



Jovens Agricultores

REVISTA TRIMESTRAL # 87

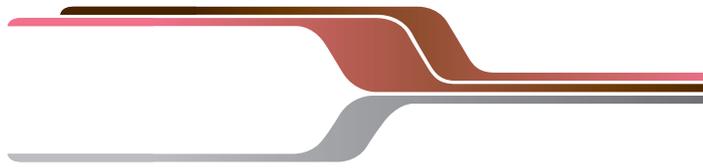
JUL|AGO|SET| 2011 | DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

Associação dos Jovens Agricultores de Portugal



PORTUGAL Argentina Brasil Chile PORTUGAL Colômbia
Cuba Equador PORTUGAL México Panamá Paraguai
PORTUGAL Peru República Dominicana Uruguai POR
TUGAL Venezuela Argentina Brasil Chile PORTUGAL

INTERNACIONALIZAÇÃO
DAS EMPRESAS AGRÍCOLAS
UM APELO NACIONAL



EDITORIAL 3

O Salto em Frente

Firmino Cordeiro | Presidente da AJAP

DOSSIER 4

A Internacionalização da Agricultura Portuguesa | Confiança para Crescer
José Diogo Albuquerque | Secretário de Estado da Agricultura

A Internacionalização das Empresas Agrícolas e Agro-Alimentares Portuguesas
Carlos Oliveira | Secretário de Estado do Empreendedorismo, Competitividade e Inovação

“Quem Arriscar na América Latina não se vai Arrepende”
Embaixadora Minerva Lara Batista

A Internacionalização dos Sectores Agro-Alimentar e Florestal
Os Mercados dos Países da América Latina
Gabinete de Planeamento e Políticas

Internacionalização das Empresas Portuguesas | Inovação, Competitividade e Exportações | Apoios Públicos e Investimento Empresarial
Luís Mira da Silva | INOVISA / Instituto Superior de Agronomia

Internacionalização das Empresas Agrícolas | Um Apelo Nacional
Maria Antonieta Gálvez Krüger | Presidente do Conselho Fiscal | IPDAL

SER JOVEM AGRICULTOR 16

Jovem Empreendedora | Na Floricultura
Paula Cristina Bogo Oliveira

APOIO AOS JOVENS AGRICULTORES | PRODER 18

REFERÊNCIAS DO MUNDO RURAL 22

Energy Solutions com Soluções de Energia Verde
Energy Solutions | Grupo Visabeira

ASSOCIATIVISMO 24

PUBLI-REPORTAGEM 26

Reduzir os custos da alimentação animal com pastagens e forragens
Fertiprado

LEGISLAÇÃO 27



O SALTO EM FRENTE

Firmino Cordeiro | Presidente da AJAP



Portugal necessita dar o salto em frente, não pode ficar “amarrado” a políticas que acabam por se tornar asfixiantes para as pessoas, para a economia e para o desenvolvimento.

Os portugueses são dos melhores profissionais nos diferentes locais do mundo, os mais capazes e seguramente dos mais trabalhadores, mas não funcionam da mesma forma em Portugal. Esta é a grande questão, porquê?

Infelizmente no nosso caso o ditado funciona “Santos da terra não fazem milagres”, não conseguimos libertar-nos da mesquinhez da política, do “arranjinho”, do “tacho”, do “favor” e da “cunha”.

As consequências estão à vista, e as medidas aplicadas e a aplicar estão a levar muitos portugueses ao limite entre a zona de equilíbrio e a ruptura financeira, e ao desespero a que alguns já chegaram e não conseguem sair.

Finalmente surge o apelo à agricultura como tábuas de salvação. Durante anos a fio a actividade foi completamente desprezada pelos políticos e aparecem agora muitos deles como paladinos da verdade a apelar à mobilização nacional para o regresso ao cultivo das terras.

Ficamos sem saber se devemos ou não acreditar, “de boas intenções está o inferno cheio” e “palavras leva-as o vento”, precisamos de acções concretas e de provas desse real *volte-face* político. Felizmente perante o cenário global de crise e face ao momento extremamente delicado que o país atravessa reconhecemos o esforço que o Ministério apresentou em relação ao orçamento de estado para 2012.

A AJAP tem pautado a sua actuação pela defesa da instalação de Jovens Agricultores em Portugal, e pela sua representação além fronteiras, bem como pela promoção das suas produções e da qualidade dos produtos portugueses. Nesse sentido, a AJAP vai organizar em parceria com o IPDAL (Instituto para a Promoção e Desenvolvimento da América Latina) o Fórum Portugal – América Latina: INTERNACIONALIZAÇÃO DA AGRICULTURA E ALIMENTAÇÃO que em nosso entender marca também o salto em frente que a AJAP necessitava, por forma a que as produções com potencial de exportação, mesmo de pequenos e médios agricultores possam, se apoiados, ser uma realidade.

Ficha Técnica

Propriedade, Redacção e Edição AJAP - Associação dos Jovens Agricultores de Portugal
Rua D. Pedro V, 108 - 2º, 1269-128 Lisboa | Tel: 213 244 970 | Fax: 213 431 490

Director Firmino Cordeiro

Coordenação Departamento de Comunicação **Redacção** Departamento Técnico

Secretariado Olga Leitão **Departamento Comercial** Olga Sereno

Paginação AJAP | Miguel Inácio **Impressão** Gazela, Artes Gráficas, Lda.

Depósito Legal nº 78606/94 **Registo de Título** nº 116714 **Tiragem** 10 000 Exemplares

Periodicidade Trimestral **E-mail** ajap@ajap.pt **URL** www.ajap.pt

Distribuição Gratuita

Com o apoio



Instituto Português da Juventude, I.P.
juventude.gov.pt



A INTERNACIONALIZAÇÃO DA AGRICULTURA PORTUGUESA CONFIANÇA PARA CRESCER

José Diogo Albuquerque | Secretário de Estado da Agricultura

A agricultura tem uma importância fundamental na internacionalização da economia portuguesa. O sector agro-florestal representa 13% do total das exportações portuguesas. Regista, desde 2000, um crescimento anual das vendas para estrangeiro superior a 10%, superior ao conjunto do país, esse crescimento foi de 5,3%.

É um sector com uma perspectiva única de crescimento e que, por isso, dispõe de uma série de apoios destinados a projectos que visam estratégias de valorização comercial, promoção e internacionalização. O objectivo é aumentar as vendas ao exterior das empresas que já são exportadoras, alargar a base de empresas com potencial exportador por forma a aumentar as vendas com maior valor acrescentado.



Os casos da Viniportugal, da Portugal Fresh e da Portugal Food's são exemplos de uma nova dinâmica dos produtores portugueses na procura de visibilidade e notoriedade dos produtos portugueses nos mercados externos. No caso concreto dos vinhos, o sector que há mais tempo desenvolve esse trabalho, os resultados são muito positivos e levaram a que Portugal já exporte 30% dos seus vinhos para os grandes mercados do mundo.

Outra prioridade na internacionalização da agricultura portuguesa é a captação de investimento estrangeiro modernizador do tecido empresarial português. Como se pode verificar pelos

exemplos dos produtos frescos e do azeite, o investimento estrangeiro pode desempenhar um papel fundamental, tanto no aumento das exportações como na diminuição de importações.

Aumentar a Produção

O Programa do Governo prevê uma diminuição progressiva do défice da balança alimentar até ao equilíbrio previsto para 2018. Este objectivo implica, para os próximos anos, um aumento da produção agrícola com capacidade exportadora. Será em torno deste grande objectivo que vão ser desenhadas todas as políticas nacionais. É neste quadro que se fará a negociação da Política Agrícola Comum, PAC.



“O objectivo é aumentar as vendas ao exterior das empresas que já são exportadoras, alargar a base de empresas com potencial exportador por forma a aumentar as vendas com maior valor acrescentado.”

Concentração da Oferta

Um factor determinante para uma maior visibilidade da agricultura portuguesa nos grandes mercados internacionais, é a concentração da oferta através da criação e profissionalização das Organizações de Produtores. A estrutura fundiária existente, que assenta na pequena e média propriedade, implica um esforço de organização dos agricultores por forma a ganharem escala e passarem a ser interlocutores das grandes cadeias de distribuição.

Cada vez mais, os agricultores sentem essa necessidade e formam as suas próprias organizações com múltiplas vantagens, que vão da negociação conjunta de factores de produção à comercialização. É, provavelmente, a única forma de os pequenos agricultores disporem das mesmas condições que os grandes: na compra dos factores, na banca, nos seguros ou na valorização dos seus produtos.

É por isso que é importante o estímulo das Organizações Interprofissionais de forma a conseguir o equilíbrio da cadeia alimentar e uma mais justa distribuição do valor acrescentado entre todos os agentes envolvidos. É importante juntar nas mesmas organizações, produtores, industriais e distribuidores com interesses comuns e vontade de crescer em conjunto.

Eficiência dos Apoios

E a primeira consequência é que o Programa que substituirá o actual PRODER, tem de ser mais simples, mais eficaz e mais focado que o actual; o mais complexo de todos os que estão em vigor em todos os Estados membros da União Europeia. Menos áreas mais abrangentes e mais simplicidade no acesso por parte dos beneficiários serão as palavras de ordem para o futuro.



Funcionamento da Cadeia Alimentar

Temos repetido que o MAMAOT não dá subsídios, apenas veicula as ajudas comunitárias a que os agricultores têm direito. Essa é uma determinação que queremos que seja indiscutível para o futuro. E, no caso do investimento, tem a obrigação de desenvolver todos os esforços possíveis para conseguir que o Orçamento de Estado acomode os montantes necessários à comparticipação nacional.

Temos de ser capazes, mesmo neste ambiente de grande dificuldade financeira de não desperdiçar nem um cêntimo dos meios de que dispomos para investir na agricultura. Não vamos insistir em criar barreiras à vontade de investimento das empresas através de “sectores estratégicos” que acabam por limitar o acesso das empresas à comparticipação noutros investimentos.

Acreditamos que é mais importante estabelecer abordagens estratégicas a cada projecto de investimento e deixar que sejam as empresas a definir os seus objectivos e prioridades. Tendo, naturalmente, em conta a sua capacidade de se integrar na política nacional que dá prioridade à integração em Organizações de Produtores e ao equilíbrio da balança alimentar.

