manchete

Sábado Edição Especial 07-02-2015	Periodicidade: Semanal	Temática:	Economia
	Classe: Informacão Geral	Dimensão:	2797
	Âmbito: Nacional	Imagem:	S/PB
	Tiragem: 116250	Página (s):	32 a 35

NEGÓCIO

HÁ VIDA ALÉM DO PETRÓLEO

ELES VENDEM PORTUGAL EM ÁFRICA

Exportam cerveja e preparados de fruta, constroem hotéis e coleccionam histórias. E lucros. Em alguns casos, é mesmo o seu melhor mercado. **Por Joana Carvalho Fernandes**

A CERVEJA CRISTAL celebrou com aparato a eleição da primeira miss Univer- so angolana da história. Em frente ao hotel Talatona, em Luanda, onde Leila Lopes ia ficar hospedada no regresso da coroação, no Brasil, colocou um cartaz com oito metros de comprimento e três de altura, onde uma cerveja se encostava, quase deitada, a uma coroa de brilhantes. E escreveu: "Parabéns à mais bela do Universo. Brilhamos juntos". A resposta chegou naquela mesma noite, 17 de Setembro de 2011. "O empresário da miss telefonou-nos e convidou-nos a irmos tomar uma Cristal ao hotel", conta à **SÁBADO** João Abecasis, presidente executivo da Unicer. Não foram as cervejas que beberam essa noite a ditar o sucesso da Unicer. Foram precisas muitas. Nos últimos 15 anos, as vendas de Cristal e Super Bock, as duas cervejas que a Unicer exporta para dez países africanos, multiplicaram-se por dez. África já é o mercado externo mais importante para a empresa. Para responder a esta procura saem dos portos portugueses mais de mil contentores de cerveja por mês – 500 milhões de garrafas. Angola é o principal cliente. O terceiro maior consumidor de cerveja em África já representa para a Unicer mais do dobro do mercado português e vale 60 % do mercado externo da cervejeira.

Moçambique, Cabo Verde e Guiné Bissau também ocupam lugar de destaque. Tanto que a empresa investe, por ano, mais de 3 milhões de euros em publicidade, sempre com agências locais. Resultado? Em Cabo Verde criou-se "a noiva". João Abecasis traduz: "Lá bebe-se a Super Bock tão fria que a garrafa fica coberta por uma camada de gelo do gargalo até ao fundo, e faz lembrar um vestido de noiva". O gestor explica que "parte do crescimento da Super Bock em Angola se deveu à inovação do saca fácil",

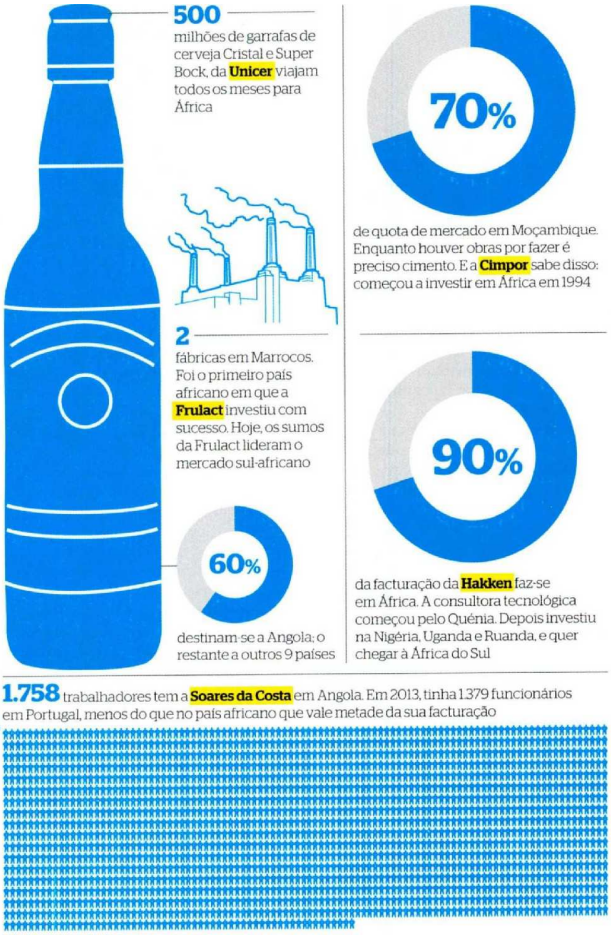
O SACA FÁCIL DA SUPER BOCK CONVENCEU OS ANGOLANOS. O MERCADO VALE O DOBRO DO PORTUGUÊS

