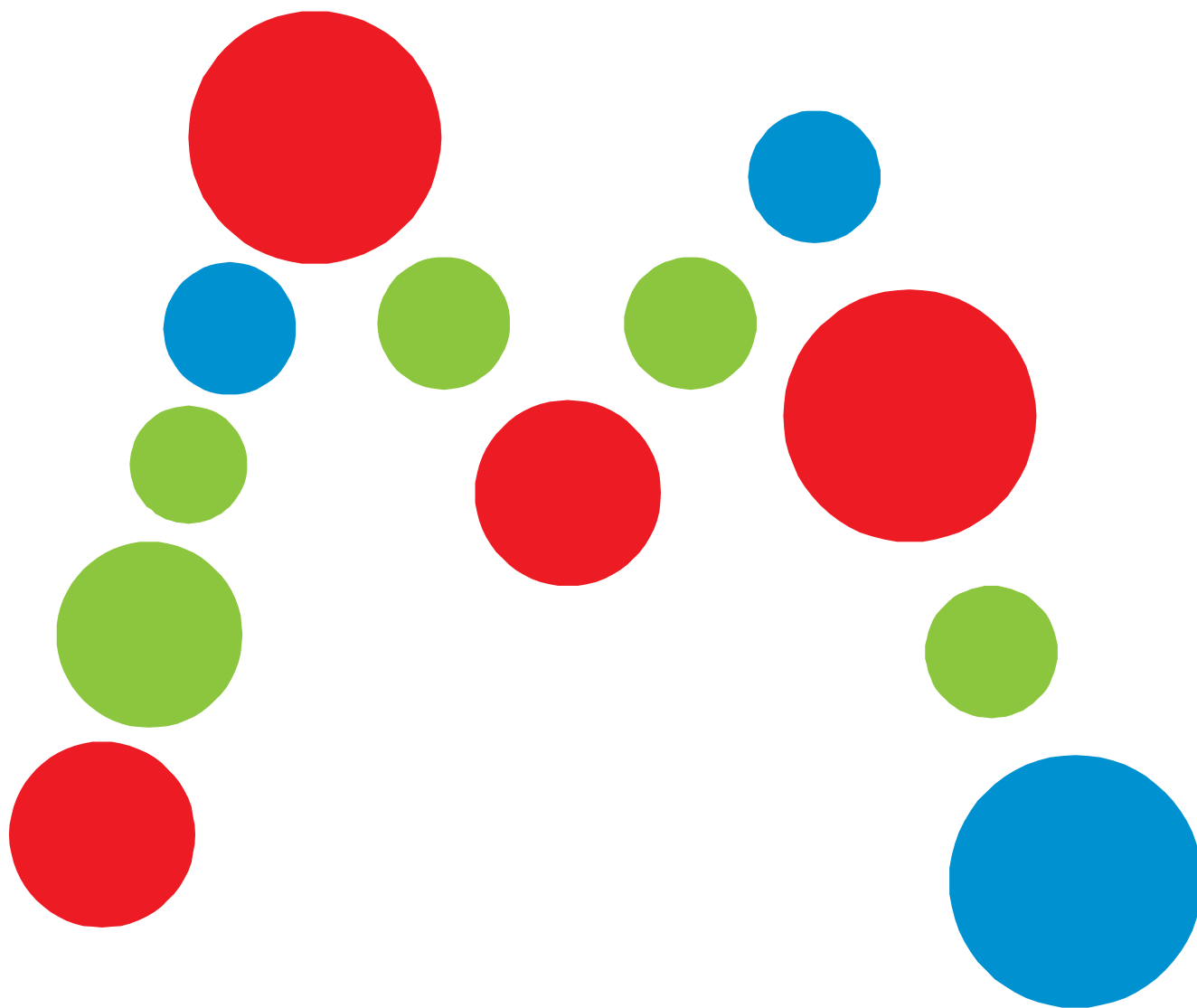


Mercados

informação de negócios



Rússia

Oportunidades e Dificuldades do Mercado

Fevereiro 2010



aicep Portugal Global

Índice

1. Oportunidades	3
1.1 Comércio	3
1.2 Investimento de Portugal na Rússia	4
1.3 Investimento da Rússia em Portugal	5
1.4 Serviços	5
1.5 Turismo	5
2. Dificuldades	6
2.1 Comércio	6
2.2 Investimento de Portugal na Rússia	7
2.3 Investimento da Rússia em Portugal	7
2.4 Serviços	7
2.5 Turismo	8
3. Cultura de Negócios	8

