

Especiais

INVESTIR EM Angola, Moçambique e Brasil

PUB



As relações da América Latina com África têm sido incentivadas e Portugal poderá ter algo a dizer. Este mês, foi o Uruguai que abriu uma embaixada em Luanda.

Portugal é bom parceiro para se entrar em Angola ou Moçambique

Não começar do zero em mercados como Angola é ter o apoio de empresas portuguesas.

IRINA MARCELINO E RAQUEL CARVALHO
irina.marcelino@economico.pt

A relação de Portugal com Angola, Brasil e Moçambique é histórica, mas nem sempre a história entre os quatro se fez de coisas boas. A proximidade cultural, liderada pelo factor Língua, ajuda, mas não chega, em todos os territórios. No entanto, no mundo dos negócios, Portugal já é tido como um bom parceiro para empresas de outras nacionalidades entrarem nestes países. Paulo Neves, presidente do IPDAL, instituto que promove as relações de Portugal com a América Latina, com África e também entre estes, defendendo a importância das relações Sul-Sul, conta uma história que exemplifica a importância dos portugueses na equação do sucesso. Uma empresa italiana que investiu em Moçambique e acabou por desistir passado algum tempo, referiu no relatório sobre o fim da actividade que um dos erros cometidos foi a não ter apostado no 'know how' português. "Este exemplo replica-se nos restantes PALOP", considera Paulo. O interesse das empresas estrangeiras na 'bo-

leia' das portuguesas ficou patente na iniciativa que o IPDAL fez há pouco mais de um mês e que reuniu grandes empresas espanholas com interesse em mercados como Angola. "Os espanhóis estão convencidos que Portugal está há muito tempo em África, que há muitas PME portuguesas com grande presença lá e isso interessa-lhes", afirma. Além de empresas de origem espanhola, Paulo Neves revela que existem também entidades sul americanas interessadas neste país. E que sabem que "não começar do zero significa começar com empresas portuguesas". Miguel Frasilho, presidente da AICEP (Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal), lembra a importância da Língua comum e destaca os "250 milhões os habitantes do nosso planeta que utilizam o Português como forma de comunicar não só na sua família e no seu país". 250 milhões de habitantes que representam um "mercado de consumo muito relevante e que, em conjunto »

Simon Dawson / Bloomberg

PUB



CARTÃO DE EMBARQUE. Caixa Totta TAP Gold

Apresentamos-lhe o 1º cartão Visa em Angola que lhe dá milhas para viajar.

O Caixa Totta e a TAP Portugal juntaram-se para lhe oferecer o 1º cartão angolano que lhe dá milhas no Programa TAP Victoria. Com o novo Caixa Totta TAP Gold, por cada 1.000 lowerzas em compras efetuadas, acumula 5 milhas com o seu cartão. As suas milhas podem ser trocadas por viagens ou upgrades de classe em qualquer companhia da Star Alliance. Embarque já nesta viagem única.

www.caixatotta.ao | Linha Caixa Totta +244 226 424 424

Tablet | <https://tbanka.caixatotta.ao>
Mobile | <https://mbanka.caixatotta.ao>



Um Banco Local. Uma Rede Global.

INVESTIR EM ANGOLA, MOÇAMBIQUE E BRASIL

» com as mais de um milhão de empresas, de- têm um PIB superior a 2,5 biliões de dólares, cerca de 4% do produto gerado a nível mundial”. A maioria destes 250 milhões de pes- soas moram no hemisfério Sul. “Estamos a falar de mercados em crescimento e onde os la- ços históricos e a língua portuguesa actuam como verdadeiros catalisadores de negócio, facilitando assim a entrada das empresas e dos seus produtos nestes mercados”.

Sobre se é fácil investir em Angola, em Mo- çambique e no Brasil, Miguel Frasquilho pre- fere dizer que há empresas melhor preparadas que outras “para enfrentar os desafios a que se propõem, nomeadamente, processos de in- ternacionalização” e que a experiência da AI- CEP “diz-nos que as empresas portuguesas conseguem vencer em qualquer mercado. E as empresas vencedoras são as que melhor se prepararam”.

Essa não é, no entanto, a visão da Vesam, uma PME portuguesa metalomecânica que está nos três países. “São totalmente diferentes”, con- sidera Filipe Santos CEO da empresa de Canta- nhede. “Angola é um mercado onde não é sempre a variável preço que importa. Impor- tam as relações comerciais com empresas co- nhecidas e o facto de ter obra feita. A entrada faz-se preferencialmente através de empresas portuguesas que já estejam no mercado”, ex- plica o responsável. O caso da Vesam foi mes- mo assim: entrou com a Mota Engil.

Já em Moçambique, a variável preço tem mais importância, assim como a qualidade, uma prioridade que é influenciada pela concor- rência de um país próximo, a África do Sul. “O modelo de internacionalização é total-

mente diferente. O que vamos fazendo é um conjunto de operações que ocorrem isolada- mente. É importante ter um sócio moçambi- cano, embora não seja obrigatório na lei”.

Já o Brasil, que Paulo Neves, presidente do IPDAL, considera “outro campeonato”, é tido por Filipe Santos como um mercado mais complexo. As taxas aduaneiras, lembra, difi- cultam as exportações. E há um protecçionis- mo “elevadíssimo em relação à soculação de construção europeia”, área a que pertence a

O Brasil é tido como um mercado que apresenta muitas limitações à entrada de investidores e nem o factor língua ajuda os empresários portugueses.

Vesam. “No Brasil faço o que me deixam fa- zer”, afirma, explicando que neste país a em- presa vende não produtos mas serviços, ou seja, projectos de engenharia. “Os brasileiros têm graves dificuldades a nível de projecto e recorrem a empresas portuguesas que consi- deram ter maior qualidade, pois as escolas de engenharia brasileiras estão muito aquém”.

O Brasil é tido, em geral, como um mercado que apresenta muitas limitações à entrada dos investidores, e nem o factor língua ajuda os empresários portugueses. Ainda assim, exis- tem casos de empresas que quiseram aprovei- tar o ‘know how’ das empresas portuguesas. Exemplo disso é a EDP, que ajudou a China Three Gorges a entrar no Brasil, onde já con- cretizou três barragens.

Sobre os sectores com maior potencial de in- vestimento nestes três destinos, João Araújo, ‘senior manager’ da Accenture Strategy, afir- ma que “a resposta básica, que se aplica a es- tes mercados, é a aposta em sectores criado- res de factores produtivos, por exemplo, in- fra-estruturas, transportes, energia, e entre outros”.

