

Portugueses querem união com os brasileiros, mas não nos negócios

Pesquisa revela interesse em matrimônios, mas nas questões econômicas a prioridade é o europeu

ADRIANA CHIARINI

RIO – O país mais querido dos portugueses é o Brasil, mas os lusitanos nem pensam em fazer negócio com os brasileiros. O povo estrangeiro preferido para casamentos é o brasileiro, ficando bem à frente dos espanhóis, dos alemães e dos franceses. Já quando o assunto é negócios, a situação se inverte e os europeus são os preferidos. Esse é um dos principais resultados da pesquisa feita pelo Instituto para Desenvolvimento da Gestão (Indeg), de Portugal.

“Não é que haja uma rejeição a fazer negócios com brasileiros, é que não se pensa nisso. Os portugueses vêm o Brasil como um paraíso ecológico, não como um país desenvolvido”, diz Luis Reto, presidente do Indeg, de Portugal, que realizou a pesquisa.

Outros resultados da pesquisa foram que os produtos, as marcas e as empresas nacionais são pouco conhecidas em Portugal. Quando perguntados sobre produtos brasileiros, 61% dos entrevistados em Portugal não citam nenhum. Além disso, só 13% lembraram espontaneamente de alguma empresa brasileira, sendo que 8% deles falaram da Cervejaria Cintra, fundada no Brasil com capital português.

Apenas 21% conhecem alguma marca do País. A pesquisa faz parte de um estudo mais amplo sobre a imagem do Brasil em Portugal para um trabalho que tem por objetivo identificar que produtos e setores brasileiros te-

riam melhores oportunidades de negócio em Portugal e vice-versa, além de como fazer essa inserção.

“O guaraná entrou muito bem em Portugal há cerca de um ano e já ganhou mercado da Coca-Cola porque está associado à imagem que os portugueses têm do Brasil: fez uma campanha baseada no futebol, usando um jogador brasileiro muito popular no país, o Jardel, e é o produto de uma fruta tropical, associada ao estereótipo do Brasil”, diz Reto, que esteve no Brasil na semana passada para lançar, em convênio com a Fundação Getúlio Vargas, a Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão.

Dos 21% que disseram conhecer alguma marca brasileira, 70% citaram o Guaraná Brasil, marca adotada pela Antarctica no exterior. A segunda marca mais conhecida é a de cosméticos O Boticário, com 9%. Entre os entrevistados, 5% informaram conhecer alguma marca brasileira, mas não lembraram de nenhuma, e 3% citaram a caipirinha.

O guaraná também foi o produto brasileiro mais citado na pesquisa, por 17% dos entrevistados, seguido pelo café, com 6%, pela citação genérica de produtos tropicais (6%), pela cosmética de O Boticário (3%), pela caipirinha, goiabada e telenovelas, com um 1% cada e por outros produtos que, somados, tiveram 4%.

Um total de 87% dos entrevistados não se lembrou de nenhuma empresa brasileira. Entre os que se lembraram, a mais conhecida é a TV Globo, citada por 26%. A segunda mais conhecida é a rede Pão de Açúcar, seguida pela Varig (com 10%), pela Petrobrás (com 9%) e pela cervejaria Cintra (com 8%). (AE)

**SÓ 13% SE
LEMBRAM DE
ALGUMA
EMPRESA**