

**SOUSA GALITO, Maria (2006). Entrevista ao Comendador Américo Amorim. In (2007) Trinta Entrevistas no Âmbito da Diplomacia Económica de Portugal no Atlântico. CI-CPRI, ENT, N°4, pp. 25-31.**

**ENT: Entrevistas**



Entrevistado: **Comendador Américo Amorim**  
**Presidente da Corticeira Amorim**

*Dia: 27 de Outubro, 11h*

*Local: Edifício Amorim, Rua das Meladas, n.º 380. Mozelos VFR, Sta. Maria da Feira*

*Duração da entrevista: 26m15s*

MSG (Maria Sousa Galito), AA (Américo Amorim)

**MSG:** *Muito obrigada, Sr. Comendador Américo Amorim, pela oportunidade que me concedeu. Se me permite, vamos então começar. O XV Governo da República Portuguesa, no ano de 2003, manifestou intenção de promover uma diplomacia económica activa. O Sr. Comendador tem sentido, enquanto empresário, uma evolução na postura do Estado nestas matérias ao longo dos anos? Ou é uma questão teórica que ainda está a tentar ser desenvolvida?*

**AA:** «Penso que é um imperativo nacional. Um país pequeno, para ter relações com todos os países, num mundo globalizado, tem de gerir os seus custos diplomáticos. Os custos económicos vêm em anexo. Portanto, é imperativo ter relações com mais ou menos todos os países do mundo.

«No passado, há 20/30 anos atrás, era diferente. Havia blocos específicos. Um país pequeno como Portugal tem de saber gerir os seus recursos – financeiros e relativos à *qualidade das pessoas*. Portanto, tem de ser muito mais cuidadoso.

«Parece-me perfeitamente bem que as embaixadas possam, por si próprias, velar por uma diplomacia económica, aliada a uma diplomacia política. Nem concebo de outra maneira, atendendo à dimensão de Portugal. Passa pela interiorização dos Governos sucessivos, passa por uma melhor adaptação/conhecimento dos embaixadores.

«As grandes realidades portuguesas deviam ser acompanhadas mais de perto. Devia haver alguma sensibilidade em relação à actividade económica e ao país. Devia haver

um conhecimento directo dessas actividades, ou consegui-las através de seminários e palestras de carácter informativo sobre a economia, os seus fundamentos, as estruturas básicas, os grandes actores económicos, o que se produz em Portugal – sobre *clusters*. Essa informação global é imperativa. Também para que os embaixadores tenham algum conhecimento da área económica. Acho fundamental.»

**MSG:** *Com base na experiência do Sr. Comendador, os embaixadores portugueses possuem formação e estão sensibilizados para as questões económicas?*

**AA:** «Os embaixadores do passado, em Portugal, tinham outra formação. Privilegiavam a vertente política. Deixe-me dar-lhe a referência de um país que me serviu de modelo: a Áustria. Foi há cerca de vinte e cinco anos. Eu conheço muito bem a Áustria, porque foi um país onde trabalhei, e trabalho imenso, para desenvolver actividades na ex-COMECON – a Áustria tinha uma relação natural com esses países – e já nessa altura, os embaixadores austríacos investiam na vertente económica. Sempre tinham uma orientação política e económica. Achei curioso esse facto, por se tratar de um país pequeno como Portugal. Anteciparam um fenómeno que acho agora imperativo.

«Indo de encontro à sua questão concreta, eu diria que, no passado, os embaixadores portugueses não tinham essa preocupação, nem eram orientados no sentido da economia. Era só vertente política. Talvez o ICEP desenvolvesse esses contactos económicos.

«Mas isso é uma história do passado. Foi assim durante muitos anos. Hoje é imperativo que não seja, pela amplitude das coisas e pela forma diferenciada com que a economia global passou a conduzir também a diplomacia. Portanto, hoje em dia é fundamental, mas no passado não era necessariamente assim.»

**MSG:** *O Sr. Comendador denota, portanto, uma certa evolução? As embaixadas já são um pouco menos burocráticas e mais activas, é isso?*

**AA:** «Têm de ser menos burocráticas. Têm de exercer a *diplomacia*. É fundamental que o façam. É um dos fundamentos da sua presença. Mas também têm de se ocupar da componente económica e ser um factor dinamizador de seminários económicos, de uma aproximação aos Ministérios da Economia; possuir conhecimento da retaguarda de Portugal; ter mais experiência com os Institutos do país sobre *exportação*; ou saber mais sobre as ambições dos empresários – o que eles querem e podem exportar – pois depende se o destino é a Europa, o Extremo Oriente ou a América do Sul.