A análise da dimensão da classe média, que ainda é inferior em Moçambique face aos ou- tros dois mercados, também é importante de ser feita pelos potenciais interessados. “O PIB per capita explica os pontos de inflexão na aquisição de bens duradouros como veículos ou, mais tarde, na adopção de serviços como a saúde ou seguros”. Para o especialista, ne- nhum sector de bens ou serviços está também excluído ‘a priori’. Em entrevista ao Diário Económico, João Araújo destaca ainda o po- tencial nas indústrias culturais e criativas, de que são exemplo os conteúdos de comunica- ção, arquitectura / design ou desenvolvimen- to de software.

Carlos Bayan Ferreira, presidente da Câmara Comércio e Indústria Portugal Angola, desta- ca que as oportunidades em Angola se situam nas províncias, “onde existe um país para continuar a recuperar, a construir e a reabili- tar” e que precisa de mão-de-obra qualifica- da e de tecnologia desenvolvida.

“Acreditar que as empresas portuguesas po- dem ter sucesso em Angola é a constatação de um facto”, considera. Mas as empresas nacio- nais “têm que continuar a assegurar a quali- dade dos bens produzidos e dos serviços pres- tados, mantendo-se como primeira escolha dos parceiros angolanos”. ■



MIGUEL FRASQUILHO
Presidente da AICEP



CARLOS BAYAN FERREIRA
Presidente da Câmara de Comércio e Indústria Portugal Angola



FILIPE SANTOS
CEO da Vesam

COMÉRCIO EXPORTAÇÕES BATEM RECORDES

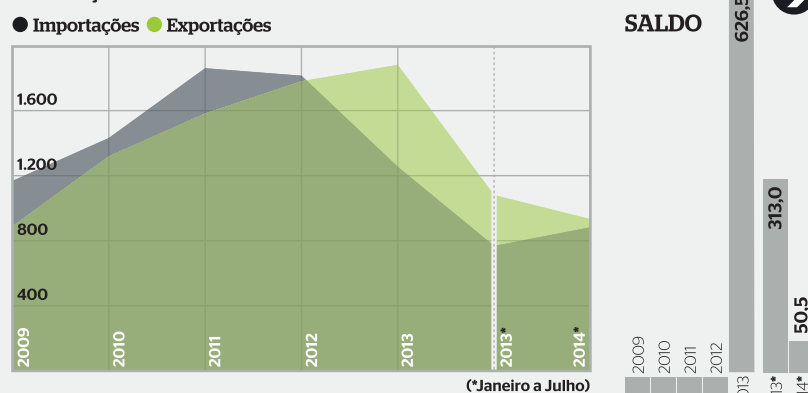


Até Julho, Portugal exportou mais de 7,3 mil milhões de euros em produtos e serviços para o Brasil, Angola e Moçambique. O valor tem crescido de forma contínua, sendo Angola o país com maior peso nas compras a Portugal. No ranking dos países para onde Portugal mais exporta, Angola está em quarto lugar. De acordo com os dados da AICEP, até ao sétimo mês do ano, Angola comprou mais de 5 mil milhões de euros em produtos e serviços a Portugal, tendo o valor registado um aumento de 83 milhões de euros face ao seu período homólogo de 2013. O número de empresas que exporta para este país é, também, cada vez maior. Em 2012, o Instituto Nacional de Estatística (INE) contabilizou 8.829, mais mil que no ano anterior mas menos 1.300 que em 2008. O número de empresas que vendem os seus produtos para o Brasil e para Moçambique também estão a subir tendo, no caso do Brasil, ultrapassado os valores pré-crise.

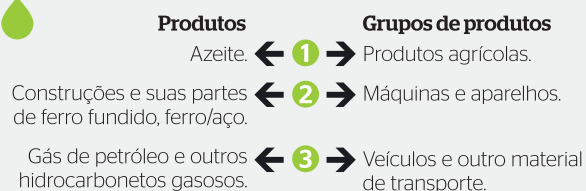
Fonte: AICEP e INE

BRASIL

BALANÇA COMERCIAL (valores em milhões de euros)



O QUE MAIS SE EXPORTOU (JAN./JUL. 2014)



Operadores económicos

Evolução do número de empresas exportadoras para o Brasil.



Serviços mais exportados

• Transportes • Viagens e turismo

Infografia: Marta Carvalho | marta.carvalho@economics.pt

ÚNICO EMPRESAS

QUEM É ÚNICO
**EXIGE DEDICAÇÃO
E DISPONIBILIDADE.**



**CONHECER TODOS
OS LADOS DO SEU NEGÓCIO
MUDA TUDO**

Gerir uma empresa com sucesso requer a máxima dedicação e capacidade para estar à altura das exigências do mercado. No Banco Único encontra uma equipa sempre disponível e serviços dedicados para o apoiar em todos os lados do seu negócio. Ter o parceiro certo do seu lado muda tudo.

Fale connosco para criarmos em conjunto a sua solução Único Empresa.

www.bancounico.co.mz

ÚNICO
Ser único muda tudo.

ENTREVISTA JOÃO ARAÚJO, SENIOR MANAGER' DA ACCENTURE STRATEGY

“Proximidade cultural tem valor económico”

Indústrias culturais e criativas podem pesar 15% dos PIB português, angolano, moçambicano e brasileiro.

O responsável pelo estudo que a consultora tem feito sobre o triângulo estratégico entre Portugal, África e América Latina, defende que os executivos portugueses têm na mira Angola.

As relações entre o triângulo Portugal América Latina África estão a mudar?

A aceleração dos fluxos comerciais e de investimento “Sul-Sul”, de forma ainda mais rápida do que o esperado, é a mudança mais significativa. As relações comerciais LATAM-Africa intensificaram-se com um crescimento superior a 50% das importações de produtos africanos. Por outro lado, a diplomacia de cooperação é cada vez mais visível no número de novas embaixadas de países LATAM ou no desbloqueio de financiamento a países africanos. Quanto aos executivos portugueses, os dados indicam que o Brasil perdeu a primazia para Angola como geografia ‘target’.

O que une e o que separa estes três blocos?

O principal factor de união é sem dúvida a proximidade cultural. Não no sentido ‘soft’, mas no comprovado valor económico e monetizável que várias dimensões encerram: na redução de custos de transacção internacional – vários estudos estimam poupanças de 5-20% – entre países com a mesma língua; ou



Imagem cedida por Accenture

Exportar não chega.
Empresas têm de se internacionalizar.