Administração ao Serviço dos Agricultores

Acreditamos, acima de tudo, que o sucesso depende da vontade e da determinação das empresas para produzirem com qualidade a preços competitivos para os grandes mercados. Ao Estado, caberá gerar confiança e não lhes falhar, seja na criação de um ambiente favorável ao investimento, seja na promoção da imagem do país no exterior ou na criação de regras claras para a produção.

Esse é o nosso trabalho. Esse é o nosso compromisso.





A INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS AGRÍCOLAS E AGRO-ALIMENTARES PORTUGUESAS

Carlos Oliveira | Secretário de Estado do Empreendedorismo, Competitividade e Inovação

O sector agrícola e agro-alimentar assume um peso significativo na economia portuguesa, representando 3.6 por cento do Valor Acrescentado Bruto e 6.4 por cento da produção total da economia em 2008. Para além da relevância do sector na estrutura produtiva, é também patente o dinamismo demonstrado que, no auge da crise económica e financeira, revelou ser um dos sectores de actividade em Portugal a mostrar maior resiliência, com as exportações em 2010 a recuperarem perdas do ano anterior, registando um montante 1.7 por cento superior ao do verificado em 2008 (o que compara com uma variação de -5.6 por cento do total das exportações de bens para o mesmo período). O desempenho do sector face a importantes choques externos não conseguiria ser assegurada se não fosse o facto de se reunirem neste sector importantes factores de competitividade.

Deve ter-se presente que estes factores não são os mesmos para todos os produtos agrícolas e agro-industriais. Efectivamente, o ganho de quota nos mercados internacionais consegue-se, ora por via de uma progressão dos custos de trabalho por unidade produzida que, quando comparada com a dos nossos concorrentes naqueles mesmos mercados, nos é favorável, ora por efeito de ganhos nos termos de troca quando os mesmos são explicados por um aumento da qualidade dos produtos exportados. Naturalmente, estes dois vectores de reforço da competitividade não são mutuamente exclusivos. Em produtos que incorporam significativa inovação através do conteúdo tecnológico ou de aspectos relacionados com o design, o marketing, ou a reestruturação do processo de criação de valor, a competitividade processa-se por via de um ganho dos termos de troca. Já no caso dos produtos tradicionais onde essa regeneração é menos evidente, a conquista de quotas de mercado e a redução da dependência externa no abastecimento alimentar opera-se sobretudo por via dos custos, e nesse plano é cada vez mais evidente que Portugal tem parceiros comerciais muito competitivos, como demonstram os países do Mercosul, ou mesmo do Magrebe.

O aumento da competitividade das actividades económicas portuguesas, e do sector agro-alimentar em particular, passa não só por aquele reforço das exportações e pelo concomitante reforço da capacidade de produtores locais responderem às necessidades alimentares em território português, como também pela presença comercial – leia-se investimento directo no exterior – por parte dos grupos agro-alimentares

nacionais e pela capacidade de captar investimento directo estrangeiro em território português que implique criação de emprego e transferência de tecnologia.

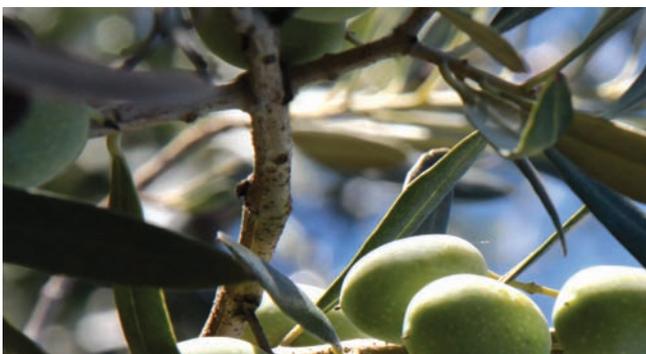
Uma gestão estratégica da política de pólos de competitividade e de clusters permite colher os benefícios destes dois tipos de investimento. No que se refere ao investimento directo estrangeiro, haverá que capitalizar a presença de grupos em território português – por exemplo, no sector da distribuição – para aumentar o conteúdo nacional dos produtos alimentares aí vendidos, ou para promover, por via desses mesmos grupos, a colocação nos mercados externos de produtos portugueses. Por seu turno, no que se refere ao investimento português no exterior, a troca de experiências de internacionalização, as parcerias entre empresas representativas de diferentes fases da cadeia de valor (com eventual aumento da capacidade negocial das empresas agrícolas face ao sector da distribuição) e o redireccionamento da investigação e desenvolvimento nas Universidades e centros de investigação para a empresa permitem fazer face às indivisibilidades de uma entrada em novos mercados que se quer planeada, duradoura e consequente.

Com efeito, uma das dificuldades das empresas portuguesas deste sector, e de muitos outros, é o facto de não atingirem a escala crítica que lhes permite serem competitivas no mercado nacional e nos mercados internacionais; além da fragmentação do tecido produtivo, constata-se também que, infe-

“Efectivamente, o ganho de quota nos mercados internacionais consegue-se, ora por via de uma progressão dos custos de trabalho por unidade produzida que, quando comparada com a dos nossos concorrentes naqueles mesmos mercados, nos é favorável, ora por efeito de ganhos nos termos de troca quando os mesmos são explicados por um aumento da qualidade dos produtos exportados...”

lizmente, produtos agro-industriais para os quais Portugal é um dos maiores exportadores mundiais (como é o caso do azeite) continuam a ser difíceis de encontrar nas prateleiras dos supermercados europeus. A internacionalização com sucesso dependerá, como vimos de uma maior integração tecnológica nos processos de produção e no produto final; mas a consolidação das empresas e/ou a organização dos produtores em associações mais representativas, a inovação na gestão, a afirmação da marca, o reforço da predisposição para conhecer novas procuras e o conhecimento e controlo das cadeias de distribuição constituem factores de inovação tão ou mais urgentes. Em paralelo, haverá margem para se proceder a uma simplificação dos instrumentos financeiros de apoio às empresas do sector, com vista à sua efectiva utilização.

Quanto a eventuais custos de contexto que o sector agro-alimentar possa enfrentar no exterior, merecem destaque as barreiras não tarifárias. As negociações de acordos entre a União Europeia e os seus principais parceiros comerciais têm o potencial de abrir os mercados terceiros, mas esse potencial só se realizará se a UE conseguir ir mais além do que uma mera consolidação de direitos e, em última instância, os acordos só serão vantajosos se se assegurar reciprocidade na abertura – uma preocupação que pauta a posição de Portugal no seio dos restantes 26 Estados Membros. Acresce que, por vezes além do âmbito daqueles acordos, as barreiras não tarifárias acabam por limitar o alcance dos mesmos, pelo que é fulcral uma acção concertada e consequente para as remover. Portugal deverá accionar os seus canais diplomáticos para pressionar economias proteccionistas no sentido de permitir um efectivo acesso ao mercado, mas ao mesmo tempo deverão as empresas do sector agrícola e agro-industrial contribuir com evidência que permita constituir um “caso” que seja defensável pelas autoridades portuguesas, e que assim também lhe permitam solicitar os esforços da Comissão Europeia no mesmo sentido. Foram recentemente registados alguns sucessos neste domínio, como bem ilustra o desmantelamento de barreiras fitossanitárias consideradas injustificadas, que impediam o acesso de carne portuguesa a mercados emergentes no oriente.



Já no plano preventivo, é preciso ter-se consciência de que as PME tenderão a revelar maior dificuldade em conhecer o enquadramento legislativo e processual dos mercados de destino. Esta limitação constitui uma potencial falha de mercado à qual tanto Portugal como a UE devem estar atentos e encetar os meios necessários a mitigá-la. Aqui também, é fundamental ter presente que os mercados emergentes têm uma dimensão tal que os torna um campo de oportunidades para a agricultura portuguesa, ampliado pelo facto de apresentarem uma percentagem crescente de consumidores com um poder de compra apreciável e com um grau de sofisticação interessante para os nossos exportadores. A apetência dos mercados orientais para vinhos doces aponta um sentido possível para a internacionalização das empresas que merece ser explorado.

É importante salientar que o esforço de internacionalizar cabe, em primeira linha e em última instância, à iniciativa dos agentes económicos. Tal não implica, porém, que o Estado se demita das suas funções de promover os vectores de internacionalização destacados, sobretudo quando as empresas se vêem confrontadas com falhas de mercado ou com externalidades que limitam severamente a eficácia das suas estratégias, ou mesmo quando as empresas enfrentam significativos custos, limitações ou riscos, em Portugal como no exterior.

A internacionalização das empresas pressupõe que as mesmas se encontrem, à partida, preparadas para enfrentar o mercado nacional, aí concorrer e aí colocar os seus produtos. O mercado interno constitui, pois, o primeiro teste à competitividade das empresas. Com este facto presente, o Governo lançará a muito breve trecho a iniciativa +Portugal, a qual promoverá a capacidade de as empresas portuguesas aumentarem a sua capacidade produtiva por via da colocação dos seus produtos nos pontos de venda nacionais e dinamizará, em estreita articulação com as entidades representativas dos diversos intervenientes, a celebração de acordos interprofissionais e de outras medidas tendentes a reforçar a capacidade negocial do sector agrícola na cadeia de valor, tendente a combater a assimetria estrutural e na distribuição do valor acrescentado associada à generalidade das fileiras agro-alimentares.





“QUEM ARRISCAR NA AMÉRICA LATINA NÃO SE VAI ARREPENDER”

Embaixadora Minerva Lara Batista

Minerva Lara Batista tem-se dedicado a questões empresariais e comerciais, fazendo a ligação entre várias empresas portuguesas e a América Latina, sobretudo América Central e Panamá.

Segundo Minerva Batista, a qualidade do produto português é uma mais-valia que Portugal tem enquanto produtor, parecendo-lhe um aspecto a explorar dentro das relações económicas entre Portugal e a América Latina.

Toda a América Latina, neste momento, encontra-se num auge económico, está em crescimento, e portanto crê que a situação da América Latina favorece Portugal.

Portugal deve colocar-se nestes mercados emergentes também em sectores como o da alimentação.

Podia dar uma visão do Panamá, da sua posição estratégica de comércio internacional e dos principais indicadores?

