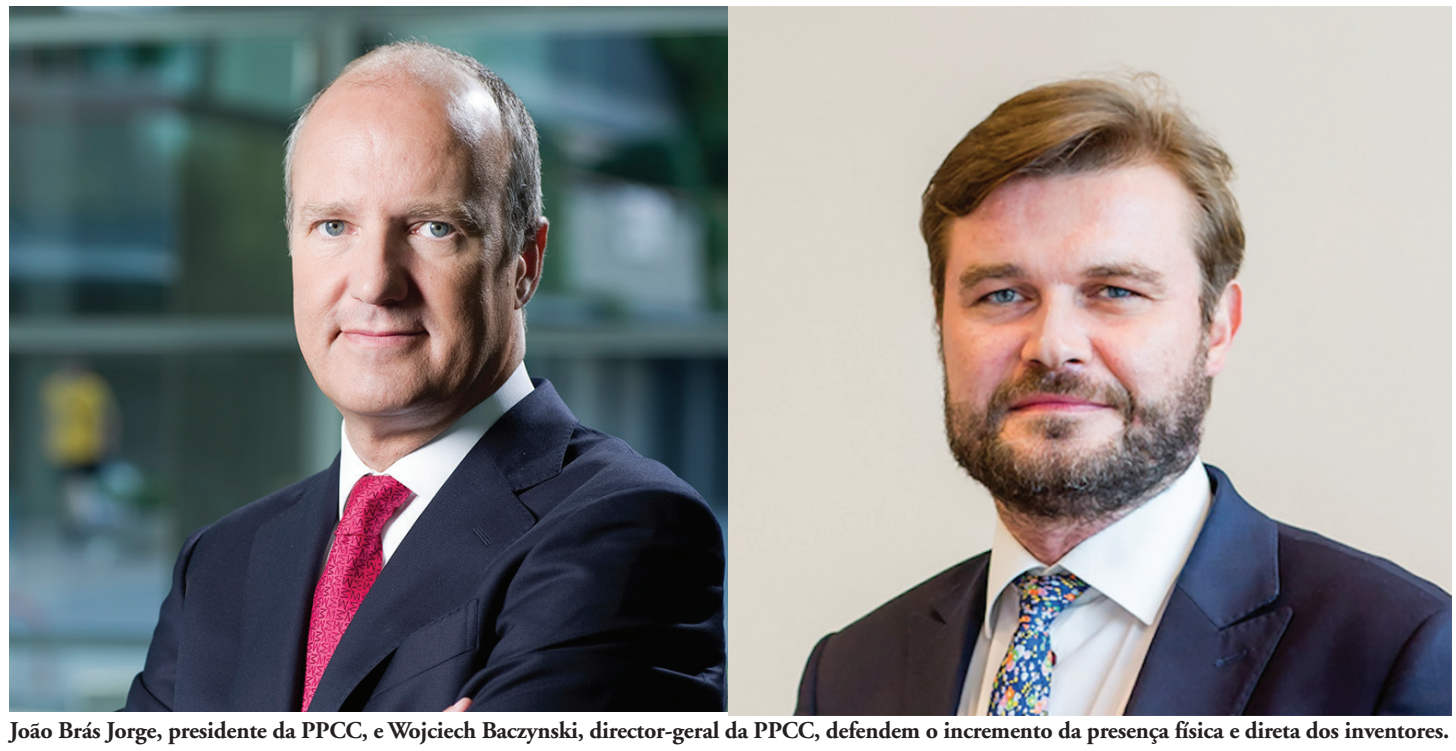
Trocas comerciais com a Polónia

As relações económicas entre Polónia e Portugal estão bem vivas e têm um forte potencial de crescimento. Esta é a opinião conjunta de João Brás Jorge e Wojciech Baczynski, presidente e diretor-geral, respetivamente, da PPCC – Câmara de Comércio Polónia-Portugal.
A Polónia é hoje o 10º cliente de Portugal no mundo e ocupa a 13ª posição como fornecedor. Em 2019 as trocas comerciais entre os dois países chegaram ao recorde de dois mil milhões de euros e mais de 250 mil polacos visitaram Portugal. João Brás Jorge e Wojciech Baczynski salientam a necessidade da presença direta e física nos dois países, para o aprofundamento das relações criativas e competitivas.



João Brás Jorge, presidente da PPCC, e Wojciech Baczynski, director-geral da PPCC, defendem o incremento da presença física e direta dos inventores.

Vida Económica - Qual tem sido a evolução das trocas comerciais entre Portugal e a Polónia?