“As relações comerciais entre a América Latina e África intensificaram-se, com um crescimento superior a 50% das importações de produtos africanos.”

no potencial nas indústrias culturais e criativas, de que são exemplo os conteúdos de comunicação, arquitectura, design ou desenvolvimento de ‘software’, que podem valer 15% dos PIBs. O que os separa é a insuficiência na integração nos fluxos de comércio mundial e a ausência de blocos regionais que constituam mercados estáveis de dimensão alargada.

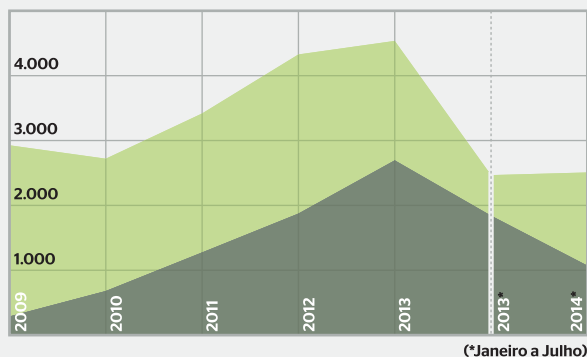
O que deve saber uma empresa portuguesa que queira exportar ou internacionalizar-se para Angola, para Moçambique e para o Brasil?

Que exportar não é suficiente, sendo necessário internacionalizar-se. Por duas razões: captar e interferir nos fluxos “Sul-Sul” e mitigar a dependência dos fluxos aduaneiros. As alianças com parceiros locais também é crítica. Nas parcerias, o apoio jurídico é fundamental para compreender especificidades de cada mercado. Dependendo da oferta, os gestores podem ter de equacionar a sua extensão para captar o segmento “base da pirâmide” e garantir flexibilidade processual que permita uma maior incorporação de risco. Outro dilema é a localização do investimento: mega-cidades, tipicamente estranguladas, versus as restantes áreas dos países emergentes, com mercados inexplorados mas com níveis de consumo ainda negligenciáveis. ■ I.M.

ANGOLA

BALANÇA COMERCIAL (valores em milhões de euros)

● Importações ● Exportações



SALDO



O QUE MAIS SE EXPORTOU (JAN./JUL. 2014)



- | | | |
|--------------------------------------------------------|-------|---------------------------|
| Produtos | ← 1 → | Grupos de produtos |
| Cervejas de malte | | Máquinas e aparelhos. |
| ← 2 → | | ← 2 → |
| Outros móveis e suas partes. | | Produtos alimentares. |
| ← 3 → | | ← 3 → |
| Construções e suas partes de ferro fundido, ferro/aço. | | Metais comuns. |



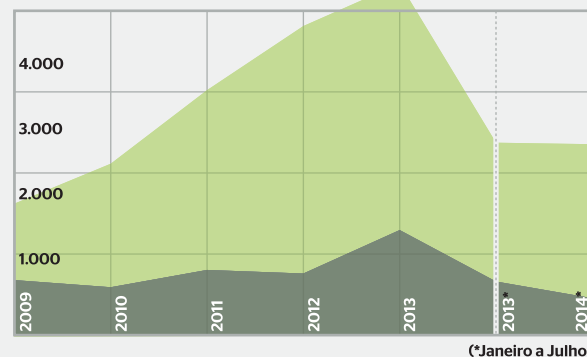
Operadores económicos
Evolução do número de empresas exportadoras para Angola.

Serviços mais exportados n.d.

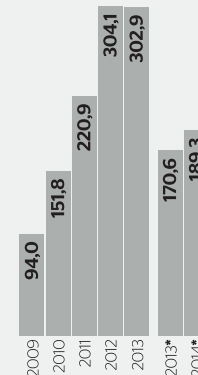
MOÇAMBIQUE

BALANÇA COMERCIAL (valores em milhões de euros)

● Importações ● Exportações



SALDO



O QUE MAIS SE EXPORTOU (JAN./JUL. 2014)

- | | | |
|------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------|
| Produtos | ← 1 → | Grupos de produtos |
| Construções e suas partes de ferro fundido, ferro/aço. | | Máquinas e aparelhos. |
| ← 2 → | | ← 2 → |
| Fios e outros condutores, isolados p/ usos eléctricos; cabos fibras ópticas. | | Metais comuns. |
| ← 3 → | | ← 3 → |
| Outros móveis e suas partes. | | Produtos alimentares. |

Operadores económicos
Evolução do número de empresas exportadoras para Moçambique.



Serviços mais exportados n.d.



Mota Engil tem tido em África e na América Latina o grande enfoque da sua estratégia de internacionalização.

Investimentos angolanos e brasileiros ajudam Portugal

Músculo financeiro brasileiro contribuiu para internacionalização de empresas.

Portugal tem recebido investimentos angolanos e brasileiros e essa tendência poderá ajudar o país a sair da crise.

Steven Santos, gestor da corretora ‘online’ XTB, destaca o papel “importante” que estes investidores tiveram não apenas nas privatizações como nas operações de aumento de capital de grandes bancos nacionais, caso do BCP e do BPI. E recorda o papel activo de Isabel dos Santos na fusão entre a ZON e a Optimus, que exemplifica “o dinamismo angolano no panorama empresarial em Portugal”.

Por outro lado, destaca Steven Santos, “o músculo financeiro e a ambição das empresas brasileiras foram essenciais para comprar e expandir empresas nacionais como a Cimpor, a Embraer e a HPP Saúde”, considera, acrescentando: “o investimento directo em Portugal por parte de países lusófonos tem potencial para continuar a crescer” e poderão mesmo ter um papel preponderante para que Portugal consiga sair da crise, tendo em conta que os “emissores históricos de investimento têm abrandado os fluxos de investimento” e que a venda de activos pertencentes ao Grupo Espírito Santo abre oportunidades.

Investidores angolanos e brasileiros tiveram um papel importante não só nas privatizações como nas operações de aumento de capital de bancos como o BCP e o BPI.

Albino Oliveira, corretor da Fincor, considera que o investimento feito pelos capitais angolanos e brasileiros nas empresas portuguesas é uma tendência que se tem sentido em vários países europeus e está associado ao crescimento registado em vários países em vias de desenvolvimento e ao “aparecimento de um maior número de multinacionais nesses países, assim como a um maior esforço por parte das agências de investimento dos países desenvolvidos para captar o investimento vindo dos países em vias de desenvolvimento”.