O Panamá é o Centro do Continente Americano, com um canal no qual passa 8% do comércio mundial. Em 2014, ano em que se inaugura a ampliação e o alargamento do canal, este terá um incremento, pensando-se que em 2018/2020 passarão 25 mil barcos pelo Panamá. Nos dias de hoje, são 15 mil barcos que passam pelo canal e se abastecem no Panamá, necessitam uma grande quantidade de produtos alimentares, combustíveis, e de maquinaria. É sem dúvida um ponto a explorar.

Este é um país com 3.5 milhões de habitantes, que possui uma área um pouco menor que Portugal, não tem indústria e que tem uma agricultura de subsistência.

Quando falo com um empresário aqui em Portugal, falam sempre do México, Argentina, Brasil, pelo volume da população. Mas o Panamá tem, se não a mais, a 2ª economia mais activa no Continente Americano.

E tem ou terá um impacto em todos os outros países?

Tem um impacto na economia dos outros Países Centro Americanos. Sobretudo, porque há um movimento de mercadorias livre entre o Panamá e a América Central, além de que é o único País no mundo que tem um acordo comercial com Cu-

ba. Creio que são mais-valias que o empresário português e o seu produto deveriam aproveitar. Não olhar ao tamanho do mercado mas sim à actividade e movimento do mercado.

De algum modo, o Panamá, com a sua estratégia comercial financeira e de serviços, funciona um pouco como a Suíça na Europa, onde ocorrem as grandes reuniões internacionais, os grandes projectos?

Poderia ser, mas não me atrevo a dizer que o Panamá é a Suíça do Continente Americano, porque penso que não o somos. Somos um País com virtudes e defeitos, mas com uma grande virtude: no Panamá não importa que partido político governa, o sistema económico mantém-se o mesmo, os projectos de desenvolvimento mantêm-se em vigência. Eu creio que isto é uma garantia para um País, manter uma política económica estável. Somos um País que tem uma política económica estável, que tem uma segurança jurídica dos investimentos. O Panamá tem uma lei de protecção aos investimentos, e oferece muitas oportunidades de investimento. A cidade do Panamá está muito desenvolvida, somos um País com uma densidade populacional muito baixa e há muito campo onde investir.

Qual é a leitura que faz dos outros Países da América Latina? Entende que os processos lá também são interessantes?

Creio que todos os processos, neste momento, na América Latina são muito interessantes. Uns mais activos que outros. A comparação não é válida, mas prevê-se que o Panamá, este ano, segundo a Comissão Económica da América Latina, terá um crescimento de 8,4. Nos dois primeiros trimestres que passaram teve um crescimento de 9,3 no primeiro e 9,7 no segundo. Panamá é o País que mais cresce, mas toda a América Latina está em crescimento, a Argentina, Brasil, Uruguai. Uruguai é um País muito semelhante ao Panamá, pelo seu tamanho, pelo seu sistema e tem uma economia em crescimento também. Portugal, do ponto de vista histórico, tem tido as suas relações com a América Latina com o Brasil. No entanto há uma gama de países ao redor do Brasil que têm um crescimento sustentável e que oferecem muitas oportunidades de investimento, de introdução de produtos portugueses e de exportação em novos mercados, que são importantes de conhecer e visitar.



O que aconselharia, como estratégia comercial, às empresas portuguesas que pretendam exportar não só para o Panamá como para os outros países da América Latina?

Não creio que tenha condições para aconselhar sectores tão bem estabelecidos. Mas do que me dou conta é que os portugueses não conhecem o mercado Sul-Americano e que é um mercado muito mais dinâmico do que o de outros Países.

Recomendaria que o conheçam melhor. Aconselho sempre que venham acompanhados, que haja parcerias com locais. Estas parcerias oferecem garantias de alguém que conhece o meio, o que é importante. E aconselho também a arriscar um pouco porque sinto que o empresário português é um pouco tímido a tomar decisões, não arrisca. Quem arriscar na América latina não se vai arrepender. Porque Portugal tem uma grande vantagem, a qualidade dos seus produtos. São competitivos no Panamá, Estados Unidos e em qualquer lugar do mundo.

Quais os principais produtos portugueses que podem interessar aos países e consumidores da América Latina, incluindo o Panamá?

No Panamá o leque é muito alargado, a Indústria é muito pequena, quase tudo é importado. Noutros países há que ver as áreas e no que são bons, o que produzem.



Falo do mercado que mais conheço, o mercado do Panamá. Que é uma grande oportunidade para os portugueses. Não em função do nosso tamanho mas pela plataforma de serviço e de abastecimento que tem. Como país central na América Latina, como um país que abastece a costa Norte, a costa Oeste e costa Este dos Estados Unidos da América e a América Latina. Diz-se que como região, a América Latina está a projectar um crescimento sustentável importante. E nós, como País, temos mais de 20 anos de crescimento positivo.

Na sua leitura quais são os grandes vectores de rumo que serão importantes no futuro, no Panamá e na América Latina, em termos de desenvolvimento e de comércio internacional?

Eu penso que América Latina na década de 80, teve a sua década perdida e tem vindo a revolucionar-se. À medida que se revolucionou mudou o ponto de vista e deu conta que a única forma de avançar seria trabalhar para diminuir a desigualdade económica. E seguir trabalhando. Eu penso que a América Latina seguirá neste rumo porque muito dificilmente voltará para trás. Acredito que o futuro é promissor para a América Latina. Temos que trabalhar mais na integração entre os vários países. Penso que é um bom futuro e um bom mercado e espero que os portugueses aproveitem.

A INTERNACIONALIZAÇÃO DOS SECTORES AGRO-ALIMENTAR E FLORESTAL OS MERCADOS DOS PAÍSES DA AMÉRICA LATINA

1. As principais relações comerciais com os Países da América Latina

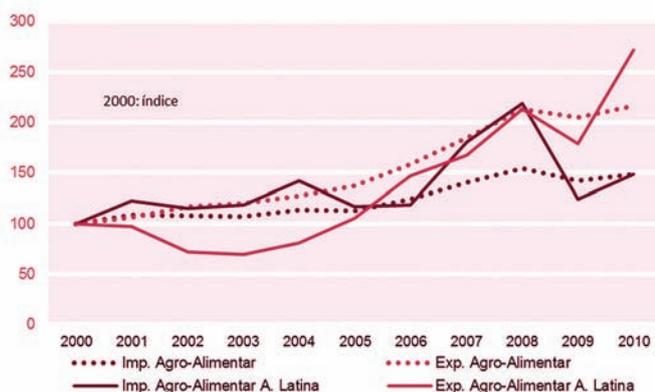
A internacionalização dos sectores agro-alimentar e florestal português tem registado um crescimento muito acentuado assumindo actualmente um grau de abertura muito superior ao verificado para o da totalidade dos sectores de bens transaccionáveis (207% face aos 152% em 2008).

As exportações destes sectores representam actualmente cerca de 18% das exportações da economia, tendo a respectiva orientação sectorial para o mercado externo acompanhado a tendência da economia, mas de um modo ainda mais acentuado (superior ao conjunto dos bens transaccionáveis), explicitada na relação exportações/VAB que passou de 36%, em 2000, 73% em 2010.

As exportações, para os países da América Latina, têm acompanhado essa evolução, apresentando, em 2010, um peso de 7% no valor total das exportações agro-alimentares.

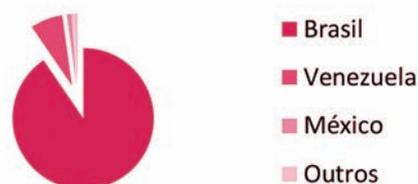
Esta vocação exportadora assenta, essencialmente, no vinho, no azeite, nos frutos (pêra), no peixe, na cortiça, na pasta de madeira e no papel.

Gráfico 1 - Evolução do Comércio Internacional - Países da América latina*



O Brasil é o principal mercado de destino, seguido da Venezuela e do México, com pesos muito inferiores.

Gráfico 2 - Exportações América latina



Ano 2010

Fonte: GPP, a partir das Estatísticas do Comércio Internacional, INE

Este bloco de países representa, ainda, 9% das importações agro-alimentares nacionais. Os cereais, a soja e seus derivados, o açúcar, os frutos e o café são os principais produtos importados daqueles mercados.

O Brasil apresenta-se, mais uma vez, como o principal mercado de origem destas mesmas importações.

Gráfico 3 - Importações América latina



Ano 2010

Fonte: GPP, a partir das Estatísticas do Comércio Internacional, INE

2. As dificuldades no acesso aos mercados dos países da América Latina

A União Europeia, em conjunto com as autoridades competentes de cada Estado Membro, tem vindo a adoptar instrumentos de facilitação do comércio com o objectivo de eliminar entraves identificados pelos agentes económicos no acesso aos mercados externos.

No caso dos produtos de origem animal, as autoridades de alguns destes países impõem como condição prévia às exportações a realização de inspecções a todos os estabelecimentos potencialmente exportadores, embora beneficiem do sistema de pré-listagem que a União Europeia oferece a todos os Países Terceiros. A Argentina aceitou o sistema de pré-listagem com a União Europeia, o qual está em vigor para Portugal para produtos da pesca e produtos lácteos de bovino. Com o Brasil foi possível, após longas negociações, estabelecer um sistema de pré-listagem bilateral (Portugal-Brasil) para diversos produtos. Em relação a outros países, os Acordos de Comércio Livre já concluídos ou em negociação com a UE prevêem disposições sobre o estabelecimento deste sistema no respectivo Capítulo relativo às medidas sanitárias e fitossanitárias (SPS) (caso do Chile, certos países andinos e da América Central).

No caso de produtos à base de carne de suíno, os procedimentos impostos pelas autoridades mexicanas à importação constituem uma barreira efectiva às exportações de toda a União Europeia. A Comissão Europeia propôs ao México um certificado para facilitar o comércio, que não terá sido ainda finalizado.

No que respeita à rotulagem, o Brasil mantém alguns estrangulamentos sentidos relativamente a questões técnicas e morosidade na aprovação de rótulos por parte das autoridades brasileiras, o que acaba por inviabilizar a exportação de certos produtos para este país.

Em matéria de produtos de origem vegetal, existe por vezes a exigência por parte do país importador da realização de uma “Análise de Risco de Pragas” (ARP) como condição prévia à autorização de importação de produtos que nunca tenham sido importados de Portugal. A ARP é realizada pelos serviços fitossanitários do país em questão e é normalmente um processo que implica custos e alguma morosidade.

