenciamentos. “Se tratássemos tão bem os projectos portugueses como os que cá aparecem teríamos mais sucesso”, defendeu, adiantando que existem projectos de investimento estrangeiro “cujo ‘pedigree’ é altamente discutível”.

Rui Moreira defende ainda que o Governo devia avançar com medidas de apoio à criação de marcas e patentes, para a implementação de software de gestão, para as comunicações e também para estudos de mercado. “Temos que saber imitar, porque somos pequenos e estamos na periferia. Precisamos de descobrir os nossos ‘canivetes suíços’, mais que falar da marca Portugal. Já sobre o Portugal Logístico, Rui Moreira fez questão de sublinhar a necessidade de se garantir uma rede de transporte ferroviário de mercadorias para a Europa, mas também a intermodalidade dos portos “que são cobiçados pelos espanhóis”, como é o caso de Sines. ■

O Hotel Sheraton do Porto serviu de palco à apresentação de cinco casos de sucesso empresarial.



PUB

Encontros PT Negócios/Diário Económico

“PORTUGAL INOVADOR-ESTRATÉGIAS EMPRESARIAIS DE SUCESSO”

Em parceria:



PONTOS-CHAVE

▶ O país tem empresas exportadoras de grande mérito, mas são poucas e precisamos de ter muito mais. Contudo devemos incentivar exportações industriais.

▶ Há já uma preocupação de inovação e competitividade nas empresas que exportam os seus bens e serviços para o exterior. Um aspecto muito positivo para a economia nacional.

▶ Portugal precisa de rapidamente investir em plataformas logísticas junto dos portos, e fazer uma aposta na via ferroviária. De outra forma estamos a atrasar o progresso.

Bruno Barbosa

Empresários optimistas face a 2010

As apostas na inovação têm de traduzir-se em mais vendas.

Sónia Santos Pereira

sonia.pereira@economico.pt

Adira, Frulact, M.A.R. Kayaks, FiberSensing e Nautilus têm um ponto em comum: forte investimento em inovação. E será esta a chave do sucesso para que estas empresas demonstrem optimismo face às previsões de vendas para este ano, num exercício que será marcado por uma ainda ténue recuperação económica. Estas são as previsões deixadas ontem pelos gestores das cinco empresas, no V Encontro PT Negócios/Diário Económico, que decorreu no Porto.

Francisco Cardoso Pinto, vice-presidente executivo da Adira (maior fabricante ibérico de máquinas para fabricar chapa), estima “fechar um bom ano”. A empresa vai “batalhar” e principalmente “explorar novos mercados”. O gestor, cuja empresa investiu no ano passado 2,5 milhões de euros em inovação, pensa encerrar o ano “melhor que 2009 e estar em novos mercados”.

Já a Frulact, que investiu 2,8% do volume de vendas em Investigação & Desenvolvimento, mantém-se atenta a oportunidades. Isto depois de no ano passado e em períodos de crise ter adquirido uma empresa em França e concentrado o seu negócio naquele país. João Miranda, CEO da empresa transformadora de frutos para a indústria de lacticínios, vai este ano apostar na “diversificação dos mercados de consumo com a marca própria” Fru acabada de lançar.

A empresa vai manter-se atenta a oportunidades, pois a Frulact “cresce quando identifica essas oportunidades”, disse. Os objectivos para o actual exercício passam também por “consolidar

os investimentos dos últimos cinco anos, investir no centro de desenvolvimento e aplicação e garantir que o conhecimento fica em Portugal para servir para as unidades no exterior”.

A M.A.R. Kayaks espera também registar crescimentos no seu volume de vendas até porque fez “os investimentos necessários de ajuste à capacidade produtiva para dar resposta à procura”, salientou Nuno André Santos, CEO da empresa especializada no fabrico de barcos de canoagem para o mercado da alta competição.