1. Oportunidades

1.1 Comércio

Um grande mercado, com mais de 140 milhões de consumidores onde, antes da crise, o consumo privado crescia na ordem dos 12 % ao ano, fazendo da Rússia um país muito atractivo para os produtos e serviços portugueses de qualidade. A crise mundial afectou seriamente a economia russa tendo, em 2009, o crescimento do PIB sido de -7,5%. No entanto, o Ministério da Economia russo prevê que, já em 2010, o PIB cresça 1,6%. O Primeiro-Ministro, Vladimir Putin, não afasta a hipótese do crescimento real poder vir a ser ainda maior, referindo *“os primeiros sinais de retoma que a conjuntura económica começa a mostrar, um ano após o início da crise”*.

A Rússia poderá vir a ser, em breve, o maior mercado de consumo da Europa, calculando-se que a classe média/alta russa (cerca de 20 milhões de consumidores) gaste 70% dos seus rendimentos em consumo.

Embora a dimensão do país e as suas especificidades não o tornem facilmente abordável, o seu potencial é muito elevado, sendo considerado uma das potências do futuro. Portugal dispõe de uma oferta de qualidade em diversos sectores, relativamente aos quais existe receptividade no mercado russo.

Apesar dos progressos assinaláveis registados nos últimos anos, na dinamização do relacionamento bilateral entre Portugal e a Rússia, serão necessários esforços acrescidos, no sentido de aumentar e desenvolver a base de negócios entre os dois países.

Podemos destacar as seguintes vantagens do mercado russo, para as empresas portuguesas:

- Boas relações institucionais
- Ligação aérea directa Lisboa – Moscovo, 5 vezes por semana, facilitando as deslocações empresariais entre os dois países, o transporte de mercadorias, etc.
- Garantia de estabilidade e boas perspectivas económicas, decorrentes das reformas em curso (reforma do Código da Terra, simplificação do Registo das Empresas, novo Sistema de Impostos, combate à corrupção, a próxima adesão da Rússia à OMC)
- Regiões com grande poder de compra (por exemplo. Moscovo, São Petersburgo, Ekaterineburgo, Kazan)
- Classe média/alta que, apesar da crise continua com um poder de compra considerável e com grande propensão para o consumo, em especial para os produtos e serviços do segmento alto e de exclusividade
- Oportunidades em todos os sectores da oferta nacional

Em termos de comércio, as estratégias de abordagem do mercado russo têm passado principalmente pelos programas que as Associações Empresariais têm organizado, em parceria com a Aicep.

Apesar de existir uma adequação da oferta portuguesa à procura no mercado, no entanto, face às potencialidades da Rússia, o posicionamento de Portugal, traduz-se por uma reduzida expressão comercial, um défice de imagem, e ainda um fraco conhecimento do mercado russo.

Considera-se que a estratégia de abordagem deverá ser mais ofensiva e privilegiar as seguintes acções:

- Campanhas de imagem e comunicação com impacto, que projectem Portugal como fornecedor de produtos e serviços de qualidade;
- Organização de missões de importadores russos a Portugal, sendo considerada a melhor forma destes poderem conhecer *in loco* a oferta portuguesa, a diversidade e qualidade dos produtos, bem como as características específicas das nossas empresas;
- *Market intelligence*, que permita transferir para as empresas os conhecimentos necessários sobre o mercado;
- Actividades promocionais no mercado, com contacto directo com a procura.

Os sectores considerados com maiores potencialidades são as tecnologias e inovação, os vinhos, o calçado, os produtos farmacêuticos, produtos alimentares, materiais de construção, confecção, os têxteis-lar, mobiliário e os moldes.

1.2 Investimento de Portugal na Rússia

De forma a incentivar os investidores estrangeiros, a Rússia está a realizar um ambicioso programa de investimentos públicos, em particular nas infra-estruturas de transportes e obras públicas, sendo mais de 50% dos recursos, investidos na área metropolitana de Moscovo.

Foram criadas zonas económicas especiais (ZEE), onde as empresas que aí se instalam (investidores russos e/ou estrangeiros, em condições de igualdade, tendo em conta a legislação em vigor) beneficiam de apoios estatais e de vantagens fiscais e aduaneiras.