Verifica-se igualmente uma deficiente protecção dos Direitos de Propriedade Intelectual (por exemplo, usurpação de Indicações Geográficas como a IG Porto no Chile, México e Peru, falsificações de azeite no Brasil, etc.).

Mantém-se a preocupação do sector do vinho em Portugal relativa à colocação do selo de controlo, tornada obrigatória, a partir de 1 de Janeiro de 2011, pelas autoridades brasileiras, processo moroso e oneroso. Importa encontrar outra forma de cobrança do imposto e de controlo do vinho comercializado menos penalizante para os produtos importados.

3. Os acordos de comércio livre com os países da América Latina

A União Europeia (UE) dispõe de acordos comerciais celebrados com a maioria dos países da região da América

Latina (20 países) com o objectivo de facilitar o acesso dos mercados por parte dos agentes económicos.

O Acordo de Comércio Livre (ACL) celebrado entre a UE e o México entrou em vigor em Outubro de 2000. Este acordo abrangente cobre o comércio de bens e serviços entre as duas partes e dispõe capítulos específicos para determinadas matérias, entre as quais Direitos de Propriedade Intelectual (Indicações Geográficas). Nos termos da cláusula de revisão prevista no Acordo, em Novembro de 2004, as Partes encetaram negociações visando uma maior liberalização das relações comerciais entre a UE e o México no domínio dos produtos agrícolas, as quais se encontram presentemente em curso.

As negociações do Acordo de Associação entre a UE e a América Central foram concluídas em 2010, no decorrer da Cimeira de Madrid UE-América Latina e Caribe (19 de Maio). O Acordo entrará em vigor uma vez concluído o processo de ratificação pelas Partes. O Acordo prevê a liberalização imediata de azeite e vinhos, e o desmantelamento tarifário em 6 anos para bebidas espirituosas. Os lacticínios serão igualmente liberalizados excepto leite em pó e queijo, para os quais a UE obteve Contingentes Pautais (sujeitos a um aumento anual) isentos de direitos.

Em Março de 2010, a União Europeia concluiu um acordo com a Colômbia e o Peru (países Andinos), posteriormente rubricado na Cimeira UE América Latina, a 18 de Maio de 2010 (Bruxelas). O Acordo entrará em vigor uma vez concluído o processo de ratificação pelas Partes. O Acordo possibilitará o acesso aos mercados destes dois países de produtos agrícolas, em particular, azeite e vinhos, sendo que, no caso do Peru, estarão sujeitos a um desmantelamento tarifário em 3 anos e 5 anos no caso das bebidas espirituosas.

A UE e o Chile concluíram um Acordo de Associação em 2002, o qual inclui um Acordo de Comércio Livre abrangente que entrou em vigor em Fevereiro de 2003, prevendo o aprofundamento da liberalização do comércio de produtos agrícolas.

Presentemente decorrem negociações entre a UE e os países que constituem o bloco económico Mercosul, visando a celebração de um futuro Acordo de Comércio Livre entre ambas as partes, reiniciada na Cimeira de Madrid, em Maio de 2010. Apesar dos previsíveis impactos negativos sobre a produção nacional, o Mercosul é um mercado estratégico para a comercialização de produtos agrícolas portugueses, em grande medida pela ligação ao Brasil e pela procura crescente de produtos de maior valor acrescentado e de qualidade por parte dos consumidores desse mesmo mercado. Presentemente, tanto a União Europeia como o Mercosul preparam internamente as respectivas ofertas de Acesso ao Mercado, no quadro das negociações em curso.



INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS PORTUGUESAS INOVAÇÃO, COMPETITIVIDADE E EXPORTAÇÕES

Apoios Públicos e Investimento Empresarial

Luís Mira da Silva | INOVISA / Instituto Superior de Agronomia

Com a crise económica nacional, e as dificuldades por que passam a maior parte das empresas, a “internacionalização” passou a estar na ordem do dia. Note-se que na maior parte dos casos quando se fala de “internacionalização” fala-se na realidade de “exportações”, e não na criação de filiais ou empresas subsidiárias noutros países, uma possibilidade mais difícil e, infelizmente, menos comum. Concentremo-nos então no conceito de internacionalização restringido à questão das exportações, que é, em boa verdade, aquele que maior impacto pode trazer às empresas portuguesas e à economia nacional a curto prazo.

É interessante verificar que no programa do governo (ver <http://www.portugal.gov.pt>), no capítulo dedicado à agricultura (e ao mar, ao ambiente e ao ordenamento do território), não há qualquer referência a “exportação” nem a “internacionalização”. Esta ausência não é, no entanto, consistente com a actuação da Ministra Assunção Cristas, que já mostrou evidências, no discurso e nas visitas que tem efectuado, que este é também um desígnio do Ministério.

Encontro pelo menos duas razões para esta ausência no programa do governo. Primeiro, porque a internacionalização e as exportações são questões transversais a quase todos os ministérios. Um dos capítulos do programa do governo tem mesmo a designação de “Inovação, Empreendedorismo e Internacionalização”. Segundo, porque estas são questões transversais também na agricultura. Quando se lê atentamente as dez páginas sobre a agricultura, o mar, o ambiente e o ordenamento do território depreende-se facilmente que muito do enfoque das políticas está centrado no desenvolvimento económico e social, e particularmente na capacidade das empresas destes sectores competirem à escala global.

Um dos objectivos estratégicos identificados nessas dez páginas, por exemplo, é “Valorizar a inovação, o dinamismo e o conhecimento”. Independentemente das acções ou medidas que venham a ser desenvolvidas neste sentido, ninguém discorda que a inovação, o dinamismo e o conhecimento são questões centrais para garantir a competitividade das empresas, e nomeadamente da capacidade que estas poderão ter de se afirmarem nos mercados internacionais. O problema é que na prática estes objectivos têm que ser traduzidos em acções e medidas concretas, e nos últimos anos estas acções

e medidas, pelo menos no que diz respeito a “Valorizar a inovação, o dinamismo e o conhecimento”, estão longe de atingir os objectivos esperados.

Concentrando agora a análise na inovação, que constitui o tema deste artigo, é útil começar por reflectir no que tem sido feito em Portugal nesta área (no sector agrícola e agro-alimentar), mas igualmente no que falta fazer. Em primeiro lugar, importa recordar que existem diferentes tipos de inovação, que de forma simples podem ser classificados em inovação de “produto”, de “processo”, “organizacional” e de “marketing”. Atendendo a esta classificação, e mesmo sem recorrer a dados estatísticos, que infelizmente neste caso não existem, é possível fazer duas afirmações que possivelmente justificam grande parte das dificuldades que atravessam alguns dos sectores estratégicos da agricultura nacional:

- O investimento em inovação em Portugal, co-financiado ou não por medidas públicas de apoio, tem-se centrado sempre na inovação de produto e de processo, sendo comparativamente muito inferior o investimento efectuado em inovação organizacional e de marketing. As medidas públicas de apoio ao investimento reflectem esta realidade. Veja-se, por exemplo, os projectos apoiados no âmbito da Medida 4.1 do ProDer - Cooperação para a Inovação, quase todos centrados em inovação de produto e de processo.
- Infelizmente, para ser competitivo não basta ter bons produtos ou processos eficientes. O sucesso das empresas da cadeia agro-alimentar resulta essencialmente da capacidade de criarem vantagens competitivas relativamente aos seus concorrentes, o que na última década acontece sobretudo por via da inovação organizacional e de marketing.

Com todas as limitações e excepções que a generalização acima pode conter, qualquer pessoa que conheça bem o sector agrícola e agro-alimentar sabe que estas afirmações traduzem a realidade, e que esta é possivelmente uma das causas mais importantes para a falta de competitividade das nossas empresas a nível internacional.

Veja-se por exemplo, e mais uma vez, o ProDer, neste caso a medida 1.1.1. – Modernização e Capacitação das Empresas – que concentra grande parte do investimento público na

agricultura portuguesa. A grande maioria dos projectos propostos a esta medida concentra-se em investimentos no produto e/ou nos processos, sendo as questões organizacionais e de marketing quase sempre residuais, ou mesmo ignoradas. Em muitos projectos o objectivo passa por melhorar o azeite ou o vinho produzido, por exemplo, conquistando novos mercados e aumentando o preço de venda, mas sem que seja feita uma aposta paralela na forma como a empresa está estruturada, como se relaciona com os seus clientes, como chega aos mercados internacionais ou como vai transformar a imagem dos seus produtos.

Parece existir aqui, tanto ao nível das políticas públicas como ao nível da estratégia empresarial, um desajustamento. Naturalmente, não se pretende com isto retirar importância à aposta nos produtos e nos processos, mas a verdade é que, na maior parte dos sectores com potencial de exportação, os produtos e os processos estão hoje em dia a par e passo, ou mesmo à frente, da concorrência internacional. Portugal produz vinhos de excelente qualidade. O azeite que produzimos está entre os melhores do mundo. Exportamos frutas e legumes que são apreciados pelos consumidores mais exigentes. E poderíamos continuar esta lista por outros sectores em que os produtos são igualmente competitivos no exterior.

Actualmente, os factores que mais limitam o sucesso dos nossos produtos fora de portas estão, de facto, mais rela-

cionados com desenvolvimento organizacional e com marketing. A forma como as empresas estão organizadas e se apresentam nos mercados internacionais constitui uma limitação importante, sobretudo quando se vêem as apostas que países como a Espanha ou a Itália fizeram nos últimos anos. Mas não é o único problema. As embalagens, os rótulos, a imagem, a comunicação, são tudo questões em que há ainda muito por fazer. A inovação organizacional e de marketing deve, por isso, ser uma prioridade para o sector agrícola e agro-alimentar nos próximos anos, paralelamente à inovação de produto e de processo.

No programa de governo não aparecem as palavras “internacionalização” nem “exportação”, mas estão lá as prioridades, os programas e as medidas necessárias para apoiar as empresas neste desígnio. Nas empresas há muito que se fala de organização e de marketing, mas a realidade, quando se traduz em investimentos efectuados, não reflecte estas prioridades. Se o objectivo é promover a internacionalização da agricultura nacional tem que haver maior consistência entre intenções e actos. A aposta na inovação tem que ser transversal – de produto e de processo, mas também organizacional e de marketing. Caso contrário vamos continuar a ter produtos com qualidade acima da média e a vendê-los a preços abaixo da média. Portugal tem produtos que são reconhecidos pela sua excelência, apenas há que trabalhar para que essa excelência seja reconhecida e devidamente valorizada nos mercados internacionais.





INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS AGRÍCOLAS UM APELO NACIONAL

María Antonieta Gálvez Krüger | Presidente do Conselho Fiscal | IPDAL

Exportação e Internacionalização são muito mais do que um mero apelo dos nossos governantes ou um lugar-comum político em altura de pessimismo. São de facto, simultaneamente, uma das maiores necessidades das empresas portuguesas modernas e a principal solução para a grave crise que atravessamos.

Com o mercado nacional em contracção, pelo menos durante os próximos anos e com toda a economia da zona Euro em risco de abrandamento, urge olhar para novos horizontes. As chamadas “economias emergentes” são uma oportunidade real e única, mas que tem de ser aproveitada no momento certo. Este é o momento.

É por isso que o Instituto para a Promoção e Desenvolvimento da América Latina se orgulha da recente parceria com a Associação dos Jovens Agricultores de Portugal. Por sentirmos que também a AJAP está consciente do dever de contribuir com o estímulo necessário para a recuperação económica do país, das empresas e das famílias, decidimos em conjunto oferecer a primeira ferramenta deste trabalho: o contacto com o mundo da América Latina.

De acordo com o relatório anual do Departamento de Economia e Assuntos Sociais das Nações Unidas, para o ano de 2011, a previsão de crescimento do PIB de toda a região América Latina e Caraíbas será de 4,1% em 2011 e 4,3% em 2012.

Apenas para citar alguns exemplos de desenvolvimento recente, na primeira metade de 2010, a Argentina cresceu

8%, o Brasil 7,6%, o Paraguai 9,4%, o Uruguai 8%, o Peru 8,5%, o Panamá 6% e a República Dominicana 6,5%. São números impressionantes e bem longínquos da realidade europeia e sobretudo portuguesa.

Ainda do mesmo documento, consta um facto importantíssimo a ter conta. A recuperação económica da maioria dos países latino-americanos foi impulsionada pelo um aumento da procura doméstica, o que tem como consequência imediata e obrigatória o aumento das importações.

Quanto às intempéries que os próximos anos poderão trazer, o Economista Chefe do Banco Mundial responsável pela pasta da América Latina e Caraíbas, Augusto de la Torre, garantiu, a 9 de Agosto de 2011, que as economias latino-americanas têm desenvolvido “sistemas fortes contra o contágio global” da crise da dívida soberana que assola os Estados Unidos da América e a Europa.

Tudo isto são argumentos irrefutáveis, no sentido de apoiar a expansão para os países do continente latino-americano, a que se junta um outro, incontornável: a ligação cultural e de identidade entre os países latino-americanos e Portugal. Os hábitos de vida particulares e sociais, da alimentação ao lazer, às tradições, à forma de trabalhar e negociar são idênticos dos dois lados do Atlântico e essas semelhanças aproximam os dois continentes de uma forma ímpar que, bem gerida, pode colocar os empresários portugueses num lugar privilegiado no aproveitamento do potencial latino-americano.



Mais recentemente, embora pelos piores motivos, Portugal adquiriu ainda outra semelhança com alguns países da América Latina. Falamos daqueles que, por causas variadas, sabem o que é passar por resgates financeiros como nós, e ultrapassaram essa experiência durante décadas, a nível de instituições, empresas e a nível individual, e agora vivem uma conjuntura estratégica favorável externa e internamente: já terminaram os pagamentos dos empréstimos ao Fundo Monetário Internacional e têm capital próprio, vontade, capacidade e meios para investir e vingar numa economia cada vez mais global.

Com efeito, o interesse latino-americano no nosso país e a força da aposta no mercado português prova-se no número de embaixadas e consulados presentes: dos 18 estados latino-americanos, 13 (Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai, Venezuela) têm representação diplomática em Lisboa.

Os embaixadores latino-americanos, com que o IPDAL tem o prazer de trabalhar numa base quase diária, elogiam inúmeras vezes os produtos agrícolas nacionais – dos vinhos aos azeites,

passando pelas frutas, legumes, vegetais e mesmo as flores – afirmando que são dos melhores que conhecem.

Assim, as empresas agrícolas portuguesas precisam olhar para estes novos mercados, abrir os horizontes e continuar a provar uma qualidade pela qual os Portugueses são desde sempre reconhecidos: a coragem e a audácia de chegar antes dos outros, de descobrir mercados e oportunidades que os outros ainda não reconheceram.

A necessidade de exportação é transversal a todos os sectores da economia. Associando-se à AJAP, e reconhecendo o valor que esta tem junto da comunidade agrícola, o IPDAL pretende incentivar e ajudar os pequenos, médios e grandes produtores a darem um exemplo de sucesso comercial e financeiro a todo o país.

Também está nas mãos dos empresários agrícolas contribuir activamente para potenciarem a nossa economia para patamares crescentes de competitividade.

Há muito trabalho pela frente. Vamos ao trabalho.



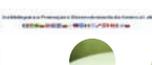
I Fórum Portugal América-Latina: Internacionalização da Agricultura e Alimentação



A AJAP organiza, em colaboração com o IPDAL (Instituto para a Promoção e Desenvolvimento da América Latina) o FÓRUM PORTUGAL – AMÉRICA LATINA: Internacionalização da Agricultura e Alimentação que objectiva a apresentação de empresas agrícolas portuguesas às Embaixadas da Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela, no sentido de demonstrarem o seu interesse em exportar e estabelecer uma rede de contactos com os países da América Latina.

Saber Mais | Ficha de Inscrição

Com a Colaboração:



FICHA DE INSCRIÇÃO / REGISTRATION FORM

PARTICIPANTES / PARTICIPANTS

Sócio AJAP / AJAP MEMBER 300€

Não-Sócio / NON-MEMBER 350€

Nome do 1º Participante / First Participant Name _____

Nome do 2º Participante / Second Participant Name _____

Empresa / Company _____

Quais os Produtos que pretende exportar/importar / What are the products you want to export / import _____

E-mail _____

Profissão / Profession _____ Tlm. / Mobile _____



JOVEM EMPREENDEDORA

Na Floricultura

Nomes: Paula Cristina Bogo Oliveira

Idade: 35 anos

Estado Civil: Casada

Habilitações: Licenciatura Engenharia Têxtil

Ano de Instalação: 2009

CARACTERIZAÇÃO GENÉRICA DA EXPLORAÇÃO

Especialização Produtiva: Flor corte (Rosas)

Mão-de-Obra Permanente: 20

ENTREVISTA

1 – Quais os motivos que a levaram a enveredar pela actividade agrícola, nomeadamente pela área da Floricultura?

O principal motivo foram as dificuldades que o sector têxtil estava a atravessar, que me levaram a procurar novo rumo. O sector agrícola, nomeadamente a floricultura sempre foi um gosto pessoal e pareceu-me ser um sector rentável, e que estava ainda muito por explorar.

2 – Que dificuldades foram sentidas antes da instalação, aquando da instalação e actualmente?

As principais dificuldades foram burocráticas, há muita falta de informação que possam disponibilizar aos jovens onde se deslocar e quais os elementos necessários. Na altura da instalação é necessário ter algumas informações de base, caso contrário fazem-se erros que podem colocar em causa os investimentos efectuados. Há em Portugal falta de informação técnica para os jovens. Actualmente as dificuldades são apenas o estar atento à produção para evitar doenças, e à evolução das tendências do mercado.

3 – Em que medida a existência de um Quadro de Apoio à Instalação de Jovens Agricultores influenciou a sua decisão de se tornar Empresária Agrícola?

Influenciou a 100%. Os investimentos necessários são muito grandes, e sem apoios não há condições para os Jovens fazerem investimentos, uma vez que a banca ainda não está preparada para apoiar este sector de mercado.

4 – Procedeu a estudos de mercado de forma a avaliar a capacidade de escoamento dos produtos?

Os estudos de mercado neste sector em Portugal são muito diminutos, no entanto tentei informar-me contactando o mercado nacional e internacional para saber quais os produtos com melhores capacidades para escoar.

5 – Acompanha o desenvolvimento das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação numa perspectiva de proceder à sua constante actualização na exploração? Porquê?

Sim, cada vez mais é importante estar em contacto com novos mercados, novos produtos e acompanhar de forma directa quais as tendências de mercado.

6 – Quais foram as preocupações ambientais presentes aquando da elaboração do projecto de instalação e de que forma são actualmente integradas as questões ambientais na sua exploração?

Tentamos sempre que possível fazer tudo de forma a reduzir o impacto ambiental, aquando da instalação fizemos plantações exteriores, e neste momento tentamos fazer luta biológica na prevenção de doenças e sempre que necessário usamos apenas produtos biológicos.

7 – A vossa exploração é um bom exemplo de uma empresa agrícola exportadora. Em que medida este factor contribuiu para o sucesso e crescimento da vossa exploração? Quais as maiores dificuldades que sentiu para exportar flores?

Penso que a exportação nos ajudou a crescer e a ter sucesso, quer a nível de aumento de vendas, como também na valorização do nosso produto, assim como no aumento dos nossos parâmetros de qualidade. As dificuldades foram muitas, principalmente os investimentos que tivemos que fazer.

8 – Considera importante, para a economia portuguesa em geral, e para o sector agrícola em especial, um incremento da Internacionalização por parte das Empresas Agrícolas Portuguesas? Quais os Países com que realiza trocas comerciais?

Penso que seria muito importante para a economia Portuguesa o aumento das exportações, uma vez que Portugal tem condições únicas no mundo para a produção de produtos agrícolas, e em especial Flores. Estamos perto do maior centro do mundo na venda de flores, temos todas as condições, seria importante o Governo conceder mais apoios às empresas para conseguirem lá chegar. Estou convencida que se realmente se criassem condições que facilitassem a exportação teríamos mais exportadores, e a nossa economia cresceria significativamente. Neste momento estou a exportar para Holanda 90% (que vende para todo o mundo) e 10% para Espanha.

UMA PALAVRA DE UMA JOVEM AGRICULTORA PARA OS JOVENS AGRICULTORES?

Acreditem no futuro da Floricultura, com Qualidade, Dinamismo e da Inovação.



