

“PME portuguesas precisam de um agente comer

“As PME portuguesas precisam de um agente comercial na Alemanha”, recomenda o consultor Rainer-Günther Kurth. Em entrevista exclusiva à “Vida Económica”, o representante da Associação Alemã de Agentes Comerciais CDH antecipa alguns conselhos que vai transmitir no dia 27 de maio na Católica Porto Business School, a convite da Câmara de Comércio e Indústria Luso-Alemã.

Em termos de IDE, “com os desenvolvimentos políticos na Europa Oriental, Portugal torna-se mais atrativo, já que é um país calmo e seguro, tem produtos de qualidade e empresas profissionais”.



“As empresas portuguesas não aproveitam o potencial que têm”, afirma Rainer-Günther Kurth.

VIRGILIO FERREIRA
virgilio@vidaeconomica.pt

Vida Económica - A Alemanha importa anualmente produtos que valem um total de 8,5 mil milhões de euros, mas apenas meio por cento deste volume vem de Portugal. Porque é que as empresas portuguesas exportam tão pouco para Alemanha?

Rainer-Günther Kurth - As empresas portuguesas não aproveitam o potencial que têm. Têm excelentes produtos e são profissionais, mas, em geral, têm uma atitude demasiado passiva. Esperam que as empresas alemãs lhes venham bater à porta em vez de arregaçar as mangas e procurar clientes no mercado alemão. E aqui a CDH pode ajudar.

Antigamente, nos anos oitenta, quando Portugal ainda tinha os salários mais baixos da Europa e quando os chineses ainda não tinham livre acesso ao mercado alemão, era de facto assim, bastava esperar. Eram as empresas alemãs que tomavam a iniciativa para encontrar fornecedores portugueses. Os tempos mudaram e o papel ativo passou para as empresas portuguesas.

No entanto, ao contrário dos concorrentes asiáticos e dos países do Este da Europa, não vejo aqui grande dinamismo. Tenho a

O custo de contratação de um “headhunter” na Alemanha pode atingir os 30 mil euros

impressão que grande parte das PME portuguesas simplesmente não sabem o que fazer.

VE - O que recomenda?

RGK - As palavras-chave são sustentabilidade e confiança. Bom, muitos empresários portugueses apostam em feiras e “roadshows” na Alemanha. Tudo bem, estes eventos contribuem para dar a conhecer uma empresa e os produtos, mas mesmo assim são apenas ações pontuais.

Decisivo é o trabalho pós-evento e este tem de ser feito pessoalmente. Os contactos por email e por telefone não são suficientes para estabelecer uma relação de negócios de confiança. Emails e telefonemas são atividades de suporte, servem para apoiar o trabalho permanente e sustentável de um representante local.

CDH tem 48 mil agências comerciais na Alemanha

VE - Recomenda então um agente comercial. Como se consegue encontrar um representante?

RGK - Encontrar um agente comercial para uma empresa é em geral um processo muito complexo, duradouro e dispendioso. É preciso viajar pelo país, neste caso



cial na Alemanha”

Rainer-Günther Kurth fala sobre “acesso ao mercado alemão”

Em Portugal existem empresas cujos produtos e serviços estão ao nível mundial, são tecnologicamente avançados, inovadores e competitivos. Esta realidade é pouco divulgada no estrangeiro, nomeadamente na Alemanha.

Explicar o porquê deste desconhecimento e combater este cenário é o objetivo do seminário sobre o “acesso ao mercado alemão” que a Câmara de Comércio e Indústria Luso-Alemã está a organizar. O evento decorrerá no próximo dia 27 de maio, das 9h30 às 13 horas, na Católica Porto Business School do Porto.

Para este efeito, a CCILA convidou o consultor alemão Rainer Kurth e Phillipp Krupke da associação alemã de agentes comerciais “Centralvereinigung

Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH)” para fazerem uma apresentação durante o seminário.