«Há prioridades específicas no sector. O que se exige aos embaixadores é um conhecimento sobre as áreas económicas, sobre as prioridades, sobre a História e as economias dos países. É importante ler retroactivamente. Há produtos que se trocam de forma bilateral entre países/espacos geográficos. Na Europa pode haver um tipo de produtos com mais proeminência; na América do Sul podem ser outros produtos; na Oceânia, na Austrália, podem ser outros; nos EUA podem ser transaccionados em quantidades diferentes.

«Portanto, não é exactamente igual – seja em termos de linha de produtos, ou de intensidade de trocas – na Europa ou na Oceânia. Pode haver diferenças e especificidades acentuadas. Hoje se sabe. Posso consultar as estatísticas históricas e, a

partir desses dados, inferir sobre uma evolução das trocas de produtos – aquelas que se podem manter e as novas áreas que não se devem perder de vista, como factor positivo a acrescentar.»

**MSG:** *O Sr. Comendador concorda com a ideia de que as empresas precisam mais de informação política do que comercial, menos de assistência de um adido comercial e mais da acção do embaixador? Ou seja, as empresas fazem as suas próprias prospecções de mercado, de modo que, quando recorrem às embaixadas, é mais para aproveitarem os contactos ou a influência que a embaixada lhes possa facultar?*

**AA:** «Com base na minha própria experiência de viajar no mundo, nos últimos cinquenta anos – desde 1955 que ando por cima do globo – apostei na Europa oriental, no mundo ocidental, na América do Sul. Por razões limitativas dos espaços geográficos que hoje não existem – a economia está global – na altura era, para mim, imperativo conhecer os embaixadores. Foi uma área em que participei bastante. Os embaixadores abriam-me algumas portas, sobretudo nos países da ex-COMECON; mas também na Europa ocidental, em mercados como o Japão, a China – numa altura em que ainda não havia bem relações diplomáticas, mas posteriormente sim; em mercados como a Austrália ou a África do Sul.

«Portanto, para mim, os embaixadores eram um recurso natural que eu tentava utilizar. Por um lado, para conhecimento dos produtos e das características do país – da sua História, da sua evolução política. Por outro lado, abriam-me algumas portas que me facilitavam a minha acção enquanto actor económico. Essa exigência era tida, por mim, como uma necessidade imperativa numa outra conjuntura política mundial. Portanto, conheço bem as vantagens desses contactos diplomáticos.»

**MSG:** *Muito interessante. Gosto imenso da pluralidade de respostas que tenho vindo a recolher no âmbito destas entrevistas. Até agora, os empresários diziam-me que não recorriam muito às embaixadas.*

**AA:** «Explico-lhe porquê. Eu fui um empresário que, neste país – talvez antes da Revolução do 25 de Abril – mais tenha contactado com espaços económicos e com áreas muito mais difíceis. Não havia muita gente – nos anos sessenta – que viajasse pelos países da Europa oriental, que fosse à Austrália ou à África do Sul. Na altura, a nossa proximidade era mais com a Europa Ocidental.

«Mas a minha ambição, a partir de 1960 – depois de muito ter viajado pelo mundo de 1955/60, corri praticamente o globo todo – na altura com o objectivo de vender rolhas de cortiça para os vinhos, motivou-me a ter uma visão muito alargada sobre o futuro. Ainda hoje, essa visão é actual. E portanto, desde os EUA à América do Sul.»

**MSG:** *Mercados difíceis.*

**AA:** «Mercados difíceis. E eu sentia essa necessidade. E utilizava essa necessidade. Isto também depende um pouco dos empresários, a actividade que eles têm, as exigências que eles tinham e têm – se são mais próximas de Portugal ou se têm uma amplitude geográfica mais global, como era a minha nessa altura e ainda o é hoje.

«Se pensar que a nossa exportação é muito forte, ainda hoje – e isto é histórico – nos EUA. Somos muito fortes na Austrália, que é bem longe de Portugal. Somos muito fortes nas exportações para o Japão.

«Se pensar que em 1955 e nos anos que se sucederam – até à Revolução de Abril – eu colocava, na altura, três quadros do grupo, por ano, em missão e em comissão de serviço no globo, a fazer prospecção de mercado! Três quadros por ano, durante quinze anos seguidos! Em 1955, coloquei um senhor – que faleceu recentemente – no Japão e na Austrália, por um período de três anos. Fazia isso de uma forma sistematizada.