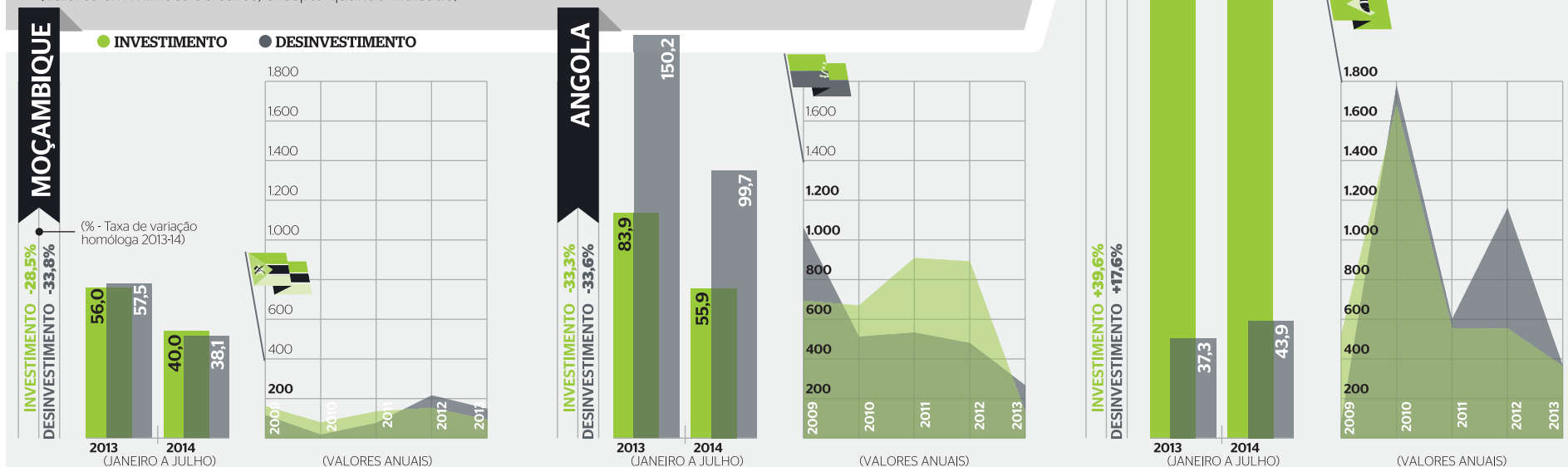
Já no que concerne ao investimento feito pelas empresas portuguesas em Angola, Brasil e Moçambique, o analista destaca, entre as empresas cotadas, o BCP, que tem importantes negócios em Angola e Moçambique; o BPI, exposto a Angola e a Moçambique através do BFA e do BCI, respectivamente; o caso da Portucel, que tem em curso um projecto de longo prazo em Moçambique; a a Mota-Engil, que tem em África e América Latina duas áreas de preferência na internacionalização; e, ainda, a Galp, para quem a exploração nomeadamente no Brasil e em Moçambique tem sido “fundamental para a valorização dos seus títulos em bolsa”. ■ I.M.

INVESTIMENTO O QUE PORTUGAL INVESTE EM MOÇAMBIQUE, ANGOLA E BRASIL

O investimento directo português (IDP) em Angola atingiu os mínimos em 2013. Até Julho, os dados apontam para que a tendência de queda continue.

Em Moçambique, e também até Julho, o investimento português foi maior do que o desinvestimento feito. No entanto, não chega para compensar a queda relativa ao período homólogo do ano passado. Já os valores do investimento português no Brasil são muito superiores aos de Angola e de Moçambique.

(Valores em milhões de euros, excepto quando indicado)



Fonte: Banco de Portugal.

Infografia: Susana Lopes | susana.lopes@economico.pt

Moçambique está a atrair mais profissionais do que Angola e Brasil

Muitos portugueses vão para Angola por necessidade. Já Moçambique é, para muitos, uma opção de vida.

“Estamos a verificar um regresso significativo de pessoas de Angola”, diz Marta Vieira, Search & Selection Manager da Kelly Services, que justifica esta tendência por um lado com “as dificuldades burocráticas”, mas sobretudo pelo regresso após, em média, cinco anos, “para investir na carreira e ganhar algum dinheiro e que passado esse tempo consideram que faz sentido regressar a Portugal”. Mas se uns regressam, outros vão, mesmo com a oferta a decrescer em Angola, como adianta a responsável. Já no que respeita a Moçambique, Marta Vieira fala numa realidade diferente. “O país está com um crescimento de oferta”, porque se sente “alguma mudança por parte dos candidatos que preferem este último destino por questões de segurança e porque as condições contratuais apresentadas em Angola sofreram alterações e deixaram de ser tão atractivas como já foram em tempos”. Mesmo assim, as oportunidades estão “relativamente equilibradas” em ambos os países, uma vez que há sempre procura em Angola. A mesma opinião tem Carlos Maia, ‘regional director’ da Hays Portugal que, diz, “Angola e Moçambique estão, hoje em dia, muito equi-

As áreas mais procuradas

Em Angola e Moçambique os sectores mais dinâmicos na oferta para quadros especializados, cargos de direcção e mão de obra qualificada são a construção, engenharia e a energia, seguidos do Retail e Grande Distribuição. A abertura de unidades industriais e de hotéis têm também dinamizado muito a procura. No Brasil, as áreas financeiras, de engenharia e de recursos humanos têm vindo a ter maior oferta.

parados em termos de atracção de candidatos”. Sendo dois países que “evoluíram imenso em termos sociais e económicos” e que hoje oferecem já uma qualidade de vida muito interessante para os padrões europeus. Ana Cardoso, directora de recrutamento e selecção do grupo Egor frisa que há “muito maior receptividade dos profissionais portugueses para Moçambique do que para Angola”, explicando que os que vão para a Angola “é por necessidade” e para Moçambique “como objectivo”. Eugénia Pião, directora executiva da Egor Moçambique sublinha que, “comparando os relatos de quem já teve experiências em ambos os países, ao serviço da mesma empresa e no exercício da mesma função, não há dúvidas da preferência pela estadia e ambiente profissional em Moçambique”. E acrescenta que “Angola é encarada muitas vezes como uma solução imperiosa e não uma opção de vida. Já Moçambique oferece mais do que emprego, oferece perspectivas de carreira, melhores condições sociais e menores custos económicos”, diz. Além disso, garante, “os profissionais portugueses gozam de muita credibilidade em Moçambique”.

Sobre o Brasil, Sónia Pinto, ‘project manager’ da Kelly Services, diz ter havido um crescimento nas ofertas de emprego há dois anos, mas que o mercado contraiu “pelas dificuldades no reconhecimento da certificação das competências dos nossos profissionais”. De facto, a questão do reconhecimento das competências é um processo que ainda não está agilizado e o Brasil é conhecido por não ser muito aberto a expatriados, e que quando a necessidade aguça, há muita burocracia envolvida. A falta de oportunidades de trabalho não é o problema, mas sim a entrada no país e a permanência.

Quanto às condições de contratação, são muito idênticas nos três países. Os contratos são a prazo. A preferência é para que o profissional vá sozinho. Os pacotes salariais costumam incluir habitação para o próprio. Em posições mais funcionais, pode haver partilha de habitação. Outra opção é um ‘budget’ para arrendamento local. Além da casa, em alguns casos, estão incluídos carro, seguros de saúde, um ‘pack’ de viagens a Portugal, telemóvel e comunicações pagas. A tendência é, no entanto, para a perda das regalias. ■ R.C.

NEGÓCIOS

EM QUE ÁREAS É A VIDA MAIS FÁCIL PARA OS EMPRESÁRIOS

O índice que mede a facilidade de fazer negócios no mundo revela que Brasil, Moçambique e Angola estão entre os países onde tal é mais difícil. Entre os 189 países analisados pelo Banco Mundial, o Brasil está em 116º lugar, Moçambique em 139º e Angola em 179º. No entanto, houve melhorias face a 2013. Na posição geral, destaque para Moçambique, que em 2013 estava em 142º lugar, e para o Brasil, que subiu duas posições. Angola terá melhorado na questão dos impostos, mas no ranking desceu uma posição.





GUIA

Vistos, passaporte e vacinas em dia antes de viajar

A preparação de uma viagem de trabalho requer alguns dias de preparação.

Se vai em trabalho para Angola, Moçambique ou Brasil, uma das prioridades é tratar do visto com antecedência, pois costuma demorar. Além disso, exige a existência de um vínculo a uma empresa sediada no país, sendo também exigido um registo criminal e atestado médico. Nos três países é recomendada a vacinação contra a febre amarela, que deverá ser feita até dez dias antes da viagem.

ANGOLA: o visto de trabalho é entregue num prazo máximo de 30 dias úteis, sob o pagamento de 400 euros. Deve ser utilizado 60 dias após a sua concessão e é válido por um ano, prorrogável por duas vezes. O passaporte é válido por nove meses a contar da data de entrada. As condições são semelhantes para um visto de residência, mas a validade é de 120 dias e é obrigatório comprovarem-se meios de subsistência ou laços familiares.

Angola é o país que obriga a um maior investimento com o visto, que custa 400 euros. Para Moçambique, o preço varia entre os 60 e os 165 euros. Pedir um visto para o Brasil, implica um custo de 100 euros.

MOÇAMBIQUE: quem vai a trabalho tem que pagar entre 60 a 165 euros por um visto que demora até 40 dias a ser entregue e tem uma validade de 30 dias prorrogáveis até 60 dias.

BRASIL: desde 2013 que é mais fácil a concessão de um visto de trabalho para o Brasil. Agora é possível dar andamento ao processo antes do profissional apresentar os documentos que comprovam a experiência e a escolaridade. Com o visto de trabalho, o cidadão tem um prazo de três meses para viajar para o Brasil, a validade é de 90 dias. O tempo de entrega é de cerca de um mês e o custo é de 100 euros. No Brasil deve solicitar renovação do processo. O passaporte tem a duração de seis meses e a autenticação de registo criminal é de 20 euros. O passaporte é entregue em três dias úteis mediante o pagamento de 80 euros e tem a duração de cinco anos. ■ R.C.

O visto de trabalho para Angola deve ser utilizado 60 dias após a sua concessão e é válido por um ano, prorrogável por duas vezes.

Paulo Figueiredo

PUB

Conheça o Sage ERP X3 versão 7

O software de gestão certo para as empresas em Angola.

sage



Contacte-nos
midmarket.angola@sage.com

808 200 482

www.sageerp3.com/angola

Saiba que riscos corre na hora de investir

Instabilidade política e económica e riscos ambientais no topo dos obstáculos ao investimento.

Independentemente do sector de actividade de onde provém, as empresas nacionais que investem no Brasil confrontam-se com “taxas e impostos que podem ser extremamente elevados”, diz Jacques Goldenberg, da MDS Brasil. A estes obstáculos, acresce-se “a legislação laboral, que onera severamente o custo de produção e comercialização dos produtos e serviços”.

Do lado menos negativo, o responsável destaca o facto de nos últimos 20 anos não haver riscos políticos que tenham impedido o país de respeitar os seus compromissos internacionais, nem actos terroristas significativos.

Por outro lado, o Brasil tem estado atento aos riscos associados à instabilidade do clima, aspecto também referido por Fernando Chaves, da Marsh Portugal, que informa que, de acordo com os últimos relatórios da Maplecroft, parceiro independente da Marsh, no Brasil “apenas se regista um risco alto ao nível dos eventos climáticos”. Os riscos relacionados com segurança e ‘governance’ são de nível médio e têm tendência para piorar. Por isso, defendem as reacções sociais são um factor a ter em conta na hora de se investir no Brasil.

Filipe Pimenta da Gama, da AON Portugal, frisa que “o Brasil é sempre um mercado com riscos” para quem nele quer investir, pelos “sinais pouco claros de uma política económica que se queria crescente, associado a uma fraca política fiscal, que culminou numa derapagem orçamental e numa desaceleração do crescimento”. O responsável acredita que a reeleição de Dilma Rousseff pode contribuir para uma quebra na credibilidade e na esperança dos investidores, que sofrem com “riscos cambiais e de crédito”.

No que se refere a Angola e Moçambique, Filipe Gama, fala da “falta de condições de higiene e cuidados primários” que, diz, propiciam o aparecimento de doenças”. A possibilidade dos activos das empresas poderem ser afectados “pelas acções dos governos que podem levar ao aumento dos custos, lucros cessantes ou danos de liquidação” também é referida. Há ainda que ter em conta os riscos associados aos “acontecimentos políticos imprevistos” que podem acontecer.

Também Fernando Chaves adverte para o facto destes dois países “terem um risco muito alto em termos de pandemias e doenças in-

fecciosas”, acrescentando-lhe as “debilidades sociais e políticas”. De acordo com os últimos relatórios da Maplecroft, ambos os países apresentam um alto índice nos riscos macroeconómicos, recursos, climáticos, resiliência face aos riscos globais, ‘governance’ e resiliência social.

