

Plataforma sino-lusófona requer "maior execução"

O presidente da CESL Asia apontou ontem dificuldades na utilização de Macau como plataforma económica e comercial entre a China e os países lusófonos. "Existem uma série de problemas. Não há uma economia muito grande entre Portugal e a China, não há uma relação muito importante directa da economia, e é uma pena, porque a China até foi quem lançou o conceito da plataforma", disse António Trindade aos jornalistas, à margem da abertura da 1ª Exposição Económica e Comercial China-Países de Língua Portuguesa (C-PLPEX).

Fundada em 1987, a CESL Asia, empresa de matriz portuguesa em Macau, opera na área de serviços de alto valor na consultadoria e operação de infra-estruturas críticas, públicas e privadas, tendo adquirido em 2019, no Alentejo, o Grupo Monte do Pasto, maior produtor português de bovinos. Para já, na Ásia, o Monte do Pasto faz negócio apenas com Macau e Hong Kong. São ainda vários os obstáculos para chegar ao outro lado da fronteira, nomeadamente o facto de Portugal "não poder vender carneiro e vaca" à China.

A questão logística, continuou Trindade, é outro entrave, já que "não existe uma rede de logística directa entre Portugal e Macau, ou mesmo entre Portugal e Hong Kong ou Portugal e Ásia".

"Podia haver uma muito maior vontade, não é política nem dos conceitos, que estamos todos de acordo que faz sentido a diversificação, mas uma maior execução. Quando abriram os casinos, também se fizeram opções em Macau para dar aos casinos novas condições para se instalarem no mercado novo e

FOTO MONTE DO PASTO



Monte do Pasto apresenta "Autentico Foods" na C-PLPEX

fizeram-no em tempo recorde", exemplificou. Para o empresário português, a solução aqui passa por "se focar na plataforma e na Grande Baía".

Na C-PLPEX, o Monte do Pasto apresenta a "Autentico Foods", marca dada a conhecer há poucos meses em Portugal e que envolve outros empresários "que produzem igualmente produtos sustentáveis e 'premium', mas que não tinham marca própria nem exportavam directamente com marca própria".

Um dos desígnios do novo plano, projecta Trindade, é estabelecer um conceito de restaurante português "que seja internacionalizável", à semelhança de outros países europeus. "Um dos problemas que nós temos [é que] a comida portuguesa é conhecida, mas não é exportada enquanto comida internacional, como nós vemos a italiana ou a espanhola", disse. JTM com Lusa