

Economia

Expansão O mercado polaco é o quarto maior destino de investimento português

Presidente da AICEP diz que ainda se pode fazer mais

RUI GAUDÊNCIO



Empresas portuguesas unem esforços para vingar na Polónia

Foi criada a Câmara de Comércio Luso-Polaca, que fará pressão junto das autoridades locais. Basílio Horta, do AICEP, apoia o crescimento em rede

Raquel Almeida Correia

“A Polónia é a Espanha do Leste”, diz Basílio Horta. O presidente da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP) regressou sábado deste país, onde participou no lançamento da Câmara de Comércio Luso-Polaca, ouviu parte das 60 empresas nacionais lá instaladas e se aproximou do Governo local. Os números comprovam: é o quarto destino em termos de investimento português e o maior em trocas comerciais, na Europa Central.

A investida começou em meados de 1990, com o grupo de distribuição Jerónimo Martins (JM), e culminou, até hoje, na criação de 60 empresas. Em 2006, a Polónia captou oito por cento do investimento português no estrangeiro, o que corresponde a 359 milhões de euros, ficando apenas atrás dos Países Baixos, da Espanha e do Brasil, com 28, 20 e 11 por cento, respectivamente, segundo o AICEP.

Uma aposta que garantiu ao capital nacional uma posição forte no país. A JM tornou-se líder em pouco mais de dez anos, com a cadeia de *hard discount* Biedronka. E o Millennium Bank, o banco do BCP na Polónia,

atingiu, em 2007, os maiores lucros de sempre (121,8 milhões de euros).

Há, no caso polaco, uma tradição de investimento em rede, existindo muitas empresas que entram “à boia” das já instaladas. O Millennium Bank, que hoje, de acordo com Vítor Pinto, responsável pela operação no país, “suporta financeiramente a entrada dos negócios portugueses na Polónia”, recorreu aos colaboradores da JM quando quis realizar estudos para adequar a oferta ao mercado.

A construtora Mota-Engil também bateu à porta dos donos da Biedronka, tendo consultado Soares dos Santos, presidente do conselho de administração, antes de arriscar.

Hoje, esta estratégia mantém-se. A empresa de transacções electrónicas Payup, por exemplo, lançou-se, em Fevereiro, na Polónia, com a ajuda da Eurocash, grupo de distribuição português que comprou 49 por cento do seu capital e presta os seus serviços em 300 lojas. Agora,

vai colocar, pela primeira vez, nas suas prateleiras produtos nacionais importados pela Atlantika, mais uma empresa portuguesa que quer vingar na Polónia.

Basílio Horta considera que “há mais a fazer” para atrair e reter capital nacional. A Câmara do Comércio, apesar de mais interessada em promover a bilateralidade, vai ajudar nesse sentido. Até Setembro, o responsável vai pressionar o Governo português para visitar a Polónia e organizar uma feira tecnológica para promover e atrair as empresas do sector. É precisamente nesta área que diz “haver mais potencial de crescimento”, somando-se ainda a da construção civil e os negócios que poderão surgir com o Euro 2012, a realizar-se na Polónia e na Ucrânia.

Vítor Pinto, vice-presidente da Câmara do Comércio, está disposto a fazer “lobbying junto das autoridades locais” para facilitar a vida das empresas. Para já, vai apelar à modificação da lei de licenciamento comercial, que não permite investir em lojas de grande dimensão, e encomendar um estudo sobre o potencial das energias renováveis, sector em que dois grupos nacionais operam na Polónia - Eviva e Infusion.

Ataque nacional

Intenções...

BESI - O Banco Espírito Santo Investimento, detido pelo grupo BES, pretende inaugurar uma sucursal em Varsóvia, dedicada à corretagem e mercado de renda fixa, no segundo semestre deste ano. Para tal, adquiriu 75 por cento do capital da empresa polaca Concordia.

EGF - A participada do grupo Águas de Portugal já afirmou que está a estudar o mercado polaco, no sentido de internacionalizar o negócio de tratamento e recolha de resíduos. No segundo semestre do ano passado visitou o país, em busca de um parceiro local.

Cerealis - O grupo alimentar que detém as marcas Milaneza e Nacional admitiu a possibilidade de investir na instalação de uma fábrica na Europa Central. O objectivo é contornar a saturação do mercado e explorar novas oportunidades de negócio.

Recer - A fabricante de azulejos tenciona instalar uma unidade fabril na Polónia para assegurar a expansão da sua actividade. Apesar de não pretender deslocalizar a produção de Portugal, a empresa receia que o mercado nacional esteja no limite.

... e concretizações

Jerónimo Martins - O mercado polaco, onde detém a cadeia Biedronka, já representa 45 por cento do volume de negócios total do grupo - 5,35 mil milhões de euros. Espera, agora, a autorização do regulador local para integrar os 210 Plus no actual parque de 1045 lojas.

Millennium BCP - No ano passado, o banco atingiu os melhores resultados de sempre na Polónia, ao registar lucros de 121,8 milhões de euros. Até 2009, vai investir cerca de 100 milhões de euros no país. Os planos incluem a abertura de mais 150 sucursais para chegar às 560.

Chipidea - Em sete anos, o centro de engenharia que instalou no país passou de uma estrutura de seis para 40 colaboradores. A empresa de desenvolvimento de semicondutores espera que as grandes empresas cheguem à Polónia para ter contratos locais.

Eurocash - A cadeia de *cash & carry*, antigo activo da JM sujeito a um *management buy out* (MBO), em 2003, ultrapassou a Makro, do grupo alemão Metro, no início deste ano. A parceria com a Payup é mais uma aposta no mercado, onde facturou 1,2 mil milhões de euros, em 2007.

Portugueses olham cada vez mais para a Polónia

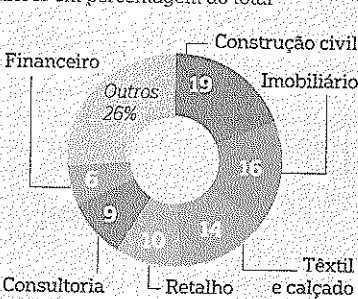
É o quarto maior destino de investimento português

Em milhões de euros (dados de 2006)

Países Baixos	1257
Espanha	901
Brasil	514
Polónia	359
Dinamarca	375
Angola	330
Irlanda	255
Luxemburgo	209
EUA	179
França	122

Maioria das empresas portuguesas na Polónia são do sector da construção

Valores em percentagem do total



FONTE: AICEP - Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal