

# UMA JANELA DE OPORTUNIDADES

INTERNACIONALIZAR PARA CONQUISTAR

O século XXI molda-se por uma crescente globalização do comércio internacional. Produtos, pessoas, serviços, dominam as transações entre países e são responsáveis por uma era global sem precedentes. Com um crescimento e um volume de negócios já significativo, prevê-se que o comércio internacional de serviços seja a principal mudança da primeira metade do século XXI.

A recente aposta da CONCRETA na promoção da arquitetura e design nacionais converge com a tendência da servitização industrial, isto é, a oferta de serviços como forma de rentabilidade e diferenciação de uma indústria. Num mundo cada vez mais global e mais "pequeno", devido às tecnologias de comunicação e às melhorias dos sistemas de transporte, os países com ambiciosos projetos de construção procuram os melhores arquitetos, designers e construtores internacionais. As fronteiras e a distância geográfica são, hoje, encaradas como uma oportunidade para muitos sectores. Os custos associados ao investimento em negócios bilaterais foram reduzidos para valores que possibilitam hoje o desenvolvimento comercial em mercados cada vez mais distantes. Factos que anteriormente eram considerados ameaças e mesmo bloqueios ao comércio internacional, são atualmente vistos por muitos empresários como oportunidades de expansão comercial.

Portugal, pela sua herança e experiência acumulada no sector da construção, possui uma série de vantagens competitivas que colocam o país na mira

dos investidores.

As vantagens das empresas portuguesas são inúmeras

desde a qualidade dos materiais, o design de excelência, os projetos arquitectónicos que já conquistaram várias distinções internacionais, aliados a um preço competitivo e à flexibilidade negocial que tanto nos caracteriza.

Com o mercado nacional bastante estagnado e volumes de negócio do sector muito reduzidos, a estratégia empresarial transfere-se para a expansão para novos pontos cardeais. No Cazaquistão, por exemplo, a Expo 2017 tem sido o motor de desenvolvimento de grandes obras de engenharia com projetos arquitectónicos de excelência, verificando-se necessidades recorrentes de mão de obra, produtos e serviços relacionados com a construção civil.

Porque devem as empresas portuguesas deixar de lado o conforto e traçar uma aventureira e auspiciosa jornada em busca de novos mercados? Porque, caso contrário, seremos ultrapassados pelos nossos concorrentes que rapidamente firmarão parcerias com players internacionais.



Não sobrevalorize um mercado pela sua dimensão pois as oportunidades não se medem unicamente pelo PIB ou pelo número de habitantes do mesmo. Comece por um trabalho de prospecção, identifique parceiros, visite-os e promova o seu portefólio de produtos/serviços. A participação em feiras internacionais é, também, uma ótima forma de perceber a receptividade do mercado, estabelecer relações e concretizar vendas. Desafie-se! Seja audaz e construa uma estratégia de abordagem a novos mercados. Ausculte, analise e tire as suas próprias conclusões, procure aconselhamento especializado, seja ponderado e racional.

O ingrediente secreto é o planeamento em doses generosas. Olhe para o seu caso como único e parta à descoberta. O mundo está à sua espera!

**Rui Sousa, Managing Partner**  
*Market Access*