

**INTERVENÇÃO DO PRESIDENTE DA AEP - ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE PORTUGAL, JOSÉ ANTÓNIO BARROS, NO SEMINÁRIO SOBRE A "COOPERAÇÃO ECONÓMICA E COMERCIAL ENTRE GUANGDONG, MACAU E PORTUGAL", ORGANIZADO PELOS DEPARTAMENTO DE COOPERAÇÃO ECONÓMICA E DO COMÉRCIO EXTERNO DO GOVERNO DA PROVÍNCIA DE GUANGDONG E O INSTITUTO DE PROMOÇÃO DO COMÉRCIO E DO INVESTIMENTO DE MACAU (IPIM), QUE SE REALIZOU NO SHERATON PORTO HOTEL & SPA, NO DIA 25 DE JUNHO DE 2010.**

A emergência da China, nos últimos 30 anos, como potência económica de primeira ordem no quadro do comércio internacional, tem constituído, sem dúvida, um dos principais factores de mudança na economia mundial. Neste processo, não podemos ignorar o papel pioneiro e de grande relevo da Província de Guangdong. De facto, um quarto do comércio internacional da China tem origem nesta província.

O relacionamento comercial entre Portugal e a China não está, certamente, à margem deste processo de dimensão planetária. Nos últimos cinco anos as exportações portuguesas para a China aumentaram a uma taxa anual média de 17%, e nos últimos 12 meses até Março, este crescimento acelerou significativamente, ao ponto da China ter sido o destino onde se registou a mais forte taxa de crescimento das exportações portuguesas (32%). Há poucos dias, a imprensa divulgava que as exportações de produtos portugueses para a China cresceram 80 % nos primeiros quatro meses deste ano, face a idêntico período de 2009, atingindo os cem milhões de euros.

Mas, mesmo assim, não chegam ainda a 1% do total das exportações portuguesas...

É certo que há produtos portugueses que chegam à China através de outros países intermediários, escapando a estas estatísticas. Também os 2,3% que as estatísticas apresentam como o peso da China no total das importações portuguesas subestimam a realidade. No entanto, esses outros fluxos escapam não só às estatísticas como, em grande parte, ao controlo das nossas empresas exportadoras e importadoras, deixando parte do respectivo valor de mercado nas mãos de operadores de outros países.

Como tive oportunidade de salientar, no passado mês de Outubro, no Seminário promovido em Macau pela Associação Comercial Internacional para os Mercados Lusófonos, onde tive a honra de ser orador, a China representa um enorme potencial de negócios, ainda pouco explorado, para as nossas empresas. Pouco explorado porque se trata de um mercado ainda hoje pouco conhecido e pela distância que nos separa dele, não tanto a distância geográfica, mas sobretudo a distância cultural. Faço aqui, evidentemente, uma excepção para Macau, mas, nas restantes regiões da China, como noutros países, esse desconhecimento, e essa distância representam, para muitas empresas, um obstáculo difícil de transpor. Exige, da parte das empresas, competências e recursos que muitas vezes não possuem, sobretudo as PME, e profunda alteração de mentalidades.

Uma forma de ultrapassarem essa dificuldade é o recurso à cooperação com outras empresas, ganhando dimensão e escala, juntando esforços, competências e recursos, com vista a atingir objectivos partilhados.

Outra forma poderá ser o recurso ao apoio e experiência de outras empresas já presentes neste mercado, que já adquiriram aquelas competências e conhecimento do mesmo, através de parcerias com as mesmas.

Por força de mais de 400 anos de profundos laços históricos mantidos com Portugal, distinguindo-se e identificando-se como ponto de encontro de culturas, sabemos que Macau está particularmente bem posicionado para desempenhar um papel de grande relevo neste tipo de estratégias de cooperação empresarial. O conhecimento detido pelas empresas de Macau relativamente aos mercados do Oriente, e em particular ao da Província de Guangdong, não pode continuara a ser menosprezado pelas empresas portuguesas que pretendem relacionar-se com a China e, em particular, com esta província.

Contudo, o nosso relacionamento bilateral com Macau não deixa de desiludir, dada a importância muito reduzida que apresenta na estrutura do comércio externo português. Macau foi, em 2009, o 72º cliente de Portugal, com pouco mais de 12 milhões de euros exportados e o 143º fornecedor, com importações de apenas 350 mil euros.

A estrutura das nossas exportações para Macau, com os produtos alimentares a pesarem mais de metade do total (e os vinhos a pesarem um quarto do total) mostra bem o quanto o comércio bilateral está marcado pela inércia do passado. O nosso relacionamento económico com Macau não reflecte as potencialidades da nossa economia e do nosso posicionamento enquanto porta de entrada na Europa, tal como não reflecte as potencialidades de Macau e do seu posicionamento como porta de entrada na China e em todo o Oriente.

Olhando pela positiva, diria que a presente situação é reveladora de uma vastidão de oportunidades de negócio que não podem permanecer inexploradas.

Pela nossa parte, temos consciência de que a saída da crise económica por que estamos a passar só pode estar no aumento do comércio internacional e na diversificação dos nossos mercados. Embora em menor grau que Macau, Portugal tem uma economia aberta ao exterior. As exportações representam um terço do PIB e as importações mais de 40%. Sabemos por isso que a recuperação terá de assentar no comércio externo. O mesmo sucederá, certamente, em Macau. Mas nem por isso os nossos interesses são antagónicos. Pelo contrário, sabemos que é altura de procurar aproveitar oportunidades de negócio, mutuamente vantajosas, em mercados até aqui inexplorados. Sabemos que a abertura das nossas economias e a posição geoestratégica que, ambos, ocupamos é fundamental, no curto prazo, para a recuperação e, no longo prazo para um desenvolvimento sólido e sustentado.

A conclusão é, quanto a mim, óbvia: temos de valorizar o que nos une como uma mais-valia única para intensificar o nosso relacionamento económico bilateral e aproveitar reciprocamente o nosso posicionamento face a outros mercados mais vastos.