

O CONVIDADO

Tem sentido uma aposta na Índia?



EUGÉNIO VIASSA MONTEIRO
 Professor da AESE,
 presidente da AAPI e autor do livro
 'O Despertar da Índia'

Porquê a Índia?

A Índia surgiu no horizonte há pouco tempo, com um desenvolvimento inesperado em muitos sectores, depois de um longo período de estagnação. E há muito para descobrir: áreas de competência e complementaridade.

Desde há anos se tem vindo a ampliar gradualmente o conhecimento mútuo. E será bom construir sobre a experiência dos grupos portugueses a trabalharem na Índia, sob variados formatos de colaboração, como da Efacec, Cimpor, Aerosoles, Petrotec, Thales Portugal, Adira, BES, Caixa Geral, e dos grupos indianos com presença em Portugal, como a Enabler (Wipro), TCS, a Ranbaxy, etc.

Encontros empresariais, das associações de empresários, focados na Índia e feitos na Índia, poderiam ajudar a ultrapassar o mito da distância e da estranheza.

Haverá relações empresariais se houver conhecimento das realidades. Isso é facilitado pelas visitas às fábricas, contactos com empresários locais, com responsáveis associativos, etc. Ajuda também saber apreciar as especificidades da outra parte: música, cinema, desporto preferido, culinária, etc. Então, a estadia no outro país já não é 'frete', mas sim algo atraente, donde podem surgir negócios.

Diversos países como o Reino Unido, a França, os EUA, o Canadá, etc., têm tido frequentes missões presididas pelo primeiro-ministro ou ministro, acompanhados de um grande escol de empresários. Elas podem facilitar contactos; mas as iniciativas de negócio têm de vir dos próprios empresários.

A Fundação Champalimaud deu belíssimos contributos no relacionamento com a Índia. Uma mão-cheia de iniciativas destacou aspectos muito importantes: na

sua ciência e técnica, na qualidade dos seus especialistas e arquitectos, na capacidade de criar instituições sociais focadas nas necessidades da Índia pobre, etc.

Para melhorar o conhecimento da Índia, a AAPI-Associação de Amizade Portugal-Índia edita uma newsletter mensal em formato digital, com informação económica de relevo sobre a Índia.

Portugal deve ser mais do que uma porta de entrada para a Europa ou África

Não se trata apenas de fazer de porteiro. As empresas portuguesas devem criar parcerias com empresas indianas, não só para canalizar os seus produtos e serviços, mas sobretudo para enriquecer a cadeia de valor, sabendo o que adicionar e onde vender. Com processos locais de certificação da qualidade e de garantia e a conformidade com as normas exigidas. Os produtos farmacêuticos genéricos, o arroz *basmati* ou outras variedades, de chá, o vestuário, joalheria, detergentes e sabões, jogos didácticos, artesanato, estarão neste âmbito. Há marcas portuguesas de referência que poderiam fabricar na Índia, partes ou totalidade, a preços muito bons e depois exportar para todo o mundo, incluindo os grandes mercados indiano e chinês, com uma classe média ávida de comprar "estrangeiro".

As parcerias da Efacec com empresas indianas parecem ir neste sentido: produzir na Índia e vender em todo o mundo. As empresas portuguesas de *software* poderiam ter parcerias com empresas da Índia para elaborar com sofisticação e vendê-lo na Europa, África ou América, com a vantagem da perícia e custos indianos. Muitas empresas de I&D podem ter a investigação na Índia, registando patentes em Portugal, nos domínios mais variados.

O 'outsourcing'. Dos EUA à Europa e o Japão

Antes da crise pensava-se que em poucos anos mais 3,3 milhões de postos dos EUA se transfeririam para a Índia. Apesar de toda a contrariedade para evitar isso, e chamar pelo sentido patriótico, o nível de remuneração dos engenheiros indianos é substancialmente baixo. Isso explica porque a IBM, que em 2004 só tinha 9000 trabalhadores em *call-centres* e afins, agora tem cerca de 160 000, sendo

o diferencial de profissionais de alta qualificação. Há que ter em conta o custo, mas sobretudo a qualidade do trabalho; a IBM seria incapaz de competir no futuro na Índia ou fora dela, com a TCS, a Infosys ou a Wipro, que dominam toda a cadeia de valor, das operações mais simples às mais complexas, se não fosse criando grandes operações na Índia, recrutando engenheiros locais. Igual solução adotou a Accenture e quase todas as empresas tecnológicas que trabalham com "conhecimentos", como a HP, a Cisco, a Intel, a EDS, a Oracle, a CapGemini, etc., todas elas tendo muitos mais engenheiros e especialistas na Índia do que no país de origem.

A Europa está com um notável défice demográfico, apenas parcialmente coberto com a emigração, de baixa formação intelectual. Em geral parece que a Europa se esforça pouco, e daí que tenha perdido a liderança em quase todos os campos, momentaneamente científico e técnico. Precisa de criar políticas activas para atrair mais estudantes para as engenharias e cursos técnicos. Terá de tentar o *outsourcing*, por falta de técnicos e especialistas. Temo que, quando se der a retomada económica, a própria Índia vá ter um grande défice de engenheiros para si e para alimentar os Estados Unidos. Isso pode significar uma grande oportunidade para nós: estabelecer colaborações com empresas indianas de TI para depois se apostar no *near-shoring* de aqui, com uma base ampla de desenvolvimento de *software* na Índia.