manchete

Sábado
Edição Especial
07-02-2015

Periodicidade: Semanal
Classe: Informacão Geral
Âmbito: Nacional
Tiragem: 116250

Temática: Economia
Dimensão: 2797
Imagem: S/PB
Página (s): 32 a 35



a abertura fácil. "Foi uma moda liderada pelo consumidor angolano. Aquele mercado é muito jovem e dinâmico. É indutor de inovação", acrescenta. É também por isso que a Unicer espera que o projecto de construir ali uma fábrica de cerveja, que se arrasta desde 2005, arranque finalmente: "É um investimento de cerca de 123 milhões de euros, que vai criar 336 postos de trabalho e produzir 120 milhões de litros de cerveja por ano, a mesma quantidade exportada agora para o país. Já assinámos com o Governo angolano e esperamos que a unidade esteja a funcionar em 2016". África é incontornável na estratégia de crescimento da Unicer, que quer duplicar a sua dimensão até ao fim da década: "É o continente mais jovem, mais dinâmico e mais promissor. É a nossa prioridade internacional".

A cervejeira não é única a olhar assim para o mercado africano. Em 2013, a África subsariana não lusófona foi considerada um mercado "altamente prioritário" por 65% das empresas portuguesas entrevistadas para o estudo *A internacionalização e o Investimento Estrangeiro directo como drivers do crescimento"*, publicado em Outubro de 2014. Outras conclusões: Angola ultrapassou o Brasil. "É um mercado prioritário para 70% das empresas que entrevistámos", disse à **SÁBADO** Adrián Caldart, professor na AESE – Associação de Estudos Superiores de Empresa, que coordenou a pesquisa.

Moçambique, por exemplo, é prioritário para 46% dos negócios. O norte de África e Médio Oriente atraem 41% das empresas. "Nos países africanos de língua portuguesa, os produtos portugueses têm prestígio de marca – a marca Portugal é um factor forte de posicionamento – e isso não acontece noutros países do continente. Talvez por isso os nossos dados mostrem também que as empresas nacionais não estão, de um modo global, a projectar-se com muita agressividade no resto de África, embora possa haver algumas excepções", explica.

No caso da consultora tecnológica Hakken, Carlos Oliveira e Nuno Pitta tomaram a decisão de deixar a África lusófona de fora ainda antes de fundarem a empresa, há dois anos. Queriam fazer diferente. Hoje, o continente representa 90% da facturação total – que em 2014 foi de 1,3 milhões de euros – e ocupa 90% dos seus consultores. E foi tudo muito rápido: em 2012, 100% do negócio fez-se em Portugal. Um ano depois, África já ganhava: era responsável por 55% da facturação. "É uma região em franco crescimento, e onde há muita coisa para fazer", diz à **SÁBADO** Nuno Pitta. Aterraram – literalmente – no Quénia em 2012. "Começámos por ali porque tínhamos um contacto no país. Em África é sempre preciso conhecer alguém. Em Agosto passámos lá cinco dias. Fizemos oito reuniões por dia com potenciais clientes. Nos meses seguintes começámos a passar duas semanas por mês no país, para tentar vender os nossos serviços". Teriam de esperar quase um ano pelo primeiro cliente, um banco. O projecto de estreia, que permitiu que a instituição pudesse passar a monitorizar, ao minuto, a utilização dos canais de *homebanking*, pagamentos móveis e caixas automáticos, envolveu cinco consultores durante quatro meses: mais de 3 mil horas de trabalho. Foi no Quénia que perceberam que havia lugar para a Hakken no mercado seguinte, a ›

manchete

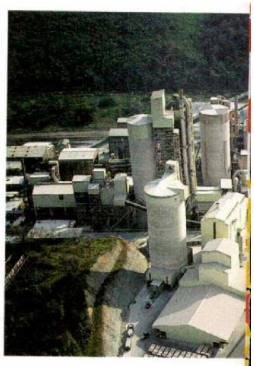
Sábado
Edição Especial
07-02-2015

Periodicidade: Semanal
Classe: Informacão Geral
Âmbito: Nacional
Tiragem: 116250
Temática: Economia
Dimensão: 2797
Imagem: S/PB
Página (s): 32 a 35

