

# “From Russia, with love”

Pedro Santos, Pedro Falcato, Rui Almeida, Luís Mira  
CONSULAI . [www.consulai.com](http://www.consulai.com)

No contexto económico atual, as empresas do nosso setor tendem a estar cada vez mais focadas na implementação e consolidação de estratégias para exportação dos seus produtos. Em paralelo, existem atualmente no mercado diferentes propostas de serviços de apoio à exportação e internacionalização das empresas, que vão desde a realização de diagnósticos de potencial de internacionalização, aos estudos de mercado ou à consultoria focalizada na exportação.

Neste enquadramento, são propostas diversas iniciativas na área da promoção internacional das empresas com o objetivo de assegurar uma maior orientação do produto interno para a procura externa, visando a realização de ações com o intuito de aumentar o volume de negócios das empresas no exterior.

Por outro lado, as missões inversas ou mesmo o investimento externo nas empresas do setor agrícola e agroalimentar nacional é também uma alternativa para muitas empresas que, nas condições atuais de difícil acesso a crédito, não conseguem realizar investimentos para se modernizarem ou fazerem face a necessidades conjunturais. Estes tipos de ações tornam-se tão relevantes como a promoção da exportação de produtos. Iniciativas de promoção internacional realizadas em território nacional que tenham por objetivo a valorização da oferta nacional em mercados internacionais ou mesmo a captação de investimento deverão ser exploradas de forma consistente.

Neste contexto, no passado mês de setembro, a Consulai participou ativamente na organização e realização de uma missão inversa com a presença de uma delegação de quadros superiores de empresas agrícolas e agroalimentares provenientes da Federação Russa. Esta missão, que decorreu no âmbito de uma colaboração com uma instituição universitária, teve como principal objetivo a caracterização do setor agroalimentar em Portugal, a organização do setor (Produção e Transformação) e a caracterização da distribuição e estruturas de comercialização em Portugal.

Esta missão não foi setorial mas sim transversal ao setor agrícola e agroalimentar. Desta forma, foram convidadas a participar



**“A Federação Russa (um dos principais países importadores de produtos agrícolas) teve, de acordo com os dados do INE para 2011, um crescimento real do PIB (variação percentual) de 4,3% e teve nesse mesmo ano uma taxa positiva de variação de importações de bens e serviços de 22,3%.”**

entidades como a Portugal Fresh, a Casa do Azeite e a ViniPortugal. Foram divulgadas as características dos produtos agrícolas nacionais bem como as diferentes estratégias de promoção internacional para cada setor. A partilha de interesses estratégicos com os elementos da delegação foi notória, e as sessões de prova e degustação apenas reforçaram a certeza da heterogeneidade e qualidade dos nossos produtos.

De referir que a Federação Russa (um dos principais países importadores de produtos agrícolas) teve, de acordo com os dados do INE para 2011, um crescimento real do PIB (variação percentual) de 4,3% e teve nesse mesmo ano uma taxa positiva de variação de importações de bens e serviços de 22,3%. Entre os fornecedores da Federação Russa, Portugal ocupa apenas a 51.ª posição. Por outro lado, dos países para onde Portugal mais exporta, a Federação Russa ocupa a 31.ª posição. Estes dados são reveladores de que existe ainda muito trabalho a desenvolver em certos mercados, e este é um dos que aparecem com maior potencial para o nosso setor, no que respeita à exportação

de bens agrícolas e agroalimentares. Relativamente ao investimento externo nas nossas empresas, o facto da Federação Russa ocupar a 8.ª posição no ranking mundial de países que investem no estrangeiro é revelador da importância de iniciativas como esta. Houve espaço nesta missão para o conhecimento dos nossos produtos mas também de unidades representativas de diferentes setores do tecido agrícola e agroalimentar. Foi uma experiência bastante enriquecedora a todos os níveis para todos os participantes nesta iniciativa, e ficaram projetadas diversas oportunidades de negócio.

Acreditamos que estas iniciativas deverão ser consideradas necessariamente prioritárias para a agricultura e para o setor agroalimentar nacional. Deverão também ser fomentadas e realizadas através de parcerias entre agentes dos diferentes setores agrícola e agroalimentar.

Cabe por isso, a todos no setor, contribuir ativamente para que estes objetivos sejam cumpridos com sucesso e que tenham um impacto significativo tendo em vista a viabilidade e sustentabilidade das empresas. ☺