«Há cinquenta anos, colocar um português no Japão, para uma iniciativa empresarial – para promover cortiça – e que viajava entre o Japão e a Austrália, não era muito vulgar. Hoje, são mercados que se mantêm compradores de cortiça mas de outra forma. Os clientes que nós temos – com variantes que existem sempre – são praticamente os mesmos.»

**MSG:** *É a razão do sucesso do Sr. Comendador. Vamos então aproveitar para falar desses palcos estratégicos. Quais os países para os quais prevê um maior aumento das exportações do grupo Amorim?*

**AA:** «Neste momento, a maior exportação que nós temos é para a Europa Ocidental. Por razões várias: História, poder aquisitivo, proximidade geográfica. Mas o maior crescimento relativo das exportações do grupo é para os EUA, para a Austrália, para a América do Sul – concretamente para o Chile e a Argentina – e para os países da Europa Oriental – Ucrânia, Roménia, Bulgária. E a China, naturalmente. Para além da Europa Ocidental – que vai continuar a comprar. Mas potencialmente, são essas as áreas. Isso tem sido evidente nos últimos quatro a cinco anos.»

**MSG:** *E nos mercados atlânticos, nas relações de Portugal com os EUA, os PALOP e o Brasil. O Sr. Comendador já se referiu aos EUA. Qual a sua opinião sobre os mercados dos PALOP e do Brasil?*

**AA:** «Com o Brasil temos uma ligação histórica. As relações nunca foram muito intensas *bilateralmente*. A não ser nos últimos seis a oito anos, em que tiveram uma intensidade muito forte.

«É preciso haver acordos entre países, que permitam aos empresários fazerem trocas entre si; para não haver limitações, taxas alfandegárias – precisamente o que prevalecia até 1995, e que obstruía um intercâmbio comercial mais forte entre Portugal e o Brasil.

«Não se pode subestimar a distância do Brasil de Portugal, um factor que não se pode deixar de compreender. Mas também por razões históricas e pelo mesmo idioma, é um mercado natural para Portugal. Se analisarmos os últimos seis a oito anos desta nova *reprise* bilateral, podemos estar expectantes e optimistas em relação a uma tendência de crescimento das exportações para o mercado do Brasil. Não só em crescimento mas também em diversidade de iniciativas.

«O Brasil encontra-se hoje numa situação – com o Presidente Lula – dinamizadora da sua própria economia e abertura, que não tinha nos cinquenta anos anteriores. Portanto, tudo se conjuga no sentido positivo.

«Os EUA são um mercado sempre aberto, sempre foi. Cresce-se naturalmente.

«Nos PALOP, distingo os grandes países dos pequenos países. A paz em Angola tem quatro anos, é muito recente. Depois de quarenta anos de guerra – isso equivale a uma geração. O crescimento que existe em Angola, hoje em dia, tem dado uma nota positiva às relações com Portugal. É francamente impressionante. Se quisermos recuar três ou quatro anos, o crescimento para Angola cresce a ritmo exponencial. E a tendência é nesse sentido.

«Ou seja, Angola que é dos países que mais cresce no globo – em torno dos 20% ao ano – não dá indicação de não crescer nos próximos anos a um ritmo muito próximo dos 15/20% anuais. Isto alimenta uma proximidade entre Portugal e Angola: pela História, pelo passado; pelos produtos; pelo idioma comum.

«Enfim, temos de ultrapassar dificuldades, alfândegas, transportes, etc., mas são situações próprias de países que, por razões de guerra ou outras, tiveram muitos anos afastados. Portanto, compete-nos, enquanto agentes económicos, ultrapassar – com o Governo – as situações e vicissitudes que dificultam a intensidade/dinâmica da economia. Mas, para mim, Angola é dos países mais promissores para as exportações portuguesas.

«Falta pensar em Moçambique da mesma forma. É mais distante. É diferente. É outro país, outra mentalidade. Tem sido mais lento no crescimento. Os outros países são sempre bem-vindos. O ambiente político é bom em todos eles, mas são economias relativamente pequenas. Naturalmente, pretende-se que as suas relações sejam boas com Portugal, por causa da História, mas a sua expressão na parte económica – exceptuando Angola e Moçambique – é relativamente pequena.»

**MSG:** *O Sr. Comendador veria com bons olhos um aprofundamento económico da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP)? Haverá interesse político nesse sentido?*

**AA:** «Não tenho dúvidas sobre isso. Uma aproximação económica entre os países pressupõe: povos, comunicação, “arrumar” vicissitudes que possam existir, baixar taxas alfandegárias – que são sempre perniciosas – tudo o que seja construir, entre esses países, um ambiente positivo e de confiança, que elimine dificuldades, é bom para eles. Todos vão beneficiar. Não sei se de forma intensiva, mas têm vindo a melhorar as relações entre Portugal e esses países de expressão portuguesa.