Existem igualmente outros factores atractivos para o investimento estrangeiro, tais como os baixos custos da energia, salário mínimo na ordem dos 230 Euros e mão-de-obra qualificada. É, no entanto, de assinalar que a Rússia não dispõe de um programa de incentivos coerente, a nível de todo o território nacional.

O investimento directo português na Rússia, ao longo dos anos, tem assumido um carácter pontual, tendo-se registado em 2008, de acordo com os dados do Banco de Portugal, investimentos líquidos no valor de 5,2 milhões de Euros.

Algumas empresas portuguesas têm manifestado interesse em se instalarem no mercado, pelo que é possível que a curto/ médio prazo se assista ao aumento do investimento português na Rússia.

As empresas portuguesas poderão ganhar vantagens competitivas ao investir ou estabelecer parcerias estratégicas com empresas russas nos respectivos sectores de actividade.

1.3 Investimento da Rússia em Portugal

Nos últimos anos, o investimento russo em Portugal cresceu na ordem dos 190%, continuando no entanto a ser pouco relevante. De acordo com os dados do Banco de Portugal, registaram-se em 2008, investimentos líquidos no valor de 10,5 milhões de Euros.

As manifestações de interesse da parte russa, têm-se centrado, sobretudo, no sector imobiliário (interesse pela aquisição de apartamentos de luxo, em zonas de sol e praia).

1.4 Serviços

Este sector encontra-se medianamente desenvolvido na Rússia. As empresas portuguesas poderão usufruir de oportunidades em múltiplas áreas, tais como a consultoria, as tecnologias de informação, as telecomunicações, as áreas da inovação e as biotecnologias.

1.5 Turismo

Fruto da retoma da sua situação económica, a Rússia apresenta-se como um mercado *outgoing* muito promissor, apresentando o maior potencial de crescimento para a Europa.

Segundo os especialistas, em 2020 a Rússia deverá gerar cerca de 30,5 milhões de turistas, ou seja, 2% do número total de turistas a nível mundial.

O “Sol e Mar” continua a ser o produto mais procurado pelos russos, o que não é surpreendente se tivermos em consideração os rigorosos e longos Invernos que caracterizam a Rússia.

Neste produto, os concorrentes de Portugal são vários e quase todos apresentam vantagens comparativas (maior proximidade geográfica, preços mais baratos dos alojamentos e dos transportes, imagem do país, conforto e segurança, inexistência de visto para alguns países Shengen: diminuição do tempo na emissão dos vistos e concessão de vistos para múltiplas entradas).

A forma de podermos potenciar a promoção do país, será a de associar outro produto que nos diferencie, nomeadamente o Turismo Cultural.

Os principais destinos concorrentes de Portugal a nível dos produtos "Sol e Mar" são o Egipto, Turquia, Espanha, Chipre e Grécia. A nível do "Turismo Cultural", são a França, a Itália e a Espanha.

Em 2009, viajaram cerca de 50 mil turistas russos para Portugal, enquanto que para Espanha o número foi superior a 420 mil. Há, neste contexto, muito a fazer no sector.

2. Dificuldades

2.1 Comércio

A Rússia é um mercado fortemente concorrencial. O défice de imagem dos produtos nacionais constitui o principal factor inibidor do crescimento das nossas exportações para este mercado. Para tentar inverter esta tendência, será importante apostar em duas vertentes:

- no mercado local (através de acções promocionais para reforçar a imagem de qualidade dos nossos produtos);
- em Portugal (através da organização de missões de importadores russos ao nosso país).
- Os principais entraves que as empresas portuguesas encontram no mercado russo são:
 - Língua
 - Elevados custos na abordagem ao mercado
 - Concorrência crescente dos parceiros estrangeiros tradicionais (i.e. Espanha, França, Itália, Alemanha)
 - Consolidação de novos parceiros (por exemplo: Turquia, China)
 - Financiamento de operações no mercado
 - Falta de informação qualificada sobre os parceiros locais e défice de informação sectorial
 - Compreensão do funcionamento de algumas entidades ligadas ao comércio externo (i.e. alfândegas)
 - Interpretação da legislação local, dificuldade na compreensão do quadro legislativo aprovado
 - Desalfandegamento de mercadorias
 - Falta de transparência e grande burocracia

2.2 Investimento de Portugal na Rússia

O estabelecimento de empresas internacionais na Rússia é um processo bastante burocrático e, apesar das autoridades russas legislarem no sentido da simplificação da regulamentação, esta não tem sido de fácil implementação em todo o território.