Programa de Desenvolvimento Rural

JOVENS AGRICULTORES

JOVENS AGRICULTORES

➔ **DESTINA-SE A APOIAR** a primeira instalação de jovens agricultores que realizem investimentos de desenvolvimento e adaptação das suas explorações agrícolas.

➔ **INCLUI** um prémio à instalação e um apoio aos investimentos realizados na exploração, que podem abranger pequenos investimentos de transformação e comercialização dos produtos agrícolas provenientes da própria exploração.

➔ **QUEM SE PODE CANDIDATAR?**

- Jovem Agricultor que, à data da apresentação da candidatura, tenha mais de 18 e menos de 40 anos, e se instale pela primeira vez numa exploração agrícola;
- Sociedade por quotas com a actividade agrícola como objecto social, desde que os sócios gerentes que sejam detentores da maioria do capital social tenham mais de 18 e menos de 40 anos à data de apresentação da candidatura, e se instalem pela primeira vez como tal.

➔ **PARA BENEFICIAR DOS APOIOS PREVISTOS NESTA ACÇÃO É NECESSÁRIO QUE:**

O CANDIDATO,

- Possua a escolaridade obrigatória (9º ano);
- Possua a aptidão e a competência profissional adequadas ou apresente na candidatura um Plano de Formação para as adquirir;
- Não tenha obtido aprovação de quaisquer ajudas ao investimento, antes da apresentação da candidatura;
- Não tenha recebido quaisquer ajudas à produção agrícola ou à actividade agrícola, excepto nos dois anos anteriores ao ano de apresentação da candidatura;
- Apresente um Plano Empresarial de desenvolvimento da exploração agrícola que contemple:
 - a. Situação inicial da exploração;
 - b. Etapas e metas específicas para o desenvolvimento das actividades da exploração;
 - c. Descrição das acções ou serviços necessários ao desenvolvimento da actividade agrícola;
 - d. Descrição detalhada dos investimentos, designadamente e quando aplicável, os que são necessários para dar cumprimento às normas comunitárias em vigor.
- Apresente um Plano de Formação se, à data de apresentação da candidatura, não tem a competência e aptidão adequadas, ou quando pretende adquirir formação complementar de interesse relevante para o exercício das actividades da exploração agrícola.

➔ **SAIBA AINDA QUE** o candidato deve, previamente à apresentação da candidatura, inscrever-se como beneficiário no IFAP (NIFAP) e registar no parcelário as áreas de investimento através da criação de polígonos de investimento.

OS INVESTIMENTOS,

- Apresentem um valor do investimento elegível igual ou superior a 5.000 euros;
- Não conflituem com outras medidas ou condicionantes das Organizações Comuns de Mercado (OCM);
- Não sejam incompatíveis com compromissos ou obrigações a que as parcelas, objecto do investimento, estejam sujeitas;
- Apresentem viabilidade económica, bem como coerência técnica, económica e financeira;





- Tenham sido realizados após a apresentação da candidatura, com excepção das despesas gerais e as relativas à aquisição de prédios rústicos, que podem ser realizadas até 3 meses antes dessa data.

➔ **SAIBA AINDA QUE** para as candidaturas apresentadas até 31 de Agosto de 2011, são consideradas elegíveis despesas anteriores à apresentação da candidatura, desde que efectuadas a partir de 1 de Julho de 2010.

➔ **FORMA, NÍVEL E LIMITE DO APOIO**

Os apoios são concedidos sob a forma de subsídio não reembolsável. Os níveis e limites do apoio são fixados no aviso ou anúncio de abertura.

No período de apresentação de candidaturas que se inicia em 1 de Junho de 2011, o anúncio de abertura estabelece que:

O prémio à instalação,

Corresponde a 40% do valor do investimento do plano empresarial até ao limite de:

- 30.000 euros, no caso do produtor individual;
- 40.000 euros, no caso da sociedade por quotas, quando mais do que um sócio gerente seja jovem agricultor; se instale pela primeira vez como tal e detenha uma participação individual mínima de 25% no capital social (para além de, em conjunto, terem que deter a maioria do capital da sociedade).

O apoio ao investimento,

- Na produção primária: 60 ou 50% do valor do investimento elegível, consoante a exploração agrícola se localize, ou não, em zona desfavorecida;
- Na transformação e comercialização: 40% do valor do investimento elegível.

O limite do apoio ao investimento por beneficiário é de 250.000 euros.

➔ **SAIBA AINDA QUE** o valor do investimento do plano empresarial que determina o valor do prémio, integra outras despesas para além das abrangidas pelo valor do investimento elegível, designadamente, a aquisição de animais, prédios rústicos, terrenos, participações sociais em cooperativas e direitos de produção agrícola.

➔ **APRESENTAÇÃO DOS PEDIDOS DE APOIO**

O período de candidaturas inicia-se em 1 de Junho de 2011, data a partir da qual decorre em contínuo.

➔ **SELECÇÃO DOS PEDIDOS DE APOIO**

Os pedidos de apoio são seleccionados pela Valia do Plano Empresarial (VPE), calculada pela aplicação da seguinte fórmula:

$$VPE = L + VA + NQ$$

L - LOCALIZAÇÃO: Valoriza a contribuição da instalação de jovens agricultores em zonas desfavorecidas;

VA - VALIA AMBIENTAL: Valoriza os benefícios ambientais dos investimentos;

NQ - NÍVEL DE QUALIFICAÇÃO: Valoriza a qualificação do beneficiário na área agrícola.

➔ **SAIBA AINDA QUE** as candidaturas devem ser submetidas pela internet através dos formulários que estão disponíveis no sítio do PRODOR, em www.proder.pt, e são encaminhadas para a Direcção Regional de Agricultura e Pescas (DRAP) da área de localização do projecto. Esta entidade é responsável pela sua análise.

➔ **AO LONGO DA VIGÊNCIA DO CONTRATO, OS BENEFICIÁRIOS DEVEM AINDA:**

- Executar a operação aprovada;
- Cumprir o Plano Empresarial;
- Publicitar os apoios que lhe foram atribuídos;
- Ter um sistema de contabilidade organizada ou simplificada, de acordo com o legalmente exigido;
- Manter a actividade e as condições legais necessárias ao exercício da mesma durante um período de 5 anos a contar da data de celebração do contrato;
- Não locar, alienar ou por qualquer forma onerar os equipamentos, as plantações e as instalações co-financiadas, durante um período de 5 anos a contar da data de celebração do contrato;
- Assegurar o auto-financiamento necessário à execução da candidatura;
- Garantir que todos os pagamentos e recebimentos são efectuados através de conta específica para o efeito;
- Cumprir as normas comunitárias aplicáveis ao investimento em causa;
- Quando aplicável, adquirir no prazo máximo de 24 meses a contar da data de celebração do contrato de financiamento, a aptidão e competência profissional adequadas ao exercício das actividades da exploração agrícola;
- Possuir o registo da exploração no Sistema de Identificação Parcelar (ISIP).

Informe-se junto da sua Direcção Regional de Agricultura e Pescas e em www.proder.pt



Perante a importância crescente das energias renováveis e do seu enorme potencial, o Grupo Visabeira criou a Energy Solutions, uma unidade que opera não só a nível da diversificação de fontes de energia a nível do consumo final, mas também no âmbito da sua eficiência, avaliando as necessidades energéticas presentes e implementando as soluções mais adequadas a cada situação.



Graças a uma vasta experiência no sector, diversas parcerias estabelecidas com os principais fabricantes de equipamentos e a articulação com sistemas de financiamento, a Energy Solutions disponibiliza soluções "chave-na-mão", encarregando-se de todo o processo de concretização da solução energética, de forma abrangente e personalizada, incluindo a execução de projectos, elaboração de orçamentos, licenciamento, instalação técnica qualificada, diagnóstico energético, certificação energética, implementação de medidas de eficiência energética e serviço pós-venda. Complementarmente, a Energy Solutions efectua auditorias energéticas de forma abrangente e rigorosa, de acordo com o Sistema de Certificação de Edifícios (SCE) e o Sistema de Gestão dos Consumos Intensivos de Energia (SGCIE), dispendo para o efeito de técnicos especializados que lhe permitem:

- Caracterizar os consumidores de energia, identificando potenciais de poupança;
- Realizar estudos de viabilidade técnico-económica para os potenciais de energia identificados;
- Analisar a factura energética e propor alterações de tarifário ou de fornecedor de energia, de forma a reduzir ao máximo o valor da factura;
- Partilhar o risco e, mediante contratos de desempenho (trabalhando no formato Energy Service Company - ESCO), financiar a implementação das soluções e partilhar os benefícios da real poupança obtida;

- Realizar projectos de reconversão térmica de equipamentos
- Implementar medidas de eficiência energética identificadas;
- Apoiar a obtenção de fundos para a implementação das medidas de eficiência energética.

Esquemáticamente, as soluções de aproveitamento de energias renováveis são as seguintes:

- Solar fotovoltaico
- Solar térmico
- Microeólica
- Mini-hídricas

A Energy Solutions, em parceria com a AJAP, disponibiliza os seus serviços de assessoria para o estudo e aplicação de soluções renováveis.

Sistema ligados à rede pública para venda de energia

A aplicação de sistemas renováveis de produção eléctrica dentro do regime bonificado torna-se uma óptima aplicação financeira, possibilitando a exploração de áreas de cobertura e zonas de terreno não utilizadas numa exploração agrícola. A possibilidade de vender energia com uma tarifa bonificada (até quatro vezes superior à actual tarifa) possibilita ainda ao agricultor reduzir a sua dependência directa da variação de tarifas eléctricas de compra de energia. A comparticipação de fundos comunitários de apoio à agricultura não é aplicável neste contexto, no entanto a Energy Solutions, através de parcerias realizadas com instituições bancárias, disponibiliza soluções de financiamento até 100% do valor do projecto. Por outro lado, são tecnicamente viáveis e formalmente elegíveis variadas soluções a aplicar neste campo.

Microprodução

A Microgeração ou Microprodução, como também é conhecida, é o resultado prático da descentralização da produção de energia eléctrica, colocando-a nas mãos do próprio consumidor e permitindo-lhe vender à rede pública a totalidade da energia gerada.

A Microgeração aplica-se sobretudo ao sector residencial, visto destinar-se a clientes ligados à rede em baixa tensão, sendo que a potência a injectar na rede não poderá ser superior a 50% da potência contratada.