A FiberSensing não tem dúvidas. Segundo Sérgio Aniceto, CEO da tecnológica, “orçamentamos um crescimento de 120%”. A empresa está a apostar também na diversificação de mercados, para não ficar sujeita ao risco de algum mercado falhar, adiantou o gestor.

Por sua vez, a Nautilus (especialista em mobiliário escolar e tecnologias para a educação) tem como objectivo crescer a 50%. “Se falharmos este ano, recuperamos em 2011”, disse Vítor Barbosa. A Nautilus investiu 500 mil euros no ano passado em inovação. ■

Com estratégias centradas no fabrico de produtores inovadores e sempre a olhar para os mercados externos, as empresas presentes no V Encontro PT Negócios/Diário Económico estão esperanças no futuro.



Francisco Cardoso Pinto
Vice-presidente executivo da Adira

A Adira, que está no top five dos fabricantes europeus de máquinas de corte e dobragem de chapa, quer criar ‘joint-ventures’ com indústrias no Brasil, Rússia e Índia. E, assim, reforçar a sua internacionalização.



João Miranda
CEO da Frulact

A Frulact, empresa agro alimentar, está presente em vários mercados internacionais, tanto na distribuição, como na produção industrial. Destaque para Marrocos e França. Em 2010, o desafio é o lançamento da linha própria Fru.



Nuno André Santos
CEO, M.A.R. Kayaks

A M.A.R. Kayaks, especialista no fabrico de barcos de canoagem, quer afirmar-se em 2012 como líder incontestado no mercado mundial no segmento de alta competição e nas outras vertentes da canoagem.



Vítor Barbosa
CEO da Nautilus

A Nautilus, especializada no fabrico de mobiliário escolar e de tecnologias para a educação, assume que inovar é condição obrigatória para competir. A empresa quer reforçar no Reino Unido, Espanha e França e alargar mercados na Europa.



Ana Bôças
Directora de Vendas da PT Negócios

A PT disponibiliza um conjunto de serviços e soluções de comunicação de apoio, decisivas para o sucesso. Ana Bôças destaca uma solução de comunicação integrada de serviços desde o ‘hardware’, voz e serviços, caso do ‘office box’.

Bruno Barbosa



O CEO da FiberSensing, Sérgio Aniceto, prevê um aumento de, pelo menos, 120% na facturação em 2010.

Líder mundial de kayaks é portuguesa

A empresa quer fabricar para outras modalidades de canoagem.

A M.A.R Kayaks, empresa especializada em barcos de canoagem de produção semi-artesanal, quer ser "líder incontestada no mercado mundial no segmento de alta competição, mas também em todas as vertentes e modalidades de canoagem", afirmou ontem, Nuno André Santos, CEO da empresa, no V Encontro PT Negócios/Diário Económico, que decorreu no Porto. A empresa quer assim alargar o seu negócio, que já conta com vários palmarés como o facto de 95% das selecções a nível mundial usarem barcos produzidos na unidade de Vila do Conde, de ter sido o barco oficial dos Jogos Olímpicos de Atenas (2004) e de ser o barco oficial dos Jogos Olímpicos da Juventude de Singapura 2010.

E para chegar a líder mundial, a empresa realizou um investimento na área produtiva que implicou o aumento das instalações e reactivação das antigas. Segundo Nuno André Santos, este projecto permitiu melhorar em 50% a capacidade de produção. Só no ano passado, a M.A.R. Kayaks investiu um milhão de euros nas áreas de desenvolvimento e inovação.

E todo este percurso começou há cerca de dez anos, quando a empresa decidiu por fim à produção de gama baixa e apostar na produção de alta qualidade, com preços competitivos. Segundo Nuno André Santos, a personalização dos kayaks e a garantia de assistência técnica e de serviço pós-venda são mais avalias que têm dado frutos à empresa. A M.A.R. Kayaks aumentou em 300% a facturação e em 150% o número de barcos.

