Schindler conta com novo diretor operacional

Marco Abala Matos é o novo diretor operacional da Schindler para a região de Lisboa. Marco integrou a Schindler Portugal em 1993, na área técnica de novas instalações, e, em 2002, mudou-se para Ebikon Suíça, como responsável de produção de projetos estratégicos a nível europeu. Em 2006, assume a direção de produção na Schindler em Espanha e, em 2009, ocupa a direção regional de Aragón e Navarra.

Nersant promove Formação Inicial para Empreendedores

A Nersant – Associação Empresarial da Região de Santarém encontra-se a dinamizar um conjunto de formações certificadas. A Formação Inicial para Empreendedores é composta por cinco ações: "Administração das organizações", "Qualidade – instrumentos de gestão", " Técnicas de marketing", "Sistemas organizacionais e introdução à gestão" e "Noções de economia de empresa".

Universia Portugal e Trabalhando.pt lançam inquérito de emprego

O Universia Portugal (http://www.universia.pt), a rede de universidades presente em 23 países ibero-americanos, e o Trabalhando.pt (http://www.trabalhando.pt), uma comunidade de emprego formada por uma ampla rede de sites associados, lançaram o 4º inquérito de emprego deste ano.

Science4you e Bioalvo são parceiras nos brinquedos biotecnológicos

A Science4you, empresa portuguesa que se dedica à produção, desenvolvimento e comercialização de brinquedos científicos em parceria com a Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa, estabeleceu uma parceria com a Bioalvo. O objetivo é lançar uma nova linha de brinquedos biotecnológicos para aproximar as crianças às ciências biológicas.

MINISTRA DA AGRICULTURA ELOGIA O PÓLO "PORTUGAL FOODS", A VINIPORTUGAL E A FIPA

Estratégia para a internacionaliza ção do setor agroalimentar concluída em outubro

O setor agroalimentar vai dispor de uma estratégia para a internacionalização, voltada essencialmente para a vertente exportação e abrangendo todos os subsetores, incluindo os vinhos. Em entrevista à "Vida Económica", a ministra da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território (MAMAOT) elogia o "mérito" do Pólo 'Portugal Foods, que coordenou todo o trabalho, e frisa que o documento não visa "definir o que deve ser exportado ou o que é que as empresas devem fazer". O objetivo, revela Assunção Cristas, é "apontar metas ambiciosas e ajudar a descortinar mercados".

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

Vida Económica" - O Pólo 'Portugal Foods' entregou à senhora ministra um projeto de estratégia para a internacionalização do setor agroalimentar. Como surge este projeto?

Assunção Cristas - O MAMAOT lançou ao setor agroalimentar, em janeiro de 2012, o desafio de apresentar um documento que traduzisse a aquilo que as empresas desejariam que fosse a estratégia de internacionalização do setor. A 'Portugal Foods' assumiu o desafio e coordenou, com todo o mérito, um trabalho que envolveu diversas empresas e associações empresariais, de acordo com uma metodologia pré-definida entre si. Entregou um documento ao meu gabinete no final de junho de 2012, no qual vêm espelhados alguns elementos para uma estratégia de internacionalização do agroalimentar, essencialmente na sua vertente de exportação.

VE - Ao que julgo saber, foi dada oportunidade a vários parceiros/entidades do setor para apresentarem propostas de melhoria do documento. É assim?

AC - Após análise do documento, entendemos, de acordo, aliás, com a 'Portugal Foods', que este deveria ser circulado entre o maior número de entidades possível, por forma a receber os contributos e críticas que o tornassem mais completo. Circulou, então, por cerca de 30 entidades empresariais ligadas à produção agrícola e alimentar. Foi pedido que os contributos fossem dados até ao final da primeira semana de setembro, para que a informação pudesse ser posteriormente trabalhada, analisada e incorporada naqueles que venham a ser os eixos de internacionalização do agroalimentar a perfilhar pelo MAMAOT e pelo Governo português. Das entidades a quem foram solicitados contributos, 11 deram resposta e com graus muito variados de profundidade.

