



GLOBALIZAÇÃO

Toyota nomeia primeiro não japonês

A indicação de James Press, presidente das operações norte-americanas do construtor automóvel, para membro do "board" do construtor japonês foi considerada um sinal dos tempos que correm. Press é o primeiro não nipónico a sentar no conselho de administração da Toyota em 72 anos de história da companhia.



RESPONSABILIDADE SOCIAL

Primavera vence prémio de Excelência

A Primavera Business Software Solutions, presidida por José Dionísio, venceu o prémio de Responsabilidade Social da III Edição dos Prémios Transfronteiriços para a Excelência Empresarial. A iniciativa é promovida pela Confederação de Empresários de Ourense da Galiza com o apoio da Oficina da Inovação de Braga.

7 dicas para que o capital não falte ao seu negócio

1 PESSOAS QUE PODEM INVESTIR NO PROJECTO

1. O próprio - não se esqueça que quanto mais o empreendedor investir no negócio, mais convencerá terceiros a também colocarem dinheiro no mesmo; 2. Familiares, Amigos, Patrão - Pessoas que conhecem bem o empreendedor, e que sabem aquilo de que ele é capaz. 3. Fornecedores - Porque não negociar com estes o empréstimo de equipamento, ou o diferimento de alguns pagamentos nesta fase inicial. Afinal, os fornecedores também têm interesse no sucesso do projecto.

2 PROCURAR UM BUSINESS ANGEL

Em Portugal, há uma série de redes regionais (Porto, Covilhã, Lisboa, Cascais e Algarve) com dezenas de BA organizados e que estão à procura de projectos com elevado potencial. A Internet é um bom meio para conseguir os seus contactos, bem como o seu perfil, e conhecer quais os seus critérios de investimento. A curto prazo, espera-se que em Portugal esta "figura" venha a possuir uma regulamentação própria que incentive e promova os investimentos realizados por estes operadores não institucionais.

3 COMEÇAR COM BAIXO INVESTIMENTO

1. "Leasings", "Factorings", Rendas - Quanto menor for o capital necessário ao arranque do projecto, mais fácil se torna o financiamento. Tentar diminuir, ao máximo, o investimento em capital fixo e substituí-lo por algumas destas formas é uma solução possível. 2. Invista "step by step" - É óbvio que queremos sempre começar "em grande", mas se tal não for possível, comece e cresça mais devagar, pois isso consumirá menos recursos na fase inicial.

4 FAZER TUDO O QUE ESTIVER AO SEU ALCANCE

É usual o empreendedor correr em busca de financiamento muito antes de fazer o "trabalho de casa", ou seja, existem por vezes inúmeras tarefas que podem e devem ser realizadas pelo empreendedor, antes de ir contactar terceiros. Não nos esqueçamos que quanto mais trabalho houver realizado, mais valorizado sai o projecto a apresentar pelo empreendedor e mais fácil será convencer alguém a investir no referido projecto.

5 ESTAR ATENTO AOS FUNDOS COMUNITÁRIOS

Não se devendo nunca condicionar o arranque do nosso projecto à existência de fundos comunitários, é, contudo, importante ter em atenção os apoios que existem e que medida eles suportarão os custos associados ao projecto. Embora, não resolvendo de "per si" o "equity gap" pode, no entanto, ser equacionado como uma importante ajuda a ter em conta, e bem assim um factor importante para a decisão de um potencial investidor.

6 TENTAR VALORIZAR AO MÁXIMO A FASE PRÉ-MONEY

Por vezes, e com pouco dispêndio monetário, é possível reunir um conjunto de realizações que podem ser o factor chave de convencimento do investidor, e que simultaneamente, valorizem a sua participação na futura empresa. Refiro-me, por exemplo, a processos de pedidos de patente, parcerias estabelecidas com fornecedores ou até mesmo contratos de exclusividade e cartas de intenção de clientes. Tratam-se, pois, de importantes realizações que poderão assumir um valioso alcance aquando das nossas negociações com o investidor no âmbito de todo o processo de angariação de capital.

7 CONHECER BEM O QUE O INVESTIDOR PROCURA

Quem vai colocar dinheiro numa fase tão arriscada da vida do projecto pretende assegurar-se, ao máximo, que o mesmo reúne todas as condições para ser bem sucedido. Assim, e além de querer saber qual o percurso e "background" do promotor e da sua equipa, pretende estar perante uma oportunidade bem detectada (nicho de mercado específico), um conceito inovador e com elevadas rentabilidades a curto-médio prazo, um negócio que seja escalável e com possibilidades visíveis de saída a médio prazo. Quer tal significar que, aquilo que o investidor pretende é estar perante um projecto seguro e fiável, mas que possua o sonho e tenha o "commitment" integral por parte de uma equipa de gestão forte ("skills" comprovados). Somente sabendo o que o investidor procura, e as principais causas que o levam a rejeitar, "ab initio", mais de 90% dos projectos que são submetidos à sua apreciação, será possível aumentar as hipóteses de arranjar financiamento e ultrapassar, deste modo, o "equity gap".

da EMAC - Empresa Municipal de Ambiente de Cascais, sucedendo a Rui Ribeiro. Libório mantém a presidência da assembleia geral da Tratalojo e com a presidência da assembleia da junta de freguesia da Parede.

