

Investir em Angola para contornar a crise?

Pedro Santos, Pedro Falcato, Rui Almeida, Luís Mira
CONSULAI . www.consulai.com

Com os juros a crescer, o mercado nacional cada vez mais competitivo e uma crise que se adivinha profunda e duradoura, é cada vez mais difícil definir estratégias de crescimento para as empresas. Neste contexto, o caminho das exportações e da internacionalização surge sempre como uma alternativa apetecível, e muitas vezes é mesmo visto como uma tábua de salvação. Infelizmente, as tábuas de salvação dificilmente se aguentam em mar alto, e para muitas empresas esta aposta acaba por correr mal.

No último artigo falámos aqui de exportação, e das dificuldades que as empresas encontram para entrar nos mercados internacionais. Neste artigo vamos falar de internacionalização, entendida aqui como um investimento de uma empresa portuguesa num país terceiro, replicando a atividade que tem em Portugal. Como é muito difícil discutir esta questão de forma genérica, vamos centrar a discussão em Angola, que tem sido um mercado atrativo para muitas empresas portuguesas. A pergunta pode ser esta: deve, e em que condições, uma empresa portuguesa do setor agroalimentar internacionalizar-se criando um novo negócio em Angola, replicando a atividade que tem em Portugal?

Para entender as vantagens desta estratégia basta ir a Angola uma vez, por exemplo, integrado numa qualquer missão empresarial. No setor agroalimentar a concorrência (produzida ou transformada a nível nacional) é praticamente inexistente. A grande maioria dos produtos alimentares, incluindo os produtos frescos, é importada. Os preços praticados nas grandes cidades são extremamente elevados, nalguns casos a rondar o absurdo. No Natal de 2010, por exemplo, chegaram a vender-se cenouras em Luanda a um euro cada! Os produtos são muitas vezes comercializados, e pagos, antes sequer de serem entregues. Apesar da crescente abertura do mercado e da consequente redução dos preços de alguns bens de consumo nos últimos anos, os preços da maioria dos produtos alimentares em Angola continuam a ser duas ou três vezes superior aos praticados em Portugal.

Os riscos de investir são também supostamente conhecidos, se bem que neste caso os mitos ultrapassam muitas vezes a realidade. Quem não conhece bem a realidade angolana, acredita facilmente que as histórias mais ou menos sensacionalistas que correm nalguma imprensa e no boca-

-a-boca dos “mitos urbanos” traduzem uma realidade de um país em que a insegurança é constante, a corrupção está em todo o lado, e nada funciona.

Quem lá vai com regularidade sabe, no entanto, que o cenário tem mudado radicalmente e que, apesar das dificuldades (por exemplo, o trânsito infernal em Luanda), Angola é um país onde é cada vez mais agradável viver, em que as instituições começam a funcionar, em que existem cada vez mais infraestruturas para responder às necessidades de quem vem de fora (como hotéis ou serviços de transporte) e onde se pode andar em segurança na rua ou sair à noite sem grandes limitações. Infelizmente, os riscos de investir em Angola são mais estruturais e complexos. A título

“Deve, e em que condições, uma empresa portuguesa do setor agroalimentar internacionalizar-se criando um novo negócio em Angola, replicando a atividade que tem em Portugal?”

de exemplo, identificamos aqui três limitações transversais que afetam muitas das empresas que querem entrar em Angola, centrando esta questão no setor agroalimentar:

– Uma das maiores limitações que as empresas agrícolas e agroindustriais enfrentam é, muito possivelmente, a falta de técnicos qualificados no terreno. A formação dos técnicos angolanos é ainda muito incipiente porque até há poucos anos atrás os cursos – técnicos ou superiores – eram dados em condições muito difíceis. Além disso, a maior parte dos técnicos não tem qualquer experiência profissional, dado que praticamente não existem empresas a funcionar no setor. A isto junta-se uma política de vistos de trabalho que cada vez é mais fechada, dificultando muito a contratação de técnicos estrangeiros qualificados e com experiência.

– A segunda limitação que as empresas enfrentam quando querem iniciar uma nova atividade é a falta de informação. Imagine-se uma empresa que quer produzir novilhos para engordar. Não há qualquer informação sobre as raças mais adaptadas ao clima e às pastagens de Angola. Também não há informação sobre as pastagens que melhor se adaptam aos solos angolanos. Por outro lado, a informação

mais recente sobre os solos de Angola tem quase 40 anos. Fazer uma análise de solos é também praticamente impossível, porque não há um único laboratório de análise de solos a funcionar no país. Também não há informação sobre os preços dos produtos ou sobre os mercados. E podíamos seguir por aí fora...

– A terceira, e talvez mais importante, limitação, é a reduzida fiabilidade no fornecimento de produtos e serviços. A eletricidade não chega à maior parte do país rural, o que pode criar graves constrangimentos. Um adubo qualquer pode estar disponível e de repente deixar de existir no mercado, porque o único agente que o comercializa deixou de o importar. Um equipamento de rega pode parar durante semanas porque não existe uma peça necessária para o pôr em funcionamento, e que pode levar três ou quatro semanas para chegar. A estrutura de distribuição logística não está organizada, e um produto pode nunca chegar ao mercado porque simplesmente não há quem o transporte.

Como se ultrapassam estas limitações? Reduzindo os riscos subjacentes. Para se ter sucesso em Angola, é necessário conhecer bem a realidade do país ou criar parcerias com quem conhece bem o terreno. É muito importante trabalhar com intuições locais credíveis e com capacidade de resposta, sejam instituições públicas, universidades, ou empresas que prestam serviços ou comercializam fatores de produção. É importante identificar parceiros sérios e de confiança. E é fundamental identificar os fatores críticos de sucesso do negócio e perceber exatamente como se garante que há resposta para cada um deles.

Em Portugal há uma grande tendência para trabalhar com pouco planeamento e muita improvisação. Em Angola trabalhar “no arame” é impossível, porque o mais certo é o arame partir e porque geralmente não há rede por baixo... Muitos empresários regressam de uma primeira missão empresarial a Angola muito otimistas sobre o potencial e as facilidades do mercado angolano. Nada poderia ser mais falso. O mercado angolano tem de facto um grande potencial, mas tem também enormes dificuldades e limitações. Se em Portugal não está fácil, lá os problemas tendem a ser muito mais complexos e os riscos muito maiores. Mas como dizem os gestores, quanto maior o risco maior o retorno, e quanto maior o problema maior a oportunidade. ☺