

Diário de Aveiro

Transformar a saudade numa oportunidade

Juliana Teixeira

 Consultora Market
 Access para os mercados
 francófonos


"E a gente lembra e já não dói mais. Mas dá saudade" – Caio Fernando Abreu

Durante esta quadra natalícia muitos portugueses deslocam-se aos aeroportos e fazem-se à estrada para reencontrar os seus familiares e amigos. No entanto, muitos são os que ficam nos países de acolhimento, onde os importadores já prepararam há muito esta época especial de vendas, em que mais do que nunca se procura reviver tradições e encurtar distâncias. Do polvo ao bolo rei, do peru à rabanada ou do bacalhau aos sonhos, é normalmente à mesa que os portugueses festejam as emoções e é sem dúvida no sector alimentar onde mais facilmente identificamos as oportunidades de negócio. Ainda assim, são muitos os sectores que podem tentar levar a emoção da sua terra natal através dos seus produtos ou serviços, transformando assim, a saudade, num negócio e numa porta de entrada nos mercados. Segundo o Relatório Estatístico 2014 Sobre Emigração Portuguesa publicado pelo Observatório da Emigração, estima-se que haverá hoje no mundo cerca de 2,3 milhões de portugueses emigrados, dos quais 2/3 vivem na Europa. Apesar de nos países com mais residentes portugueses, França continuar a ocupar a posição de destaque, existem países em que o impacto da entrada de emigrantes portugueses é mais evidente. São disto exemplo, o Luxemburgo em que a imigração portuguesa é actualmente o maior movimento de entrada no país e a Suíça, onde a emigração portuguesa representa o segundo maior fluxo. Este impacto é observado também pelos distribuidores locais e por isso, hoje em dia, os canais de distribuição para abordagem do Mercado da Saudade não se limitam exclusivamente aos importadores tradicionais de produtos portugueses. É comum encontrarmos num hipermercado suíço ou luxemburguês produtos portugueses, os quais, muitas vezes, são incluídos em campanhas promocionais dedicadas ao país de origem. No entanto, não devemos confinar as oportunidades de negócio no Mercado da Saudade aos países europeus. A América do Norte (EUA e Canadá) também representa uma fatia importante, assim como Angola, Moçambique e até mesmo o Brasil. Em suma, a emigração portuguesa mudou, é hoje mais qualificada do que nos anos 60 e 80, existem segmentos diferenciados na "Saudade" que devem ser analisados antes da abordagem efectiva ao mercado. É por isso essencial, hoje mais do que nunca, definir uma estratégia que possa identificar e otimizar quais os canais de distribuição a privilegiar. ◀