Nigéria. E foi no Quénia que descobriram, numa embaraçosa experiência própria, que é ofensivo colocar a carteira em cima da mesa onde se come: "Fui jantar com clientes e vesti um casaco sem bolso, levei a carteira no das calças. Quando me sentei pu-la em cima da mesa. Houve uma pessoa que se sentiu ofendida, perguntou se eu queria mostrar que tinha mais dinheiro do que ela. Desfiz logo o equívoco", conta Nuno Pitta. Em dois anos e meio, investiram 346 mil euros em África. Hoje, os maiores bancos do Quénia e da Nigéria, países onde a empresa entretanto instalou escritórios, são seus clientes. A Hakken já tem parceiros também no Uganda e no Ruanda, e uma meta para 2015: aterrar na África do Sul.

África não é um mercado sem sobressaltos. Este ano, por exemplo, a queda continuada do preço do petróleo (está abaixo dos 50 dólares, depois de quase atingir os 150), principal motor da economia angolana, será uma dor de cabeça para empresas exportadoras: o Governo de Angola está a estudar a introdução de limitações à importação de produtos como bebidas, ovos ou hortícolas.

Mas nem todos os desafios são tão sérios. Alguns fazem rir. O grupo hoteleiro Pestana aprendeu uma lição importante quando começou a investir no continente, no fim dos anos 90: "Fomos dar formação ao pessoal de um hotel que íamos instalar numa ilha africana. Naquela altura, só falavam o dialecto local – nem português nem inglês", conta Florentino Rodrigues, administrador responsável pelos negócios em África. Acharam que um intérprete resolvia o problema. "A formadora começa por dizer: 'Imaginem que estamos num castelo'. Logo que a frase foi reproduzida no dialecto local, um trabalhador levantou o braço para perguntar: 'O que é um castelo?'". Os países emergentes trazem outras dificuldades ao sector hoteleiro. Para que o investimento avance, explica, é preciso que o país aposte no turismo, desde a construção de infra-estruturas (sem estradas o hotel fica isolado) à emissão de vistos e à promoção do destino. Nos últimos 10 anos, a aposta do grupo Pestana no continente quase quintuplicou. Hoje, há nove hotéis seus em cinco países. Os maiores investimentos estão em Moçambique, onde o grupo se estreou, em 1997, e em São Tomé e Príncipe. Há três hotéis em cada. Existem ainda hotéis na África do Sul, em Cabo Verde e em



A sede do BES Angola, em Luanda, construída pela Soares da Costa; a fábrica da Cimpor na África do Sul; e o Pestana Casablanca, na cidade marroquina com o mesmo nome

Marrocos, o mais recente. Representam 8,5% das receitas totais. Próximo passo: Angola. Deve arrancar este ano a construção de um complexo com um hotel de cinco estrelas, apartamentos, escritórios, lojas e um casino – um investimento de 172 milhões de euros.

Nem todos vingam em África à primeira. A Frulact, um gigante da produção de preparados de fruta para a indústria alimentar, precisou de três tentativas. "Sabíamos que íamos ter dificuldades. Não sabíamos que iam ser tantas. Consideramos os erros investimento, não prejuízo. Até porque agora somos líderes de mercado", diz à **SÁBADO** o presidente executivo, João Miranda. Primeira tentativa falhada: Marrocos, 1998. "Tínhamos como mercado alvo a vizinha Argélia, mas pouco depois as fronteiras terrestres foram fechadas. Ficámos sem acesso ao mercado de exportação e também não conseguimos impor-nos no mercado local", explica. Plano B: passar a produção para a Tunísia, no ano 2000. Problema: "A gestão ficou bloqueada. O nosso parceiro, o maior grupo económico do país, aumentou a sua participação na empresa e acabou por nos forçar a vender a nossa parte". Não desistiram. Em 2007 regressaram a Marrocos, desta vez sem parceiros locais – investiram 4 milhões de euros para poderem produzir 8 mil toneladas de preparado de fruta por ano. Hoje têm duas fábricas no país, onde, ao todo, já investiram 9,8 milhões de euros, incluindo num recurso que João Miranda considera imprescindível: "Construímos um laboratório de desenvolvimento e aplicações para a região do Norte de África e Médio Oriente, que nos permite ser muito mais rápidos a desenvolver produtos para aqueles mercados, porque poupamos os clientes às dificuldades de acesso à Europa, devido aos vistos", explica. Entre os casos de sucesso no mercado marroquino estão o abacate e as tâmaras. O sucesso mais estranho aos olhos de um europeu? O figo-do-inferno.

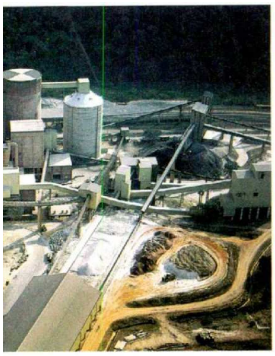
Em 2012, chegaram à África do Sul – hoje são líderes no país. Com a ajuda de África, que em 2014 foi responsável por 27 dos 110 milhões de euros de facturação, transformaram uma pequena empresa familiar numa das cinco principais empresas europeias do sector. João Miranda também aprendeu truques para acelerar o tempo de espera quando, de carro, é mandado parar pela polícia: "Entrego o meu cartão de sócio do Benfica e digo: 'Não me conheces? Fui guarda-redes do Benfica!' Acreditam e deixam-me seguir".

As estimativas apontam para que a economia africana cresça quase 8% ao ano durante os próximos quatro anos. O que é que faz um mercado que cresce assim? Constrói. Africa é responsável por 62% do

OS MAIORES BANCOS DO QUÉNIA E DA NIGÉRIA SÃO CLIENTES DA TECNOLÓGICA NACIONAL HAKKEN

manchete

Sábado Edição Especial 07-02-2015	**Periodicidade:** Semanal	**Temática:**	Economia
	Classe: Informacão Geral	**Dimensão:**	2797
	Âmbito: Nacional	**Imagem:**	S/PB
	Tiragem: 116250	**Página (s):**	32 a 35



FOTOS DR

volume de negócios da Soares da Costa. O seu investimento no continente quadruplicou desde 2003, com Angola à cabeça. A construtora está no país há 30 anos – só este mercado vale quase metade da facturação total. Desde o final do ano 2000, a carteira média de encomendas ficou acima dos 400 milhões de euros. Outro sinal: em 2005 passou a haver mais colaboradores em Angola do que em Portugal: no fim de 2013 eram 1.758 trabalhadores em Angola, 1.379 em Portugal. A Soares da Costa manteve-se no país mesmo durante a guerra civil. No fim de 1992 houve obras interrompidas e somaram-se prejuízos, mas na capital nunca pararam de trabalhar. "Nas províncias viveram-se algumas situações de grande perigo. Houve necessidade de fazer regressar pessoas e activos a Luanda", conta Jorge Rocha, director da área operacional, num livro que a empresa publicou sobre a presença em Angola. Entre as obras mais emblemáticas e de maior valor está a requalificação da marginal da Baía de Luanda, concluída em 2013. Factura: 113,6 milhões de euros. Nesse ano, a empresa também construiu a sede do Instituto Nacional de Estatística de Angola. Entre as obras de maior valor construídas para privados esteve, em 2012, a sede do Banco Espírito Santo Angola – 80,7 milhões de euros. O edifício, que tem 28 pisos, demorou três anos a construir. Imprevistos do mercado: em 2013, a actividade no país caiu mais de 30% porque houve atrasos na execução de alguns projectos. Ainda assim, esta quebra foi metade da registada no mercado português.