INVESTIMENTO INICIAL	▶	Microgeração	A PARTIR DE 10.000 €
RECEITA ANUAL ESPERADA COM A VENDA DE ENERGIA À REDE	▶		3.567 € / ANO
RECEITA MÉDIA MENSAL COM A VENDA DE ENERGIA À REDE	▶		297 € / MÊS
BENEFÍCIOS FISCAIS	▶		ATÉ 803 € / ANO ⁽¹⁾ em 2010

⁽¹⁾ Benefício fiscal concedido uma vez por cada quatro anos.

Para que tal se torne possível será necessário instalar um sistema gerador de pequena escala, através de painéis solares fotovoltaicos ou de turbinas eólicas.

Existem três tipos de tecnologias de pequena escala que o cliente pode instalar, reduzindo as contas de água, electricidade e gás.

A Energy Solutions analisará o sistema mais adequado para cada espaço e que melhor corresponde às necessidades dos clientes, oferecendo soluções integradas, com projecto, fornecimento de equipamento, instalação, manutenção e financiamento a 100% de todas as instalações.

Miniprodução

A instalação de sistemas de Miniprodução, ou Minigeração, foi potenciada pela publicação do Decreto-Lei 34/2011 e visa a produção eléctrica a partir de fontes renováveis, com potências de injeção à rede pública entre 20 e 250 kW.

INVESTIMENTO INICIAL	▶	Microgeração	A PARTIR DE 55.000 €
RECEITA ANUAL ESPERADA COM A VENDA DE ENERGIA À REDE	▶		8.358 € / ANO
RECEITA MÉDIA MENSAL COM A VENDA DE ENERGIA À REDE	▶		697 € / MÊS
BENEFÍCIOS FISCAIS	▶		Em sede de IRC ⁽²⁾

⁽²⁾ Exemplo da receita anual prevista durante os primeiros 5 anos, para um equipamento com potência de injeção na RESP de 20 kWp. Tarifa de 0,25€/ kWp.

Estas soluções destinam-se aos sectores empresarial, terciário e administrativo, tendo em conta que a energia produzida e

vendida à rede pública pelo miniprodutor, terá de ser inferior a 50% da energia consumida.

Esta solução implica ainda a realização, por parte daquele, de um plano geral de eficiência energética.

Projectos com possibilidade de participação

Jovens agricultores

- No âmbito da candidatura a projectos de Produção Primária: participação de até 60 % (dependendo da definição da zona de aplicação: Desfavorecida ou Favorecida);
- No âmbito da candidatura a projectos de Transformação: participação de até 40%;

Tipologia de sistemas passíveis de instalação com participação:

Sistemas Autónomos para alimentação de cargas e instalações
Projectos em que exista uma grande distância entre a rede eléctrica de serviço público (para ajudar a viabilidade económica).

Nota: trata-se de um exemplo de aplicação. A viabilidade económica do projecto terá de ser analisada caso a caso.

Sistemas de rega/ bombagem com alimentação a energia fotovoltaica

Sistemas que possibilitam a alimentação de um sistema de rega com motor de até 1 kW. Deste modo torna desnecessária a alimentação eléctrica a grandes distâncias dos pontos da Rede Pública.

Cercas Eléctricas com alimentação a energia fotovoltaica (projectos de grande dimensão)

Sistemas para alimentação de cercas eléctricas com módulos e baterias (sem cerca, exemplo para até 30 km de cerca).

Sistema de iluminação com alimentação a energia fotovoltaica e acumulação

Candeeiro Solar Fotovoltaico Autónomo de 30W, com bateria de 70Ah e coluna de metros de altura.

Sistema de aquecimento de águas para utilização em projectos de pecuária (ordenha) entre outras aplicações

Sistemas solares térmicos projectados de acordo com as necessidades e requisitos da exploração.

SECRETÁRIO DE ESTADO DA AGRICULTURA NA AJAP

No início de Setembro, o Secretário de Estado da Agricultura José Diogo Albuquerque visitou algumas salas de Parcelário para acompanhar o trabalho das Organizações de Agricultores, que estão a colaborar com o Ministério da Agricultura na tarefa de correcção do Parcelário. A AJAP não foi excepção e recebeu o Secretário de Estado e a Presidente do IFAP nas suas instalações em Vairão, Vila do Conde.

Durante a visita, o Secretário de Estado dedicou-se inclusivamente à correcção do Parcelário afirmando “A AJAP já tem trabalho realizado no Parcelário, e depois de ter feito esta parcela sinto um respeito enorme por quem realiza esta tarefa”.



PARTICIPAÇÃO DA AJAP NA FEIRA NACIONAL DE AGRICULTURA

A AJAP marcou presença na Feira Nacional de Agricultura (FNA) em Santarém, que decorreu de 4 a 12 de Junho no CNEMA. Este ano o certame foi dedicado ao tema “A Floresta”. Os produtos portugueses estiveram em destaque à luz de um dos objectivos do certame: ressaltar que “Consumir Português é Consumir em Segurança”. A afluência do público e as vendas foram significativas, o que indica a importância deste certame no sector e a importância da presença assídua da AJAP neste certame. Também o stand da AJAP recebeu um número significativo de visitas, sendo que um dos principais motivos que originaram um acréscimo de visitantes ao nosso stand prendeu-se com as informações prestadas no âmbito da Instalação de Jovens Agricultores, ao abrigo do ProDeR.

A AJAP acolheu no stand uma exposição de fotografia do Conselho Europeu dos Jovens Agricultores (CEJA). A exposição foca a temática

dos Jovens Agricultores Europeus, divulgando algumas das suas realizações mais emblemáticas, a diversidade da agricultura europeia e o seu importante papel na sociedade. A AJAP foi a primeira Associação de Jovens Agricultores a acolher a exposição que percorrerá toda a Europa até Abril de 2012.



DECLARAÇÕES DE COLHEITA E PRODUÇÃO

Decorre, desde 14 de Setembro de 2011, até 31 de Dezembro de 2011, o período de entrega das Declarações de Colheita e Produção (DCP).

A apresentação da declaração de colheita e produção constitui uma obrigação de todos os operadores económicos que tenham colhido uvas e/ou tenham produzido mosto/vinho.

A DCP é efectuada através de submissão electrónica no Slv (Sistema de Informação da vinha e do vinho).

Para apoio à submissão electrónica da DCP, em colaboração com o Instituto da Vinha e do Vinho, a AJAP dispõe de balcões localizados em diversos pontos do país

Na Região Demarcada do Douro e na Região dos Vinhos Verdes o apoio é assegurado por um conjunto de entidades que estão autorizadas a submeter as DCP, de forma electrónica, nos sistemas de informação próprios do Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP) e Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes (CVRVV), respectivamente.

A RAÇA LIMOUSINE PORTUGUESA

David Catita | Presidente da A.C. LIMOUSINE



De entre todas as raças bovinas, e considerando apenas o caso dos animais destinados à produção de carne, as qualidades da raça Limousine fizeram-na uma das raças com melhor desempenho produtivo e, como tal, ocupa actualmente um lugar cimeiro no panorama pecuário mundial.

A raça Limousine chegou a Portugal em meados do século passado, proveniente do Sul de França, onde era ancestralmente utilizada como raça de trabalho, uma vez que apresentava características naturais de força e resistência, aliadas contudo a uma enorme docilidade e facilidade de maneio.

Com a gradual mecanização da agricultura as características de força foram sendo relegadas para segundo plano, tendo contudo sido apurados os animais com melhores índices de crescimento e de percentagem de músculo (carne), o que resultou na sua difusão por todo o mundo, como animal melhorador da generalidade das características que interessam apurar numa exploração agrícola, de entre as quais se salientam:

- Forte capacidade de crescimento e eficaz aproveitamento alimentar;
- Boa rusticidade e fácil adaptabilidade às condições nacionais;
- Franca docilidade e comodidade de maneio;
- Facilidade de partos e excelentes características maternas.

Trabalhos recentes do United States Meat Animal Research Center indicaram que a raça Limousine é, entre todas as raças de carne, a mais eficiente e rápida na conversão dos alimentos ingeridos em carne de qualidade. Outros trabalhos europeus indicam também que a raça Limousine é a raça que maior rendimento de carcaça apresenta, ou seja, da qual resulta uma maior percentagem de carne.

A contínua necessidade de redução da mão-de-obra nas explorações agrícolas, e a facilidade crescente na instalação de vedações para o gado, resultou na necessidade de animais que, para além das características produtivas, fossem cada vez mais autónomos no momento do parto, de modo a evitar baixas nesta delicada fase.

A facilidade de partos da raça Limousine é a qualidade em que nenhuma outra raça melhoradora consegue melhores desempenhos, em virtude do pequeno tamanho dos animais ao nascimento, pelo que rapidamente se estabeleceu em Portugal como a raça melhoradora preferida e com melhores resultados, especialmente em cruzamento com as raças autóctones.

Em virtude do esforço dos diversos criadores seleccionadores Limousine, o património nacional da raça é actualmente procurado por muitos países, existindo contudo barreiras sanitárias que limitam a circulação de animais vivos entre países e continentes, sendo Espanha o principal importador de reprodutores Limousine nacionais.

Os principais produtos das explorações Limousine portuguesas são os touros reprodutores, cuja utilização favorece a manifestação do vigor híbrido nos cruzamentos para carne, que não se manifesta quando se utilizam touros reprodutores sem pureza genética e sem décadas de melhoramento. Este melhoramento pode representar um desempenho produtivo superior em 20% a 30% por animal, o que, associado à fertilidade e ao sucesso no nascimento, fazem toda a diferença numa exploração pecuária, em especial se se tratarem de explorações de jovens agricultores, com abordagens modernas e renovadas, em consonância com as grandes tendências europeias e mundiais para o sector.

Fertiprado

REDUZIR OS CUSTOS DA ALIMENTAÇÃO ANIMAL COM PASTAGENS E FORRAGENS

Perante o constante aumento dos custos da alimentação animal causado pelo elevado preço das matérias-primas dos alimentos concentrados, o uso das pastagens e forragens pode ser uma alternativa interessante para a redução dos custos nas explorações agro-pecuárias.

Existem actualmente dois tipos de explorações agro-pecuárias na Península Ibérica:

- Sistema intensivo - com animais estabulados e alimentação à base de ração, suplementados com algum tipo de forragem (feno e palha);
- Sistema extensivo - baseado no pastoreio, sendo os animais com maiores necessidades suplementados com forragens e alguma ração.



