

Governo alia-se aos privados para recuperar as exportações através das marcas nacionais

Colapso de 2020 obriga a recuperar vendas ao exterior em quantidade, mas sobretudo em valor. **Estratégia passa por aliança público-privada**

JOANA NUNES MATEUS

É a primeira vez que se reúnem tantos governantes e empresários de diferentes fileiras da economia portuguesa em torno de um objetivo comum: relançar as exportações de bens e serviços nacionais, projetando no mundo as marcas de Portugal.

O colapso de 2020 obriga a recuperar em quantidade, mas sobretudo em valor. E para pagarem mais caro pelo *made in Portugal*, os mercados externos devem reconhecer as empresas portuguesas como produtoras de bens e serviços de elevada qualidade e valor.

O secretário de Estado da Internacionalização, Eurico Brilhante Dias, fala de uma "aliança público-privada" na frente da diplomacia económica para melhor coordenar a estratégia de promoção externa em três vertentes: a marca "Portugal", as marcas sectoriais ou "fileira" e as diferentes marcas "empresariais".

A primeira reunião para coordenar esta nova estratégia

de promoção externa dos produtos e serviços portugueses está planeada para este mês de abril. A intenção é começar a reunir trimestralmente para alinhar estratégias, identificar mercados-alvo e trabalhar nos instrumentos de promoção conjunta a apostar, desde as tradicionais missões e feiras até às novas ferramentas digitais na internet e redes sociais.

Grupo Marca Portugal

"Temos pela primeira vez um órgão que se reunirá de forma recorrente para melhor coordenarmos esta frente da diplomacia económica", diz Eurico Brilhante Dias sobre o chamado Grupo de Coordenação da Marca Portugal.

Do lado público, ao secretário de Estado da Internacionalização deverão juntar-se colegas de diferentes ministérios, como é o caso dos secretários de Estado ligados ao turismo, comércio, agricultura, pesca ou património cultural.

Do lado privado, representantes das diferentes fileiras

exportadoras, desde as confederações da indústria (CIP), agricultura (CAP), turismo (CTP), comércio e serviços (CCP), construção e do imobiliário (CPCI) ou das cooperativas agrícolas (Confagri), passando pela Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa (CCIP) e outras relevantes associações empresariais.

Entre 2015 e 2019, as exportações subiram €20,2 mil

milhões em valor, de €73 mil milhões (40,6% do PIB) em 2015 para 93,2 mil milhões (43,5% do PIB) em 2019. Mas a pandemia ceifou 20% ao valor das vendas ao exterior em 2020. Um colapso de €18,9 mil milhões em termos nominais e para 36,7% face ao PIB.

"Ficámos ligeiramente acima do valor nominal de 2015, perdendo todo o esforço de crescimento que tivemos nos últi-

mos anos. É uma queda muito pronunciada da qual temos de recuperar rapidamente", diz Brilhante Dias. Ele é o coordenador do programa Internacionalizar 2030 cuja prioridade é elevar as exportações para 44% PIB em 2023, 50% PIB em 2027 e 53% PIB em 2030.

"Percebemos que este retomar precisa de ser quantitativo, mas sobretudo qualitativamente diferente", acrescenta o governante. "Há um grande esforço do Plano de Recuperação e Resiliência e do Portugal 2030 para apoiar a geração de riqueza através de bens e serviços de maior valor acrescentado. E esta aliança público-privada será decisiva para aumentar a sua notoriedade no exterior. O sector privado — as empresas e associações nas diferentes fileiras — é central. E o Estado deve dar o exemplo e ser capaz de coordenar uma estratégia de promoção externa mais eficaz e transversal."

economia@expresso.imprensa.pt



EXPORTAR MAIS VALOR

"O sector privado — as empresas e associações empresariais nas diferentes fileiras — é central para esta estratégia de promoção externa"

Eurico Brilhante Dias
Secretário de Estado
da Internacionalização