Ana Cristina Borges, CEO da MDS África, esclarece que actualmente a maior atenção deve estar focada no grande número de trabalhadores expatriados, uma realidade que, diz, “cria a necessidade de acautelar as questões de saúde e de acidentes pessoais”. A responsável frisa que em ambos os países, os sectores da energia e da construção civil são dos mais dinâmicos, levando por isso a uma maior protecção do risco ambiental e em acautelar a garantia de perdas em consequência de atrasos nos trabalhos de construção. Além destes, há riscos transversais a vários sectores, como as instalações e equipamentos, transporte e deterioração de bens e riscos associados à responsabilidade de produtores. Por isso, antes de investir nestes países, há que acautelar todas estas questões e garantir as melhores coberturas. ■ R.C.



ANA CRISTINA BORGES
CEO da MDS África



FERNANDO CHAVES
‘Trade Credit, Surety e Political Risks Practice Leader’
da Marsh Portugal



FILIFE PIMENTA DA GAMA
‘Business Development director’
da AON Portugal

NEGÓCIOS Exemplos de tempo e preços para cada país

Custo de exportação e importação (dólares por contentor) ● Exportação ● Importação

Brasil

2.215

2.275

Moçambique

1.100

1.600

Angola

1.860

2.700

Outros indicadores

Pedido de licença de construção (dias)	274
Horas por ano para pagar impostos (horas) (ICMS)	2.600 (1.374)

Licença edificação (dias)	40
Horas por ano para pagar impostos (horas) (IVA)	230 (120)
Instalação transformador (dólares)	10.000

Licença de construção do governo da província (dias)	60
Horas por ano para pagar impostos (horas) (Segurança Social)	282 (125)
Obter certificado de impostos (meses)	4-6
Autorização de funcionamento do Ministério do Comércio (dias)	90

BRASIL

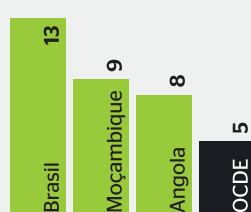
MOÇAMBIQUE

ANGOLA

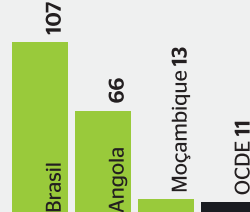
Indicador COMEÇAR UM NEGÓCIO

O ranking do Banco Mundial destaca o esforço feito por Moçambique para facilitar a vida dos empresários. E dá exemplos: em 2013 Moçambique tornou as autorizações necessárias para o sector da construção mais fáceis através da simplificação de processos - ainda que estes tivessem ficado mais caros. E a janela única electrónica também veio ajudar no comércio externo do país.

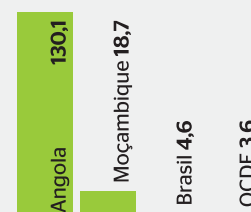
Procedimentos (nº)



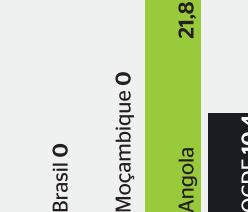
Tempo (dias)



Custo (% PIB)



Capital mínimo (% PIB)



WE CAN GO AHEAD.



BUT EVEN MORE IMPORTANT...

WE CAN GO ANYWHERE!



PODEMOS IR A FRENTE MAS AINDA MAIS AVANTANTE... VAMOS A QUALQUER PARTE DO MUNDO

OLICARGO
SGM LOGISTICS GROUP

www.olicargo.com

AIR FREIGHT • SEA FREIGHT • ROAD FREIGHT • PROJECT CARGO • CONTRACT LOGISTICS • CUSTOMS CLEARANCE

Banca em Angola com evolução positiva

Estudo da KPMG Angola revela aumento no número de agências, de colaboradores e um crescimento dos resultados e dos activos.

O sector bancário continua a crescer em Angola em todas as esferas, de acordo com a análise ao sector bancário angolano, realizada pela KPMG Angola, referente a 2013. Segundo o estudo, o sector bancário angolano aumentou 14,2% em número de agências, com uma abertura média de cerca de 13 balcões por mês, num total de 164 novos balcões abertos durante o ano. O número médio de colaboradores cresceu 11,77%, atingindo um valor total acima das 18.800 pessoas. Ao nível de activos, o aumento foi de 12,45% face a 2012. Já os resultados cresceram 15,8%.

De referir ainda uma evolução no sistema de pagamentos. A rede multicaixa manteve tendência de crescimento em 2013, aumentando o volume médio mensal de transacções em ATM para 11,2 milhões, mais 20% do que o verificado em 2012. O número de transacções em TPA registou um incremento de 62%.

O estudo concluiu ainda que a par dos activos, também os depósitos totais cresceram em 2013 16,8%.

Desafios da banca em Angola

O estudo da KPMG Angola estudou também os desafios com que o sector bancário em Angola se confronta. E são 12: a avaliação da qualidade dos activos; processo de adopção plena das IAS/IFRS no sector; processos de recuperação de crédito; preços de transparência, reputação e compliance; evolução na oferta de produtos e serviços; Capital regulatório e capital económico; modernização da arquitectura dos sistemas de informação; gestão integrada da 'performance' bancária; transformação da função risco e 'frameworks' de risco operacional.

Houve também um aumento nas concessões de crédito em cerca de 12,9%, sendo que o crédito vencido cresceu 31,9%.

A ter em conta ainda o incremento do produto bancário agregado em 7,2% e a tendência decrescente da rentabilidade, que atingiu os 12,63%. Em 2012 tinha sido de 13,22%.

O estudo da KPMG Angola tem como principal objectivo dar uma importante ferramenta de análise para avaliar as principais dimensões e evolução do sector.

Do universo dos bancos comerciais autorizados a operar em Angola pelo BNA (24 instituições financeiras), a análise só não conta com os dados de uma das instituições.

A KPMG Angola conseguiu ainda apurar junto do BNA a existência de mais cinco instituições financeiras em processo de constituição e registo especial, elevando para um potencial de 29 bancos comerciais a operar no mercado. Concluiu ainda que apesar da elevada concentração do sector, com cinco instituições a deterem 72% dos activos totais, é visível uma diluição gradual dessa preponderância. ■ R.C.

Rede EY para potenciar investimentos

A EY Portugal lançou no dia 2 de Outubro a Lusophone Investment Network, uma rede que tem na sua base a experiência da consultora no contexto empresarial dos países lusófonos. O objectivo é aproximar os países lusófonos, facilitar e promover o investimento nesses países, aproveitando “a ligação cultural forte entre estes países que consiste na língua portuguesa”, diz Carlos Lobo, partner EY.