Assunção Cristas, ministra da Agricultura.

VE – E que tipo de contributos foi possível reunir?

AC - Dada a extensão e complexidade do documento base que foi distribuído, não é possível responder a esta questão de forma tão direta como gostaria. No entanto, houve alguns contributos que se ficaram pela correção de alguma da informação de base relativa a cada subsetor (exportações, mercados, etc), outros ainda centraram-se essencialmente nas questões da governança do modelo a implementar, um aspeto que, apesar de ter sido abordado pela 'Portugal Foods' no seu documento, não é aquele que neste momento mais nos preocupa.

Finalmente, há dois contributos que é justo aqui referir, pela profundidade e abrangência do seu conteúdo. Um foi o da Viniportugal, que apresentou um contributo muito completo em relação ao setor do vinho, setor esse que, por opção, não estava abordado no documento inicial da 'Portugal Foods'. Outro foi o da FIPA (Federação das Indústrias Portuguesas Agroalimentares), extraordinariamente completo e analítico, demonstrando uma genuína vontade e preocupação com o assunto (atributos que lhe são característicos), e que em muito irá enriquecer o documento final.

VE - Quando deverá ser apresentada publicamente essa estratégia?

AC - Está em curso um trabalho de análise que levará, assim o espero, à elaboração de um relatório de síntese. Este trabalho está a ser conduzido pelo GPP (Gabinete de Planeamento e Políticas do MAMAOT), que procurará sintetizar e compatibilizar todos os contributos recebidos, com ênfase evidente no documento da 'Portugal Foods'. Esse documento deverá estar concluído dentro de duas a três semanas, para minha análise. A sua divulgação será anunciada oportunamente.

A 'Portugal Foods' assumiu o desafio e coordenou um trabalho que envolveu diversas empresas e associações empresariais

"Atrair investimento estrangeiro para Portugal e apoiar o investimento português no estrangeiro"

A ministra da Agricultura quer que o país e o setor agroalimentar percebam "duas coisas". A primeira é que "nem o MAMAOT nem o Governo definem aquilo que as empresas portuguesas vão ou não vão exportar", pois "essa escolha cabe, por inteiro, aos empresários".
A segunda é que "a Estratégia para a Internacionalização do Agroalimentar não vai definir o que é que deve ou não ser exportado, ou o que é que as empresas devem ou não devem fazer", pois aquilo que compete ao Governo é apenas "apontar para metas ambiciosas neste domínio e ajudar a descortinar mercados com determinadas características". Por exemplo, os que "evidenciem procura para produtos que nós produzimos e cuja produção podemos incrementar", explicou Assunção Cristas à "Vida Económica".
De acordo com a ministra, a Estratégia visa ainda "encontrar eixos que, se forem percorridos, apontem para atingir essas metas, descortinar ações que lhes dêem consistência e, finalmente, apontar critérios para alocação dos recursos (financeiros, mas não só) que tenhamos disposição para apoiar a internacionalização". Além disso, diz Assunção Cristas, deve dar-se "relevo" às outras componentes da internacionalização. Por um lado, "atrair investimento estrangeiro para Portugal, por exemplo, como forma de complementar as necessidades de financiamento de muitas das empresas". Por outro, "apoiar o investimento de empresas portuguesas no estrangeiro", que a governante olha como um "passo mais estruturante da internacionalização".
Explicando que "nada disto é feito de forma isolada", a ministra frisou à "Vida Económica" que os trabalhos de definição da estratégia "têm sido sempre partilhados com a AICEP", com quem têm "articulado todos os passos" e que também é "um assunto em cima da mesa" do Conselho Estratégico para a Internacionalização da Economia (CEIE).

Portugal Foods leva "mais de 20 empresas" ao SIAL de Paris

A 'Portugal Foods' é "reconhecida como a entidade que tem como missão o apoio às empresas, quer em termos de inovação, quer de internacionalização", explicou Ondina Afonso à "Vida Económica".