Neste continente, o mercado do cimento cresce entre 5 e 6% ao ano. Por isso, África também não é novidade para a Cimpor, que se estreou no continente em 1994. Há, no entanto, desafios que permanecem. Ricardo Barbosa, vice-presidente das operações em África, explica, com ironia: "A rua em África é diferente. As cidades importantes são muito populosas e caóticas. Há oito pessoas em carros onde só cabem quatro, há famílias que crescem em cima de uma motoreta, com a mãe ao volante e três ou quatro crianças. Imagine a dificuldade de convencer uma pessoa que cresceu ao colo da mãe que conduzia a motoreta de que precisa de trabalhar com capacete, com luvas e com equipamento para estar seguro", diz à SÁBADO. O futuro da Cimpor passa por África: "Ninguém constrói uma ponte, um porto, uma escola sem cimento", acrescenta. A empresa cresceu "aproveitando oportunidades de mercado". Exemplo: entrou em Moçambique, em 1994, porque surgiu a oportunidade de comprar a Empresa de Cimentos de Moçambique S.A. Pretende continuar a fazê-lo – África é a "grande aposta" no longo prazo. "Sabemos onde queremos ir", diz. Em Moçambique, onde são líderes, com 70% de quota de mercado, têm uma capacidade instalada de 3,1 milhões de toneladas de cimento por ano. Reforçaram-na em 2013. Tinham feito o mesmo no Egipto, onde chegaram no ano 2000. Quatro anos depois, a capacidade de produção foi aumentada em 1,5 milhões de toneladas: a empresa construiu outra fábrica, que permite que hoje se produzam no país, por ano, 5,8 milhões de toneladas de cimento. O investimento feito em África já representa 20% da capacidade produtiva da Cimpor. O volume de negócios em África é responsável por 17% da facturação total: 450 milhões de euros por ano.

As curiosidades culturais e os maiores desafios variam entre países – "não há um padrão África". Quando há reuniões de negócios no Egipto, há uma coisa quase certa – vão demorar. "Eles são obcecados por negociar. Conseguem perder 6, 7, 8 horas", conta Ricardo Barbosa. Neste país, o desafio é a energia, que representa 30% dos custos de produção da cimenteira. Na África do Sul, uma reunião nunca começa fora de horas. E o protocolo é sagrado. "São britânicos", diz. Aqui o desafio é comercial, de produtividade e de competitividade. O melhor exemplo: o transporte das matérias-primas numa distância de mais de 100 quilómetros, por estrada, entre o porto de Durban e a fábrica. Daqui ao vizinho Moçambique, a distância é enorme: "Nesse país o maior desafio é a diferença social entre pobres e ricos", acrescenta. Duas vezes por semana, a Cimpor distribui água às comunidades vizinhas. "Aquela fila ilustra o desafio."

Os outros estrangeiros no continente

MICROSOFT
A *4Afrika initiative*, um investimento de 65 milhões, quer criar jovens empreendedores. Objectivos: pôr online 1 milhão de pequenos negócios e levar internet de baixo custo a todo o continente. Começou no Quénia, em 2013. Quer chegar a 200 mil pessoas até 2016.

BLACK RHINO
A Black Rhino, do grupo Blackstone, assinou, em 2014, um acordo para o investimento de 4,3 mil milhões de euros em infra-estruturas em toda a África, até 2019, incluindo gasodutos. Parceiro: Dangote, o maior conglomerado industrial da África Ocidental.

PROCTER & GAMBLE
A Procter & Gamble anunciou um investimento de 216 milhões de euros na fábrica que instalou em 2009 na África do Sul, para produzir fraldas. Vão passar a fabricar também detergentes e produtos de higiene para exportar.

EUROPHARMA
É um dos maiores ditribuidores de produtos e serviços farmacêuticos em África. Está em 23 países e factura mais de 500 milhões no continente. No total, a empresa tem 31 mil produtos diferentes e gere 77 mil encomendas anuais.

BOLLORÉ
A Bolloré Africa Logistics é o maior operador logístico e de transportes em África - tem uma rede com 250 subsidiárias e quase 24 mil empregados em 55 países, 46 deles em África.

SINOHYDRO
A 6ª maior construtora chinesa foi escolhida pelo governo nigeriano para fazer a hidroeléctrica de Zungeru (1,2 mil milhões de euros). Uma central semelhante, no Uganda, valeu-lhe 2 mil milhões. Nos últimos dez anos, mais de 2 mil empresas chinesas investiram em África.

WALMART
A cadeia norte-americana de retalho comprou, em 2012, 51% da Massmart, um retalhista da África do Sul com 29 lojas em 11 países do continente. Tem planos para 2015 - chegar a Angola - e concorrência: o Carrefour, que vai abrir lojas em oito países africanos.