Para estabelecer esta plataforma, “a EY Portugal serve-se das relações que foi cimentando ao longo dos anos, e do alinhamento entre a coordenação estratégica, o negócio e a cooperação social, cultural, jurídica e técnica”, diz, esclarecendo que o apoio “não é monetário, mas antes o de reforçar o foco e trabalho em conjunto com as agências de promoção de investimentos e clientes de modo a identificar e fornecer informações sobre os factores de atractividade, regulamentação de investimentos estrangeiros e oportunidades de acesso a mercados”.

Como forma de desenvolver a rede e divulgar o conceito LINK, estão a organizar-se uma série de encontros em locais diferentes. O primeiro realizou-se no início de Outubro em Lisboa e reuniu representantes de Angola, Brasil e Moçambique. O próximo será agendado em breve. ■ R.C.

Conheça as melhores zonas de Luanda

Quais são os locais onde a relação qualidade preço é mais elevada.

Em média, um contrato de arrendamento de escritório é de três anos em Luanda.



Quem vai abrir uma empresa em Angola ou pelo menos lá trabalhar deve conhecer bem a sua oferta imobiliária para conseguir preços competitivos e nas melhores zonas. O Diário Económico pediu a duas consultoras imobiliárias para fazerem uma escolha das melhores zonas onde comprar ou arrendar casa, escritório ou armazém em Luanda.

ESCRITÓRIOS: A Worx defende que as melhores zonas para instalar um escritório em Luanda na relação qualidade/preço são Alvalade, Vila Alice e Mascussulo, apesar de serem afastadas do centro. A consultora destaca no entanto que a zona com maior potencial de valorização é a Marginal, considerada o ‘central business district’ (CBD) da capital angolana. Já a Zenki Real Estate considera que a melhor relação entre qualidade e preço é precisamente no

seu CBD, ou seja, na baixa da cidade, assim como na Zona Alta e em Talatona.

ARMAZÉNS: A Worx escolhe as zonas de Viana e Via Expressa, que têm terrenos a bons preços e acessos às principais vias de circulação. O eixo Viana - Benfica é também destacado pela Zenki. Mulemba é referido pela Worx como o eixo com maior potencial de valorização pela sua proximidade ao porto e Catete por ser perto do novo aeroporto.

HABITAÇÃO: A Zenki destaca a zona de Talatona para morar. Isto se a actividade profissional for em Talatona, pois em Luanda existe um grande problema de trânsito. Se quiser comprar casa, saiba que o processo de financiamento bancário para crédito hipotecário é, diz a Zenki, “cada vez mais complexo” devido ao aumento do crédito malparado

devido à falta de procedimentos e garantias. Já a Worx lembra que existem várias empresas que têm acordos com bancos para a redução dos ‘spreads’ dos seus funcionários. Por outro lado, começa a haver um maior relacionamento entre promotores e banca para o financiamento da compra.

INVESTIMENTO: A Zenki destaca o facto de ter sido aprovado um enquadramento legal para regular o mercado de capitais mobiliários e imobiliários que permitirá a colocação de produto de investimento. As novas regras ajudarão a atrair outro tipo de investidores além dos nacionais. Os primeiros fundos imobiliários angolanos estarão já em fase de desenvolvimento, havendo investidores internacionais a “tomar posições em produto com rendimento em Angola”. ■ I.M.

OPINIÃO

Parcerias em Moçambique: factores chave de sucesso

Benefícios fiscais e lei laboral mais flexível tem ajudado a melhorar o ambiente de negócios.

Moçambique vive momentos únicos resultantes do cenário internacional, das mutações na Geografia económica mundial e da sua condição de economia emergente deveras promissora.

A grande riqueza natural do país, resultante do seu forte potencial agrícola, das excelentes condições portuárias, do inesgotável e diversificado potencial para o turismo e dos recursos minerais e energéticos finalmente em fase de arranque de exploração, aliada à grande necessidade de investimentos em muitos outros sectores, tem contribuído para um crescente interesse e atenção de investidores estrangeiros.

Os benefícios financeiros e fiscais instituídos pelo Estado moçambicano, uma Lei laboral mais flexibilizada e uma política monetária garantindo uma maior estabilização da moeda e um eficiente controlo da inflação têm igualmente contribuído para uma franca melhoria do ambiente de negócios.

Vivemos numa economia em aquecimento, em que muitos projetos ligados aos diferentes



JOÃO FIGUEIREDO

CEO - Banco Único

“Para investir com sucesso em Moçambique é necessário respeitar os desígnios de um país que também tem a sua própria agenda.

sectores de actividade vão emergindo, constituindo oportunidades para parcerias com investidores estrangeiros, em particular com os de raiz portuguesa.

A proximidade cultural, a partilha da língua e de uma história comum encerram em si as condições necessárias para que as parcerias entre empresários destes dois países flua com enorme facilidade. Contudo, o entusiasmo desta nova vaga de “caravelas” deve ser devidamente temperado no contexto atual, evitando-se, assim, o mau vento e as tormentas que o adormecido Adamastor pode reativar e pugnando por dar corpo a uma verdadeira “boa esperança”.

Para investir com sucesso em Moçambique é necessário perceber os contornos do ambiente socioeconómico que caracteriza esta terra e respeitar os desígnios de um país que também tem a sua própria agenda. É necessário estabelecer parcerias verdadeiramente “inteligentes” em que o “win-win” não passa apenas pela necessidade de um parceiro que “abra a aporta da oportunidade”, antes sim, um

parceiro com quem se consagre uma forte relação de construção de um futuro assente em fatores de diferenciação do negócio e em propostas de valor que aportem à sociedade em geral. Uma parceria que vá de encontro aos objetivos do parceiro internacional, mas também que agregue valor ao parceiro nacional. Moçambique começa agora a dispor de um leque de empresários que emprestam ao seu estatuto muito mais do que o caricato papel de “facilitador”. São empresários preparados para o desenvolvimento de uma estrutura empresarial em linha com os standards internacionais e com dimensão e forte implementação no tecido económico nacional. Neste contexto e para terminar, deixo uma palavra de disponibilidade, no quadro da actividade do Banco Único, um banco que hoje tem uma dimensão nacional e universal e uma equipa com um profundo conhecimento da economia e mercado local e uma larga experiência na Banca, para ajudar na montagem deste tipo de parcerias com os empresários moçambicanos. ■

PUB

MONERIS MOÇAMBIQUE

INTERNACIONALIZAR A SUA EMPRESA NÃO PRECISA DE SER UMA AVENTURA.