TERESA SILVEIRA
teresasilveira@vidaeconomica.pt

O pólo 'Portugal Foods' está a organizar a participação conjunta de "mais de 20 empresas" portuguesas no SIAL 2012 (Salão Internacional dos Profissionais do Setor Agroalimentar), que decorre entre 21 e 25 de outubro na capital francesa.

"Sim, vamos estar com mais de 20 empresas, dos vários setores", revelou à "Vida Económica" Ondina Afonso, diretora executiva do Pólo, frisando que, "pela primeira vez, Portugal vai estar 'em massa' e em dois pavilhões (multiprodutos + gourmet)". O investimento da participação portuguesa é de cerca de 220 mil euros, financiados pelo QREN (Quadro de Referência Estratégico Nacional 2007-2013), adiantou a mesma responsável.

A feira estará dividida em sete grandes áreas: Produtos do Mundo, Produtos Secos, Produtos Frescos, Bebidas, Produtos Lácteos, Produtos Gourmet e Vinhos e são esperados em Paris mais de seis mil expositores (80% dos quais estrangeiros, oriundos 106 países) e 140 mil visitantes.

Questionada pela "Vida Económica" sobre a participação portuguesa, Ondina Afonso explicou que "a razão principal tem a ver com uma das missões" do pólo 'Portugal Foods', ou seja, "mostrar aos mercados externos que Portugal é um país produtor de excelência, com produtos de elevadíssima qualidade e com padrões de qualidade e segurança alimentar acima da média europeia". Por outro lado, realça, "a feira SIAL Paris é uma das maiores a nível mundial e, por isso, a 'Portugal Foods' considera muito importante estar presente".

Japão, Hong-Kong, China, Arábia Saudita, Emirados Árabes, Rússia, México e Venezuela são mercados prioritários

Apesar de a versão final da estratégia para a internacionalização do setor agroalimentar apenas ficar concluída lá para o final de outubro, há algumas conclusões que já podem ser tiradas e que a "Vida Económica" aqui revela. Os mercados prioritários para as empresas do setor agroalimentar são o Japão, Hong-Kong, China, Arábia Saudita, Emirados Árabes Unidos, Rússia, México e Venezuela, adiantou Ondina Afonso, citando dados do Gabinete de Planeamento e Políticas do MAMAOT, da AICEP e das conclusões da auscultação também realizada a um grupo de empresas do setor.

Além destas geografias, "existe ainda um grupo de mercados que as empresas devem aproveitar seletivamente", refere Ondina Afonso. São eles os EUA, Canadá, Indonésia, Coreia de Sul, Irão, Kuwait e Austrália, embora também seja "importante referir a necessidade de sustentar posições que detemos em mercados consolidados, em especial países da CPLP e da Europa".

Assumindo que o pólo 'Portugal Foods' é "reconhecido pelas empresas do setor como a entidade que tem como missão o apoio às empresas, quer em termos de inovação, quer de internacionalização", a diretora executiva da estrutura destaca ainda o "reconhecimento" do Ministério da Economia como "sinal de que o setor agroalimentar é estratégico para a economia nacional".

Explicando que a estratégia de internacionalização "está feita pelas empresas e para as empresas", Ondina Afonso assumiu uma certeza: o 'PortugalFoods quer "prosseguir" envolvendo a curto prazo as entidades do sistema científico e tecnológico na identificação das grandes linhas em termos de inovação que suportem a internacionalização/exportação dos produtos portugueses". Disse ainda querer "envolver as empresas na criação de clusters setoriais que permitam o ganho de dimensão crítica para abordar mercados tão exigentes quantos os que temos identificados como prioritários".

O pólo 'Portugal Foods' agrega hoje 75 associados (14 do sistema científico), estando a avaliar mais "cerca de 70 manifestações de interesse" entretanto recebidas.