Wojciech Baczynski - As trocas comerciais entre ambos os países foram bastante incrementadas, facilitadas e beneficiadas pela entrada na Polónia na União Europeia em 2004, o que permitiu a abolição de todas as restrições quantitativas e não tarifárias a ambos os países. Em 2019 as trocas comerciais entre Portugal e Polónia chegaram ao recorde de 2 mil milhões de euros, segundo dados polacos. De modo geral, a Polónia tem tido saldo positivo nas relações comerciais e duplicou as suas exportações para Portugal desde 2013. É interessante sublinhar que mesmo em 2020 a Polónia conseguiu aumentar as suas exportações a Portugal em 9%. Os principais produtos exportados de Portugal para a Polónia são automóveis e suas partes, pastas químicas de madeira, vinhos, moldes, fios e cabos, equipamentos pneumáticos, calçado e medicamentos. Hoje em dia a Polónia é já o 10º cliente de Portugal no mundo, e ocupa a 13ª posição como fornecedor.

A Jerónimo Martins é líder de mercado de retalho polaco

VE - A presença do grupo Jerónimo Martins na Polónia favorece a exportação de produtos alimentares portugueses e a importação de produtos polacos?

WB - A Jerónimo Martins tem feito trabalho fantástico na Polónia, e, como sabemos, é o líder de mercado de retalho, aplicando a sua visão estratégica e ajustando-se à realidade de mercado polaco de forma constante. Ao longo dos anos, obviamente houve sinergias muito positivas para exportadores portugueses e polacos que cooperam com a Jerónimo Martins, tanto na Polónia com vinhos, azeites, café, queijos portugueses, como em Portugal, com queijos, carnes e outros itens polacos, tanto na visão de ações "in-and-out" como em alguns casos, presença mais duradoura.

VE - Em que setores de atividade existe maior potencial de aumento do comércio entre os dois países?

WB - De lado de exportação portuguesa, sem dúvida em máquinas e aparelhos, indústria química, minerais e minérios, tal como alimentos e vinhos. Exportadores portugueses devem estar cientes, que a Polónia está entre os cinco maiores fornecedores mundiais da Alemanha. Por outro lado, os hábitos de consumo na Polónia seguem cada vez mais padrões internacionais, o que, ainda por cima, é fomentado pelos constantes aumentos de trocas em turismo, observados antes da pandemia.

Portugal é um dos destinos preferidos dos turistas polacos

VE - Quais são as principais iniciativas da Câmara de Comércio Polónia-Portugal?

João Brás Jorge - A PPCC funciona nos dois mercados desde 2008, tendo sido fundada pelos maiores investidores portugueses na Polónia e um grupo de empresas polacas. Somos uma câmara plenamente profissionalizada, com equipa de especialistas e uma vasta rede de representantes regionais espalhados pelas maiores cidades de Portugal e Polónia. Em Portugal temos seis representantes situados em Lisboa, no Porto, em Leiria, em Faro, no Alentejo e na Madeira, que prestam todo o apoio solicitado às empresas portuguesas interessadas no mercado polaco.

Anualmente, organizamos conferências sobre os nossos dois mercados, como GO POLAND e "Doing Business: Portugal, Spain and Brazil", bem como vários seminários temáticos promovido sem conjunto com osnossosparceiros e as empresas associadas.

O nosso maior evento anual é a Semana Portuguesa "Flavours of Portugal", que é um instrumento útil de prospeção do mercado por parte de empresas portuguesas doaramos alimentar, bebidas e vinho. Por outro lado, realizamos várias acções de promoção de vinho português, em cooperação estratégica com a Viniportugal, incluindo o "Grand Tasting" anual em Varsóvia, realizado anualmente no outono. Para as PME portuguesas de todos os setores económicos realizamos missões empresariais, presenciais e virtuais, que lhes permitem fazer uma focalizada prospeção no mercado polaco e ter reuniões com potenciais parceiros com apoio profissional e know-how da nossa equipa. Sugerimos uma consulta mais detalhada dos nossos serviços, apresentada na nossa página: http://ppcc.pl/pt/servicos-ppcc.

VE - Existe um interesse crescente do mercado polaco pelo turismo em Portugal?

JBJ - Em 2019, mais de 250 mil polacos visitaram Portugal, que é um dos destinos preferidos dos turistas polacos. Nos últimos anos o número de turistas polacos cresceu em volta de 15-20% ano ao ano. Acreditamos que os fluxos possam regressar a este nível assim que o turismo mundial voltar a funcionar. Aliás, a PPCC contribui para o aumento destes fluxos através de séries de workshops que organizamos cada novembro na Polónia, em cooperação com Turismo de Portugal, dando a oportunidade aos agentes turísticos "incoming" de Portugal de conversar com agências e DMC polacas. A próxima quinta edição do Workshop Turístico para profissionais será organizada nos dias 22, 24 e 25 de novembro de 2021. O objetivo do Workshop é promover a oferta turística de Portugal e países de língua portuguesa (Brasil, Angola, Moçambique, Cabo Verde), direcionada a Operadores Turísticos e Casas de Incentivo na Polónia e República Checa.