As empresas portuguesas devem ter em consideração alguns critérios, que são muito importantes para o sucesso da respectiva implantação no mercado:

- Recorrer a gabinetes especializados de advogados (conhecedores do Direito Russo), quer na fase de criação da empresa, quer durante o exercício da respectiva actividade
- Ponderar sobre os elevados custos do imobiliário (espaços comerciais, escritórios, apartamentos) nas principais cidades, como Moscovo e São Petersburgo
- Analisar os custos fiscais, sociais e administrativos, que podem ser elevados
- Privilegiar a contratação de colaboradores locais no plano estratégico do investimento, com a finalidade de potenciar uma boa comunicação com os parceiros do mercado.

2.3 Investimento da Rússia em Portugal

Nos últimos anos, as empresas russas têm canalizado os seus investimentos para países da CEI, China e Índia, entre outros. No âmbito do investimento, considera-se que a falta de interesse pelo nosso país está sobretudo relacionado com:

- Défice da imagem de Portugal e conseqüente desconhecimento do país, sendo necessárias campanhas
- de imagem e de publicidade;
- Inexistência de convites a decisores de grandes empresas russas a Portugal, sendo necessário dinamizar e organizar viagens (com todos os custos a cargo da parte portuguesa) de potenciais investidores ao nosso país, com o objectivo de dar a conhecer as infra-estruturas industriais e a oferta nacional.

2.4 Serviços

Uma das principais dificuldades do sector, tem a ver com a ainda relativa “timidez” na aquisição de serviços ao estrangeiro, por parte das empresas russas, as quais dispõem de alguma competitividade em múltiplas áreas dos serviços.

2.5 Turismo

A Rússia apresenta grandes oportunidades no sector de turismo, mas torna-se necessária uma boa política de promoção (correspondente às exigências do mercado) para Portugal se tornar num destino rentável, particularmente para o segmento VIP. Para fomentar o interesse pelo destino Portugal são necessárias acções de promoção de grande impacto nos *media*.

As principais dificuldades na captação de turistas russos para Portugal são:

- Forte agressividade promocional dos concorrentes, que realizam campanhas publicitárias frequentes ao longo do ano (Espanha, Itália, Grécia, Egipto, Turquia, etc.).
- Notoriedade, ainda pouco afirmada, quanto ao potencial e à diversidade turística do país, em particular do “Turismo Cultural”;
- Preços elevados dos transportes e alojamento, comparativamente com o que é praticado por destinos concorrentes, os quais oferecem grandes descontos, o que se reflecte no preço final dos pacotes propostos.

3. Cultura de Negócios do Mercado

Facilidades de Entrada

A Rússia dispõe de uma vasta rede de infra-estruturas (rodoviária e ferroviária). A utilização da maioria das estradas é gratuita.

No que respeita ao transporte ferroviário, as ligações entre Moscovo e as grandes cidades do país são frequentes, sobretudo com São Petersburgo. Em Dezembro de 2009, foi inaugurada a ligação de alta velocidade entre Moscovo e São Petersburgo (700 Km de percurso, em 3H45).

O avião permanece o meio de transporte mais comum, tendo em conta as grandes distâncias a percorrer. Nos últimos tempos apareceram numerosas companhias locais que fazem as ligações internas. Os três aeroportos internacionais de Moscovo têm ligações diárias para quase todas as capitais da Europa.

Precauções na Abordagem

A abordagem do mercado deve ser feita, preferencialmente, em língua russa. É igualmente possível comunicar em inglês; no entanto, não sendo uma língua correntemente utilizada poderão surgir dificuldades no processo da comunicação. Outros idiomas como o alemão, francês, espanhol, são pouco falados. Nas reuniões, é aconselhável fazer-se acompanhar de um intérprete de português-russo.

Procure marcar as suas reuniões com algum tempo de antecedência (min. 1 mês). Se por qualquer motivo estiver atrasado para uma reunião, é importante que telefone e avise o seu parceiro comercial, explicando a razão do atraso.

É muito importante estar bem preparado para as reuniões relativamente ao produto, preços, condições de pagamento, quantidades e prazos de entrega, sendo sempre preferível apresentar toda a documentação em russo.