Rainer-Günther Kurth é consultor em gestão e negócios desde 2006. Fez o mestrado em Economia na Universidade de Bochum, foi o CEO da Clariant Italia de 2000 a 2005 e vice-presidente da Hoechst do Brasil/ Clariant do Brasil de 1994 a 2000. Antes, passou por várias posições de chefia, nomeadamente na Hoechst AG, onde foi responsável pelos mercados de Portugal, Espanha, África do Sul e Médio Oriente.

A participação neste encontro é gratuita, mas está sujeita a inscrição (www.ccila-portugal.com).

pela Alemanha, fazer pesquisa e eventualmente contratar um “headhunter”. Este trabalho pode ser assumido pela nossa organização. A CDH foi fundada em 1902 precisamente para a mediação de agentes. Somos a casa-mãe de 48 mil agências comerciais de todas as indústrias e em toda a Alemanha.

Uma empresa portuguesa que procura um agente comercial apenas precisa de nos contactar. Nós publicamos então anúncios, fazemos uma pré-seleção dos candidatos e convidamos para entrevista aqueles que têm o perfil mais adequado.

VE - Quais os custos deste serviço?

RGK - A CDH presta estes serviços, ou seja, a preparação e a pré-seleção, por 800 euros. No entanto, recomendo fortemente que nos confiem também a parte das entrevistas. Naturalmente, a própria empresa portuguesa pode realizá-las, uma vez que os agentes falam com certeza inglês, mas nós temos duas vantagens: graças à nossa vasta experiência, podemos realmente testar os conhecimentos de mercado de um candidato e fazer toda a comunicação em alemão é mais eficiente.

Quanto aos custos, se assumirmos o processo completo, a empresa portuguesa tem de investir entre dois e três mil euros. Atenção, isto é um décimo do investimento médio quando se contrata um “headhunter”.

“Os produtos portugueses têm qualidade”

VE - O alemão continua a ser assim tão importante para se fazer negócios na Alemanha?

RGK - Não acredito que a língua seja a barreira principal das empresas portuguesas. O problema é outro: o mercado alemão é tão grande e complexo que impõe respeito ao mercado português. As empresas portuguesas pensam que não conseguem cumprir os altos padrões de qua-

lidade das empresas alemãs. Mas isto não corresponde nada à realidade. Os produtos portugueses têm qualidade.

VE - O que esperam então as empresas alemãs de parceiros portugueses?

RGK - Qualidade, um preço competitivo e o fornecimento a tempo. Mas, nestas questões, o agente comercial ajuda, já que sabe a quem oferecer o produto e como. É um consultor local. Apoia no marketing e cuida dos contactos com os clientes alemães de forma permanente e sustentável. É este representante que cria confiança junto dos parceiros e decisores alemães. A base para uma boa relação comercial continua a ser o relacionamento humano.

VE - Recomenda um agente comercial para todas as indústrias?

RGK - Fortemente.

VE - Quais as indústrias mais receptivas na Alemanha para fornecedores portugueses?

RGK - As grandes indústrias, como automóvel, máquinas, eletrónica e indústria química, mas não só. A indústria automóvel, por exemplo, é um mercado enorme e as grandes empresas alemãs preferem montar componentes no mercado europeu por ser mais em conta e por terem a mesma qualidade.

VE - A situação política atual na Europa é uma oportunidade para Portugal?

RGK - A situação na Ucrânia é dramática e não sabemos como vai evoluir. As empresas alemãs voltaram a procurar parceiros sobretudo na Europa, uma vez que os custos de produção na Ásia estão a subir e o nível de qualidade europeu é maior, é mais fácil cumprir os prazos e a proximidade geográficas só traz vantagens. Com os desenvolvimentos políticos na Europa Oriental, Portugal torna-se mais atrativo, já que é um país calmo e seguro, tem produtos de qualidade e empresas profissionais.



ID: 53924674

16-05-2014



04 **Atualidade**
Empresas portuguesas
podem exportar mais para a
Alemanha