A aposta na Internet – até porque o segmento etário dos potenciais clientes é dos 16 aos 30 anos – como meio de divulgação foi também crucial. Segundo o responsável, nenhum cliente espera mais de três horas por uma resposta solicitada via net. A loja on-line, com os seus 150 mil euros de facturação anual, é também considerada um êxito, quando comparado com as congéneres. A empresa facturou no ano passado 3,3 milhões de euros. ■ S.S.P.

O barco oficial dos Jogos Olímpicos da Juventude de Singapura é produzido em Vila do Conde.

FiberSensing equipa aviões Airbus e naves espaciais

A empresa de tecnologia é líder mundial em sensores de fibra óptica.

Elisabete Soares
elisabete.soares@economico.pt

É uma empresa portuguesa, sediada na Maia, e fornece tecnologia de excelência a alguns dos maiores grupos mundiais, tais como a Airbus, a Siemens, Petrobras, Agência Espacial Europeia, a EADS, líder mundial no segmento aeroespacial, e às portuguesas Efavec, Ren e Refer. Trata-se da FiberSensing, criada em 2004 de um 'spin-off' do Inesc Porto e que, neste momento, está presente em quatro continentes, prevendo este ano entrar em África.

"Só se consegue ter parcerias com empresas destas características porque se tem a excelência da tecnologia. E é portuguesa". Foi desta forma que Sérgio Aniceto, CEO da FiberSensing, se refe-

riu à empresa, que se especializou na criação de sensores de fibra óptica (sensores em fibra de Bragg), e meia dúzia de anos depois é líder mundial neste segmento de mercado, fornecendo soluções aos maiores grupos internacionais.

E os ouvintes – presentes no encontro Portugal Inovador, realizado ontem no Porto – puderam ouvir espantados como os sensores da FiberSensing estão já a monitorizar a famosa Ponte de Brooklyn, em Nova York, ou a criar os motores iónicos das naves espaciais da Agência Espacial Europeia. Para a Airbus a empresa está a testar um sensor atérmico que vai medir a temperatura dentro dos motores e que vai ser aplicado dentro de alguns tempo. O próximo passo será a aplicação, dentro

A FiberSensing foi criada há seis anos, contudo neste momento a sua presença é universal. Uma razão que leva os responsáveis da empresa, sediada na Maia, a utilizar o inglês como língua 'oficial' dentro da empresa.

de um ano, destes sensores no Airbus A380.

Para a Petrobras a empresa criou uma solução para a monitorização dos poços de petróleo e a possibilidade de extrair maiores quantidades. Para a Siemens, o maior cliente da FiberSensing, a tecnologia criada vai permitir monitorizar os geradores de energia. Outras soluções foram aplicadas nos comboios da Refer ou nos cabos de electricidade de alta tensão, da Refer. Com 35 trabalhadores e com um volume de facturação de 1,5 milhões de euros, a FiberSensing vai crescer este ano em resultado dos contratos que já tem estabelecidos. As previsões, segundo Sérgio Aniceto, apontam para a duplicação da facturação, para os três milhões de euros. ■



Fotografias: Bruno Barbosa



1 Aspecto da assistência que reuniu ontem 115 pessoas para assistirem ao V Encontro PT Negócios/Diário Económico no Hotel Sheraton do Porto.

2 Gustavo Cudell foi um dos muitos empresários presentes.

3 Armando Soares, da IETA - Indústria de Estofos e Transformação de Eutomóveis.

4 Mário Ferreira, da Douro Azul, também marcou presença.

5 Da esquerda para a direita, Manuel Aroso, da Aroso & Associados, Francisco Cardoso Pinto, da Adira, e Paulo Menano, da Aroso & Associados.

6 Ana Bôcas, directora da PT Negócios com José António Barros, presidente da AEP.

7 Durante o 'coffee-break', alguns dos presentes aproveitaram para ler o Diário Económico.

8 Cristina Azevedo e Pedro Azevedo, da J. & J. Teixeira.

9 Manuel Reis e José Azevedo, da Nibble - Engenharia.