Custos da alimentação animal

A ração, maioritariamente constituída por grãos (cereais e outros), é actualmente um dos principais custos das explorações agro-pecuárias.

A pressão sobre o preço das rações, causada pelo aumento da procura a nível internacional e pela enorme dependência de fortes inputs energéticos de origem petrolífera (biocarburantes) na transformação e produção do grão, impede a sua redução a curto/médio prazo.

O preço é particularmente elevado nas matérias-primas fonte de proteína (soja), uma vez que a sua produção é realizada em locais muito distantes dos locais de consumo (norte e sul da América) não sendo ainda assim suficiente para satisfazer a procura oriental (China e Índia).

Oportunidades

O clima mediterrâneo tem características únicas para a produção de proteína a baixo custo. Como? Através do aproveitamento da simbiose do *Rhizobium* e as leguminosas com elevadas taxas de fixação de azoto. No solo produzem-se plantas ricas em pro-

teína e simultaneamente reduzem-se os custos com adubações azotadas.

O sistema digestivo dos ruminantes evoluiu no sentido de aproveitar ao máximo a erva. No entanto, a pressão exercida para reduzir os ciclos produtivos conduziu inevitavelmente à intensificação dos sistemas através da alimentação à base de ração – grão. Esta alimentação tem menor aproveitamento (por ter menor digestibilidade), e custos energéticos muitíssimo superiores, e tal como referido anteriormente, não há perspectivas a curto prazo de redução nos custos energéticos da mesma.

Soluções

As pastagens e forragens biodiversas ricas em leguminosas são a solução mais adequada para toda a região mediterrânea.

Todo o alimento consumido no local de produção terá sempre custos energéticos inferiores ao alimento que vem de fora da exploração. Os benefícios aumentam em função da qualidade do alimento produzido: maior qualidade aporta maior benefício.

Quando falamos em qualidade, falamos em qualidade nutritiva dos alimentos valorizando o seu conteúdo em proteína, energia (calculada em Unidades Forrageiras - UF) e digestibilidade. As pastagens e forragens ricas em leguminosas representam o alimento que mais fácil e eficientemente reúne e disponibiliza estes três parâmetros.

Num sistema de produção animal perfeito as pastagens permanentes seriam a base da alimentação complementada com forragem de qualidade (feno/silagem de elevado teor proteico).

Estas pastagens multiplicam a capacidade produtiva dos campos. Por norma encontram-se implantadas em zonas que não podem ser semeadas todos os anos, ficando as terras que o permitem reservadas para a produção de culturas forrageiras de alta qualidade.

Conclusão

As rações continuarão a desempenhar um papel importante como complemento alimentar na produção agro-pecuária, mas parece ser claro que a alimentação animal deverá voltar a alterar de hábitos de forma a tirar partido das condições únicas e favoráveis do nosso país para a produção de pastagens e forragens de alta qualidade nas nossas próprias explorações.

CONDICIONALIDADE

Declaração de Rectificação do Regulamento n.º 65/2011, de 4 de Agosto de 2011

Relativo aos procedimentos de controlo e à condicionalidade no que respeita às medidas de apoio ao Desenvolvimento Rural. Rectifica Reg. n.º 65/2011.

Despacho normativo n.º 10/2011. D.R. II n.º 114, de 15 de Junho de 2011
Introduz alteração ao despacho normativo n.º 7/2005 com o objectivo de garantir os limiares de segurança em vigor para cumprimento do ratio de referência nacional de pastagens permanentes e simplificar os procedimentos de pedido de alteração de uso, de permuta de parcelas de pastagem permanente e de comunicação prévia no caso das parcelas isentas de reposição

FORRAGENS SECAS

Regulamento n.º 707/2011. JO L n.º 190, de 21 de Julho de 2011
Fixa o montante final da ajuda para as forragens secas relativas à campanha de comercialização de 2010/2011.

FRUTAS E PRODUTOS HORTÍCOLAS

Regulamento n.º 768/2011. JO L n.º 200, de 3 de Agosto de 2011
Estabelece medidas de apoio excepcionais e temporárias no sector das frutas e produtos hortícolas. Altera a Reg. n.º 585/2011.

Regulamento n.º 769/2011. JO L n.º 200, de 3 de Agosto de 2011
Estabelece um coeficiente de atribuição para o apoio excepcional e temporário da União no sector das frutas e produtos hortícolas.

NEMÁTODO DO PINHEIRO

Decreto-Lei n.º 95/2011. D.R. I n.º 151, 8 de Agosto de 2011
Estabelece medidas extraordinárias de protecção fitossanitária indispensáveis ao controlo do nemátodo da madeira do pinheiro

PAC

Despacho n.º 10369/2011. D.R. II n.º 157, de 17 de Agosto de 2011
Cria um grupo de peritos que tem por missão apoiar o Ministério da Agricultura, do Mar, do Ambiente e do Ordenamento do Território na dinamização e orientação do debate público e na fundamentação das decisões políticas a adoptar no âmbito da reforma da Política Agrícola Comum para o período de 2014-2020.

PEDIDO ÚNICO

Regulamento n.º 780/2011. JO L n.º 202, de 5 de Agosto de 2011
Relativo à redução dos montantes das ajudas por apresentação tardia dos pedidos únicos em relação a Portugal Continental para 2011. Derroga o Reg. n.º 1122/2009 e Reg. n.º 65/2009.

PRESTAÇÕES VÍNICAS

Portaria n.º 247/2011. D.R. I n.º 119, de 22 de Junho de 2011
Permite que os produtores que, até ao final da campanha 2009-2010, não tenham cumprido integralmente a prestação vínica contratada, a possam vir ainda a cumprir integralmente no decurso da campanha de 2010-2011.

PRODUTOS FITOFARMACÊUTICOS

Decreto-Lei n.º 80/2011. D.R. I n.º 117, de 20 de Junho de 2011
Actualiza as substâncias activas constantes da Lista Positiva Comunitária para a colocação no mercado de produtos fitofarmacêuticos, com o objectivo de reduzir os riscos de danos para a actividade agrícola, para a saúde humana e animal e para o ambiente em geral. Transpõe várias Directivas Comunitárias. Altera o Decreto-Lei n.º 94/98.

REGIMES DE APOIO DIRECTO

Regulamento n.º 784/2011. JO L n.º 203, de 8 de Agosto de 2011
Relativo aos adiantamentos dos pagamentos directos constantes do anexo I do Regulamento (CE). Altera Reg. n.º 73/2009.

Regulamento n.º 785/2011. JO L n.º 203, de 8 de Agosto de 2011
Relativo à superfície máxima garantida, em relação à qual pode ser concedido o prémio às proteaginosas. Altera Reg. n.º 73/2009.

RESERVA NACIONAL DE PAGAMENTO ÚNICO

Despacho n.º 11233/2011. D.R. II n.º 171, de 6 de Setembro de 2011
Determina que, para o ano de 2011, não seja disponibilizado qualquer montante financeiro para as candidaturas à reserva nacional dos agricultores cujas explorações se localizem em áreas com risco de abandono agrícola.

RPU

Despacho n.º 8245/2011. D.R. II n.º 114, de 15 de Junho de 2011
Alterações ao regime de pagamento único na sequência do acordo alcançado no Exame de Saúde PAC de 2008.

SEGURO DE COLHEITAS

Portaria n.º 261/2011. D.R. I n.º 158, de 18 de Agosto de 2011
Estabelece um regime excepcional para a campanha de 2011, aplicável ao seguro de colheitas para a cultura de tomate para a indústria.

Portaria n.º 261/2011. D.R. I n.º 158, de 18 de Agosto
Concede, excepcionalmente, até 15 de Outubro de 2011, uma extensão do período de produção de efeitos do seguro de colheitas para a cultura do tomate para a indústria.



FERTIPRADO

O gado merece, a terra agradece

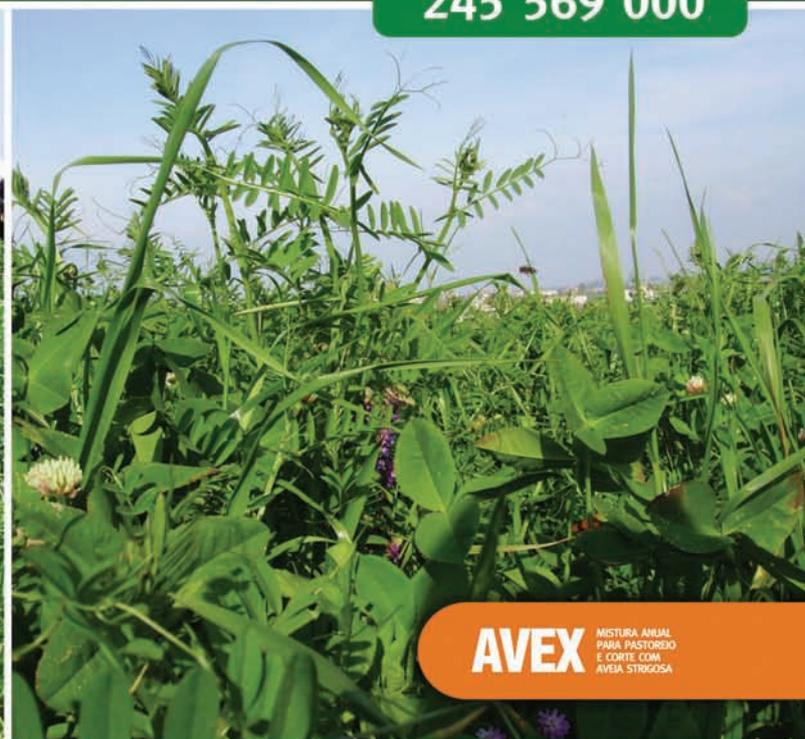
PRADOS E FORRAGENS
ALTO TEOR DE PROTEÍNA E DIGESTIBILIDADE

www.fertiprado.pt

245 569 000



MISTURA ANUAL PARA CORTE E PASTOREIO
SPEEDMIX



AVEX MISTURA ANUAL PARA PASTOREIO E CORTE COM AVEIA STROGOSA



MISTURA ANUAL PARA CORTE E PASTOREIO
TRITIMIX



MISTURA ANUAL PARA CORTE UNICO
FERTIFENO