Mais de 250 mil polacos visitaram Portugal em 2019

Ao longo dos últimos anos, com a introdução de voos diretos entre a Polónia, Portugal e República Checa e Portugal, a atratividade de Portugal como destino turístico tem vindo a crescer bastante no mercado da Europa Central. Este facto leva à necessidade de ampliar a oferta turística tanto para clientes individuais como para empresas, bem como a oferta temática dedicada a segmentos definidos de consumidores (viagens de incentivos, desportivas, religiosas e enoturismo).

VE - A pandemia tem criado grandes dificuldades, mas também abre novas oportunidades através da cooperação entre empresas portuguesas e polacas?

JBJ - As relações comerciais assentam numa excelente e duradoura experiência e colaboração sustentável entre os agentes económicos de ambos países. Podemos observar que as trocas comerciais em 2020 tiveram desempenho bom, mesmo apesar de as exportações portuguesas para a Polónia diminuírem, mas apenas em 6%. Em termos de investimento português recente na Polónia, podemos referir a compra de Eurobank pelo Bank Millennium, a aquisição da Masterchem pela Logoplaste, a aquisição da Paytel pela SIBS e o investimento "greenfield" da RTE na área de produção de bicicletas. Por outro lado, começam a surgir investimentos mais significativos de empresas polacas em Portugal, como, por exemplo, aquisições da Asseco e da Stemlab polaca. Existem certamente nichos, onde recomendamos entrar em contacto com a PPCC ou através de seus associados especializados em consultoria de negócios. Ambos os mercados, hoje em dia, necessitam cada vez mais de presença direta e física, para o aprofundamento das relações criativas e competitivas.

VE - Tem havido um investimento significativo de grandes empresas portuguesas na Polónia. As PME portuguesas também devem apostar no mercado polaco?

JBJ -Sem dúvida, quem entrou no período de últimos 25 anos beneficia já da presença direta no mercado, resultante da experiência e do profundo conhecimento das suas necessidades e realidades. O mercado polaco necessita de adaptação à sua realidade, mas, por outro lado, consegue aportar lucros significativos, provenientes quer do funcionamento no mercado interno polaco quer da sinergia com mercados vizinhos. Aconselhamos sempre às empresas portuguesas, mesmo as PME, de realizar um profundo trabalho de prospeção, que constituirá uma base para a estruturação das suas relações contratuais no comér-

atingem dois mil milhões de euros

Workshop Turístico para profissionais agendado para 22, 24 e 25 de novembro

cio e distribuição e ter uma boa preparação para as negociações com os parceiros polacos. A presença mais sólida no mercado, que requer um investimento de capital em termos de presença direta, exige um envolvimento maior, por exemplo, através de contratação primeiro de "staff" polaco. A Polónia com o seu mercado doméstico em evolução e população de mais de 38 milhões com crescente poder de compra, é por si só muito interessante, mas vale a pena sublinhar também a sua localização e o facto de que a Polónia faz fronteira com sete países e tem feito trabalho notável em termos de desenvolvimento de infraestruturas que facilitam o comércio transfronteiriço. Tal como Portugal pode ser visto como facilitador de negócios nos países da língua portuguesa, a Polónia pode constituir uma plataforma de distribuição para a região da Europa Central.

Portugal

Alentejo

Bruno Valverde Cota
Optimistic
bruno.cota@optimistic.pt
http://www.optimistic.pt

Faro

Eduardo Serra Jorge
Eduardo Serra Jorge & Maria José Garcia - Sociedade de Advogados
esjorge@esjmjgadvogados.com
http://www.esjmjgadvogados.com

Leiria

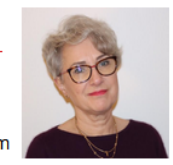
Marta Ribeiro
Índice ICT & Management
marta.ribeiro@indice-consultores.pt
http://www.indice-consultores.pt

Lizbona

Nelson Raposo Bernardo
Raposo Bernardo
nrbernardo@raposobernardo.com
http://www.raposobernardo.com

Madeira

José da Silva
Vershold Solutions
jose.silva@versholdsolutions.com
http:///www.vershold.com



Porto

Danuta Kondek
Funktor – Consultoria, Lda
danuta.kondek@gmail.com
http://http://www.funktor.eu/

PUB