**SGS fortalece equipa**

Paula Fidalgo da Costa assumiu a função de directora da divisão "Environment & Safety" do grupo SGS Portugal, que opera nas áreas de inspecção, verificação, análise

o mercado português. O objectivo é reforçar a estratégia de expansão nacional, segundo a empresa.

e certificação O reforço desta equipa decorre do aumento de solicitações de serviços externos de ambiente e segurança, salientou a empresa.

Oriflame nomeia responsável para centro de distribuição ibérico

Fernando Marques assumiu a função de "site manager" do centro de distribuição ibérico da Oriflame Cosméticos, ficando responsável pela distribuição das encomendas Oriflame para Portugal e Espanha.

Informações estratégicas

Pedro Borges Graça

**Geopolítica da China**

A projecção internacional crescente da China é um facto e, pensando no futuro, a avaliação da situação conduz geralmente a um cenário da sua afirmação como superpotência e à inevitável confrontação com os Estados Unidos. Esta é a perspectiva geral das análises correntes sobre a geopolítica da China e das correspondentes relações sino-americanas, mas perde alguma expressão quando se tomam em consideração factores como a interdependência destas mesmas relações e a complexidade dos problemas internos chineses.

Existe um lado visível, mais exposto, das relações sino-americanas que revela que à medida que estas se vão desenvolvendo também os Estados Unidos, além de sustentarem Taiwan, vão marcando a sua presença militar na região asiática, como uma espécie de garantia contra eventuais problemas futuros. Por seu turno, a China torna-se incómoda em regiões como a África, a América do Sul ou o Médio Oriente, em particular no Irão.

No entanto, Washington e Pequim estão cada vez mais presos economicamente. Os Estados Unidos estão "viciados" nas importações chinesas e a China está "viciada" nas exportações para os Estados Unidos. Do mesmo modo, os capitais chineses estão neste momento literalmente a voar para os Estados Unidos onde encontram um ambiente muito favorável à sua aplicação. Na verdade, não existe actualmente melhor fluxo de dinheiro fresco que o chinês para financiar o défice americano.

A tendência é de grande crescimento e, por isso, é improvável que venha a assistir-se à definição de uma linha de confrontação sino-soviética neste âmbito, o que se repercutirá favoravelmente noutros domínios.

Por outro lado, a China possui problemas críticos a nível interno, de natureza demográfica e geográfica, que configuram um potencial de vulnerabilidade na projecção económica internacional do país. Desde logo, a extraordinária dimensão chinesa confere ao território uma característica algo insular. Está rodeada na sua grande extensão a leste pelo mar, a nordeste pela Sibéria, praticamente inabitável, a norte pela Mongólia, com pouco valor estratégico, a sudoeste pelos Himalaias, que é na prática uma espécie de muro que a separa da Índia, e no sudeste pela Indochina e no oeste pela Ásia Central, únicas regiões para as quais existe de facto um potencial de projecção de poder, embora actualmente improvável.

Face a este contexto, e ao facto de que é hoje um grande país exportador, o interesse geopolítico prioritário da China encontra-se pois no mar. Mas acontece que a China não possui uma marinha de guerra eficiente e moderna, e muito menos, capaz de desafiar de algum modo a 7ª esquadra americana que domina o Oceano Pacífico.

Assim, nos próximos anos, a elite governante chinesa sentir-se-á internamente pressionada a investir fortemente no desenvolvimento da sua capacidade naval, o que criará tensões sino-americanas, não contrariando porém a crescente conexão económica entre ambos os países. Ver-se-á se os negócios recíprocos contemplarão o nível da transferência tecnológica e em que medida.

De todo o modo, a China vê os Estados Unidos como o principal alvo das suas operações de espionagem económica. Estima-se que existem aí milhares de espões, os chamados "chen diyu", isto é, "peixes de águas profundas", sob a cobertura de estudantes, comerciantes, homens de negócios ou donos e empregados de restaurantes, incluindo elementos da diáspora de segunda e terceira geração entretanto recrutados. E uma imagem de marca chinesa é a "velha escola" do emprego de agentes femininas sedutoras.

Por regra, os Annual Report to Congress on Foreign Economic Collection and Industrial Espionage têm referido a China com a principal ameaça, entre cerca de 80 países estrangeiros envolvidos em incidentes neste domínio, que causam perdas na economia dos Estados Unidos superiores a 250 mil milhões de dólares por ano.

Professor do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas
pbgraca@gmail.com