«Primeiro, é bom para eles, porque beneficiam entre si. Mas também para Portugal, como pátria-mãe ex-colonial, dentro dessas áreas simpáticas do globo. Acho que é positivo.»

**MSG:** *Portanto, a Língua Portuguesa ajuda no processo de internacionalização? Pode ser um instrumento de trabalho? Acredita que há um “mercado da saudade”?*

**AA:** «Não tenho dúvidas. Está muito claro para mim. Nós somos no globo – com base nos dados que eu conheço – o único país ex-colonizador que tem uma *receptividade*, como nenhum outro na História.

«Em Angola, em Moçambique, em Timor-Leste, em todos esses países, nós encontramos marcas positivas de regresso. Seja porque falamos o mesmo idioma, seja pelo rosto humano que caracteriza as relações entre as partes – independentes da cor – seja pela História muito longa; pela arte, pelos produtos. Os filhos das elites desses países formaram-se nas Universidades em Portugal, têm os seus apartamentos por Lisboa – uma capital de um país fora de África e europeu que eles querem visitar, e é uma primeira prioridade. Portanto, o intercâmbio é positivo, inédito, favorável ao “regresso”, capaz de estimular relações económicas.»

**MSG:** *Continuemos, portanto, a falar de futuro. Sr. Comendador, como poderiam melhorar as relações entre Estado/Empresas? Como gostaria de ser mais apoiado no estrangeiro? De que serviços às vezes sente falta e que gostaria de ver satisfeitos?*

**AA:** «Uma relação melhorada passa sempre por uma disponibilidade política, passa por uma atitude do Governo – dos políticos – para melhor entender e tomar medidas fortes e determinadas no sentido diplomacia/economia.

«Para nós empresários – a mim não me choca nada, pelo contrário, por razões que mencionei no início deste nosso diálogo – é preciso ter uma atitude bem forte e persistente, da parte dos vários Governos. Às vezes, os Governos são eleitos por quatro anos, alteram as coisas e descolam noutra direcção, não mantêm uma consistência.

«A diplomacia económica não deve ser feita emocionalmente. Deve ser uma convicção de um todo nacional, independente do cariz político do Governo. Quando ela segue, é um valor forte. Ou não segue e, ao fim de quatro anos, essa política inflecte. A Economia não compreende isso.

«Os políticos têm de ter, claramente, essa grande convicção. É real e necessário para o país, ligar a diplomacia à economia. Mas sem inflexões na História. Para desenvolver um trabalho, é preciso continuidade, persistência, de forma a contrariar a versatilidade – tantas vezes clássica – de inflexão neste país.»

**MSG:** *Por fim, qual é a posição do Sr. Comendador em relação a um maior investimento português na chamada “intelligence económica”? Serve para informar atempadamente o empresário nacional das oportunidades de negócio que possam surgir nos mercados exteriores, sobretudo em mercados mais competitivos?*

**AA:** «Eu acho que isso é vital. Na economia global, hoje em dia, é um imperativo de sobrevivência. Ou se tem. Ou se tem de ter. Não vale a pena perdermos tempo. É um imperativo nacional possuir informações sobre as evoluções internacionais, sobretudo nos sectores onde Portugal tem alguma expressão forte – ao nível da produção e da exportação – como factor de orientação às actividades económicas, com uma visão de médio e longo prazo, em função das mesmas evoluções e orientações.

«Mas também não é menos verdade que, se o Governo não o fizer, os empresários – que tiverem ambição de crescimento internacional – não podem ir a reboque para o exterior. É-lhes exigido ter informações sobre os países, de acordo com a sua própria ambição.

«Eu acho que os grandes grupos possuem essa informação – talvez não toda, ou suficiente. As Pequenas e Médias Empresas (PME) poderão ter mais dificuldades e, nesse âmbito, o Governo devia ter informação actualizada para lhes dar. As Associações Empresariais e o Governo, deviam dar pistas às PME.

«Eu acho que as maiores empresas do país possuem muita informação sobre os segmentos ou os mercados que querem atacar. Antes e previamente, estudam os mercados. Hoje em dia, há todo o tipo de informação que se queira. É preciso haver uma *irreverência permanente* para ter essa informação e não emoção casuística que não tenha espaço na economia.»

**MSG:** *Muito obrigada, Sr. Comendador Américo Amorim.*