



Fernando Romano, falando sobre a arquitectura institucional e o processo de decisão política



Com o nosso amigo Manuel de Sousa, «Manuel de Bruxelas» um enorme louletano que faz da «taberna Manuel» na Grand Place, uma espécie de parlamento da gastronomia

das noites e a proximidade com alguns portugueses, desde há muito com negócios em Bruxelas, como foi o caso do grande Manuel de Bruxelas, proprietário da Casa Manuel, uma lição de gastronomia situada no «34 Grand Place», isto é no coração da Capital da Bélgica, em ple-

no coração, onde na companhia de sua esposa Isabel, matamos lembranças de um belo bacalhau assado ao colo de uma «piriquita», com tudo a acabar quase sempre com o António Correia e a Catarina Cruz, sentados no «Metropole» como se fossemos na banco de trás do

autocarro, uma espécie de castigo e bem voltados para a frente, em momentos onde brilhou a qualidade excepcional de todo o grupo.

Talvez esta visita ao Parlamento Europeu sob a égide da CCDR e «guiada» pela Eng.ª Catarina Cruz, que teve uma acção de grande importân-

cia em todos os diálogos e movimentações dos empresários, possa ser melhor explicada pelas respostas que registámos da própria após o cair do pano da nossa presença em Bruxelas.

Neto Gomes

Catarina Cruz:

## “Competitividade empresarial e uma condição de sobrevivência das empresas”

**Que reflexão faz desta visita e se os objectivos propostos em termos de poder vir a animar ainda mais as empresas do Algarve, em sectores tão sensíveis como as que se fizeram representar, foram conseguidos?**

O Centro de Informação Europe Direct do Algarve foi convidado, pela Unidade de Visitas da DG Comunicação da Comissão Europeia, a reunir um grupo de multiplicadores de opinião para uma visita à Comissão Europeia, em Bruxelas.

O Centro seleccionou vinte e quatro entidades da sua Rede de Parceiros, tendo em vista assegurar a constituição de um grupo heterogéneo e diversificado do ponto de vista das áreas sectoriais dos parceiros e a relação de cooperação que desenvolve com os mesmos.

Para além desta iniciativa contribuir para facilitar a aproximação do Centro Europe Direct do Algarve aos potenciais parceiros na região, que são essenciais para que o mesmo possa atingir os objectivos visados com o seu estabelecimento e funcionamento, esta visita proporcionou aos envolvidos uma maior conhecimento do funcionamento e da importância da Comissão Europeia na vida de todos os cidadãos europeus.

O Centro Europe Direct do Algar-



ve tem como missão disponibilizar informação europeia aos cidadãos. A estratégia de informação e comunicação da União Europeia tem como base a complementaridade da acção entre as instituições comunitárias, os Estados-Membros e as Regiões através dos seus cidadãos. Somos quinhentos milhões no espaço europeu.

Esta visita teve um saldo bastante positivo, apesar de ser um grupo, bastante heterogéneo em idade e

profissões, resultou numa experiência muito positiva em termos de resultados no que diz respeito às palestras sob temas europeus bem como as nas relações inter pessoais e profissionais. Convém referir que as empresas presentes representam sectores bastante diferenciados, mas apresentam problemas e desafios comuns.

O facto das empresas presentes em Bruxelas serem empresas com algum prestígio para a região e in-

clusive na sua própria internacionalização empresarial, pergunto se as mesmas têm tudo para o crescimento e para a expansão, e se podem contribuir pela força da sua identidade, para o desenvolvimento mais protegido e organizado de áreas tão sensíveis e tão necessárias, como o mar, a indústria naval, a agricultura/água e a cortiça?

As empresas participantes nesta visita de multiplicadores de opinião foram seleccionadas pelo facto de serem detentoras de políticas de inovação e de internacionalização nos seus sectores. Aliás, a Nova Cortiça e a Hubel são empresas que tem candidaturas aprovadas nos sistemas de incentivos do PO Algarve 21 (QREN), a Sopromar tem uma candidatura em análise no mesmo programa de incentivos e a Pescarade efectua as suas capturas ao largo das Ilhas Maurícias. Nesse sentido estas empresas são uma referência para a nossa região já com algum reconhecimento internacional. Na área da publicidade, esteve presente a empresa Publirádio, que também tem uma candidatura aprovada no mesmo programa e está à procura de novos mercados internacionais.

Quais são os novos passos a ser dados para que estas viagens e esta procura de soluções para as empre-

sas e a nossa região, tenham um dia seguinte?

Para as PME, as quais constituem a base do tecido empresarial do Algarve, prosseguir o caminho da globalização internacionalizando-se, mais do que um desígnio é uma necessidade. De facto, a internacionalização apresenta-se, actualmente e de forma crescente, como uma estratégia determinante da competitividade empresarial e uma condição de sobrevivência das empresas.

A criação de capacidades de gestão e de intervenção comercial em mercados progressivamente mais alargados, bem como de condições para o desenvolvimento harmonioso das vantagens competitivas das empresas e da determinação para a actividade exportadora pode revelar-se uma condição indispensável para o sucesso do crescimento e da competitividade sustentada destas empresas.

Estas viagens resultam sempre numa troca de conhecimento e de experiências entre os participantes entre si e entre os participantes e os representantes das diversas organizações da Comissão Europeia e por isso terão sempre um papel importante no passo seguinte a dar pelas empresas.”

N.G.