É expectável que a Índia invista em Portugal? E Portugal na Índia?

A dimensão do país e a localização podem frustrar a atracção de investimentos indianos. No entanto, podem criar-se fortes atractivos de ordem fiscal, que compensem. Poderá ser atractivo comprar uma empresa portuguesa para aceder a um activo específico, como o *know-how* num certo domínio, ou acesso a um mercado.

Se a empresa indiana quer chegar à Europa toda, talvez procure adquirir empresas com dimensão, situadas no centro da Europa ou no Leste, onde a vantagem dos custos faz diferença e donde se possa servir a Europa, do Atlântico aos Urais.

Nos sectores específicos onde temos *know-how*, como o turismo, vinho, calçado, têxteis, etc., seria interessante estabelecer parcerias com grupos turístico-hoteleiros da Índia, beneficiando-se ambos com o fluxo que necessariamente se gera nos dois

sentidos, mais com os com turistas de terceiros países. Os nossos grupos deveriam tentar uma presença forte na Índia, pois a classe viajante indiana é muito grande, totalmente desconhecedora de Portugal e das suas belezas. E o turismo interno indiano é muito intenso, mais de 400 milhões, indicador da grande avidez de descobrir, saber, aprender... que recentemente começa a viajar para o estrangeiro.

Na Índia avoluma-se uma onda de investimentos na vinha e na produção do vinho local. É uma oportunidade para interessar as cadeias hoteleiras indianas pelos vinhos portugueses, até aqui desconhecidos. O único "vinho" português de que se recordam é o *Mateus Rosé*. Poderia começar a importar a famosa cerveja *Kingfisher*, frutas de grande qualidade como a manga, litchia, jaca, etc., joalheria, etc.

É deveras importante que muitos portugueses visitem Goa e sintam o que foi o apogeu da presença na Ásia e nos mares do Índico. Em Goa as marcas dessa grandeza são bem visíveis e bem preservadas pelo Governo indiano. Muito mais que Varadero ou Cancun ou Fortaleza, Goa devia ser um *must* para as férias dos portugueses. Se antes lerem algumas páginas da História de Goa, poderão reencontrar-se com ela e saborearem o valor e coragem dos seus antepassados que cruzaram mares desconhecidos e imprevisíveis.

O milagre económico indiano e a persistência da pobreza

Os Governos da Índia e, em geral, os cidadãos indianos estão activamente comprometidos em eliminar a pobreza, o analfabetismo, a subnutrição, os problemas da saúde.

As empresas mais brilhantes que eu encontrei nas minhas investigações sobre o "empresendedorismo social" surgiram e desenvolveram-se no subcontinente indiano. Para citar uns breves exemplos:

– O Grameen Bank nasceu no Bangladesh; só na Índia há mais de 75 milhões que recorrem a microcréditos ou suas variantes. Há mais de 3 milhões de SHG (*self help groups*), que são grupos de cerca de 20 mulheres, socialmente reconhecidos, a quem os bancos emprestam dinheiro, e o grupo é solidariamente responsável.

– O Aravind Eye Care System

tem cino hospitais de oftalmologia, onde fazem mais de 300 000 operações às cataratas por ano; somente 35% das pessoas pagam o custo dos serviços recebidos e os restantes 65% não pagam nada. Com essa operação uma pessoa recomeça a ver, torna-se válida para trabalhar e ganhar a sua vida. Actualmente, mais quatro grandes hospitais de oftalmologia pediram ao Grupo Aravind para dirigirem esses quatro hospitais, usando os seus métodos de organização e de trabalho.

– A Cooperativa Anand, de comercialização de leite com a marca AMUL, envolve já mais de 3 milhões de cooperantes, que todos os dias auferem uma receita adicional com o leite que entregam à cooperativa. A Índia, que fora altamente deficitária em leite, é a partir de 1999 o 1.º produtor mundial...

– Muitas iniciativas estão apostadas em criar mais valor nas actividades agrícolas, que é onde mais pobres existem.

Por exemplo, Mu-kesh Ambani, do Grupo Reliance, entrou na distribuição, tendo a meta de criar 22 000 pontos de venda de variados formatos dentro dos próximos 5 anos, com centenas de *hubs* para recolher e tratar produtos agrícolas, para os exportar ou vender nos seus pontos de retalho nas cidades. Quer criar 1 milhão de postos de trabalho.

Os indianos não são pobres por indolentes ou preguiçosos. William Dalrymple dizia: em 1600, aquando da criação da East India Company, a Índia produzia 22,5% da riqueza mundial, enquanto o Reino Unido produzia 1,8%. No apogeu do Raj, em 1870, depois de a East India Company ter sido absorvida pela Coroa Britânica, a Índia era já um país destruído, do terceiro mundo, com fome, miséria e privações, piorando até alcançar a independência; naquele altura, em 1870, o Reino Unido já produzia 9,1% da riqueza mundial. Para quem queira entender, estes dados dizem muito.

Criar pobreza é muito fácil. Difícil é criar riqueza, num ambiente que estimule cada cidadão a ter iniciativas e a perseguir-las livremente até que deem fruto. Há muito que aprender com a Índia de hoje. Há modelos de negócio indianos que o Ocidente pode aprender e replicar.

O autor do texto não seguiu o novo Acordo Ortográfico

“
 Muito mais que
 Varadero ou
 Cancun [...] Goa
 devia ser
 um 'must' para
 as férias dos
 portugueses”