A liderança no mercado português e a forte presença e conhecimento do mercado em Moçambique tornam a Moneris na ponte certa entre o seu negócio e o mercado africano. Colocamos ao seu dispor os instrumentos de investimento disponíveis, desenvolvemos o seu plano de negócio e acompanhamos a sua implantação e estabelecimento em Moçambique de uma forma sustentada e integrada.

Chegar a um mercado em expansão como o Moçambicano com a Moneris deixa a sua empresa mais preparada.

grupo
moneris
www.moneris.pt



A presença nacional nos três países

São muitas as empresas portuguesas que investem em Angola, Moçambique e Brasil. O Diário Económico fez a recolha das notícias do último mês sobre esses negócios.

NAUTILIS APOSTA EM ANGOLA E MOÇAMBIQUE

A Nautilus, empresa, que desde 1996 se dedica à produção de mobiliário escolar e tecnologias da educação, está a apostar em Angola e Moçambique. Só este ano, a Nautilus já exportou para Angola mais de 700 poltronas adaptadas ao ensino e já equipou escolas com estações interativas netboards (para apresentações multimédia). Metade da produção total destina-se aos mercados estrangeiros e Angola já vale 20%.

GRUPO RANGEL QUER ENTRAR NO BRASIL

O Grupo Rangel está a apostar forte no Brasil, onde vai comprar 70% de uma empresa têxtil, sediada em São Paulo, sector onde quer marcar a diferença. A aquisição implica um investimento de 4,7 milhões de euros e insere-se numa nova estratégia internacional, assente na diversificação para novos 'clusters', como a moda, os vinhos e o sector do petróleo e do gás. O grupo nacional de transporte e logística está atento a novas oportunidades de negócio naquele país, onde pretende introduzir um conceito do segmento 'fashion' e do segmento 'pharma'. No país o grupo pretende ainda distribuir vinhos, sector onde também tentará entrar em Angola.

PORTUCEL PODE VENDER 20% DA PORTUCEL MOÇAMBIQUE À IFC

A Portucel poderá vir a vender 20% da Portucel Moçambique à International Finance Corporation (IFC). O objectivo é reforçar e partilhar o projecto da Portucel Moçambique com esta instituição do Banco Mundial, que tem vindo a trabalhar com a empresa na sustentabilidade das operações florestais e de reforço da base operacional naquele país. O negócio pode rondar os 1,8 mil milhões de euros.

FRICON COM FÁBRICA NO BRASIL

Pioneira no segmento de frio para o contexto doméstico, comercial e industrial, a Fricon de Vila do Conde vende para todo o mundo e detém uma unidade industrial no Brasil, no Recife, desde 1995, onde emprega 800 colaboradores.

SECTOR DA SAÚDE AUMENTA VENDAS PARA BRASIL, ANGOLA E MOÇAMBIQUE

As exportações do sector da saúde atingiram os 599 milhões de euros no primeiro semestre, mais 17,2% face a igual período de 2013, segundo o Health Cluster Portugal (HCP). E Angola, Moçambique e Brasil têm vindo a ganhar peso nas vendas ao exterior.

CIMPOR CRESCE VENDAS PARA BRASIL E MOÇAMBIQUE

Cerca de 70% da produção das três fábricas da Cimpor em Portugal foi exportada para África e América Latina, sendo o Brasil um dos países de maior peso nas exportações da empresa, que também tem uma boa performance em Moçambique, devido a um aumento do ritmo de cargas e descargas portuárias.

VILA GALÉ QUER DUPLICAR VENDAS AO EXTERIOR

A marca Vila Galé, conhecida pela presença no sector hoteleiro, quer reforçar a sua presença no sector agrícola, nomeadamente na produção de vinho e azeite, pecuária e fruta, entre pera rocha, ameixa, nectarinas e pêssegos, através da internacionalização. Hoje, o grupo já consegue cerca de 25% a 30% das vendas no exterior, mas a meta é duplicar para 60% nos próximos quatro a cinco anos. O Brasil é actualmente o melhor mercado da empresa que vende também para Moçambique e está agora a entrar em Angola.

De frisar, que no segmento hoteleiro, o Grupo está a preparar a abertura do sétimo hotel no Brasil, nomeadamente no Rio de Janeiro e tem projectos em Moçambique.

SONAE VAI ABRIR HIPERMERCADO EM ANGOLA

A Sonae já está a constituir a equipa que quer levar para Angola para abrir os hipermercados Continente naquele mercado, fruto da parceria estabelecida entre o grupo e a empresária angolana, Isabel dos Santos. Apesar de o grupo não se querer comprometer com nenhum 'timing' para a abertura do primeiro hipermercado em Angola, o Diário Económico sabe que já há uma data de referência: Verão de 2015.

SIKA APOSTA EM PAVIMENTOS

A Sika Portugal prevê, até ao final de 2014, um significativo contributo do segmento dos pavimentos - para o crescimento do volume de negócios em Angola, que deverá rondar os 30% nesse nicho de mercado, diz o comunicado enviado ao Diário Económico pela empresa.

SUMA QUER ENTRAR NO CAPITAL DE EMPRESA BRASILEIRA

A SUMA, empresa controlada pela Mota-Engil, que liderou o consórcio que ganhou a privatização da Empresa Geral de Fomento, está a apostar na área da internacionalização da gestão de resíduos em mercados como os países do Golfo Pérsico ou o Brasil. A empresa equaciona adquirir, juntamente com a Mota-Engil Brasil, a maior parte do capital de uma empresa sediada em Belo Horizonte.

BRASIL, ANGOLA E MOÇAMBIQUE PRIORITÁRIOS NA ACTIVIDADE DA GALP

A actividade de exploração e produção de petróleo e gás natural assume um peso cada vez mais expressivo nas contas da Galp, tendo absorvido 88% dos 776 milhões de euros investidos pelo grupo nos primeiros nove meses do ano.

Este negócio é a grande fonte de crescimento internacional do grupo e está repartido por nove países, três dos quais considerados prioritários: Brasil, Angola e Moçambique. E é neste último que se concentram as grandes expectativas da empresa, onde espera poder avançar com a produção de gás natural a partir de 2019-2020. A empresa já detém uma participação de 10% na bacia sedimentar de Rovuma, onde está presente na Área 4.

Entretanto a empresa mostrou interesse em concorrer ao novo concurso para concessão de blocos petrolíferos em Moçambique.

BRASIL É MERCADO RELEVANTE PARA DIELMAR

A Dielmar garantiu que 59% das vendas da empresa já são para o mercado externo. Ao Diário Económico fonte oficial da marca de vestuário de homem sublinha que "já exportamos para 28 mercados, sendo os mercados mais relevantes Espanha, França, Brasil e Inglaterra.