

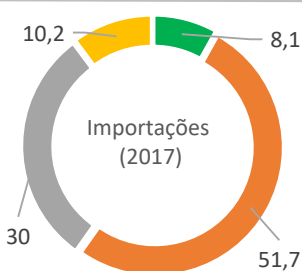
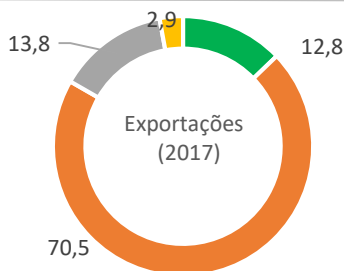
ÍNDIA

BREVE CARACTERIZAÇÃO

- Membro da OMC desde 1995
- População ● 1, 339.18 milhões
- Área ● 3,287.3 km²
- Fuso horário ● UTC/GMT +5:30h
- Moeda ● Rupia indiana (INR)
1€ = 79,70 INR
- PIB ● 2 611 012US\$
- PIB *per capita* ● 1 792 US\$ (2017)
- Peso da Agricultura ● 15 % do PIB

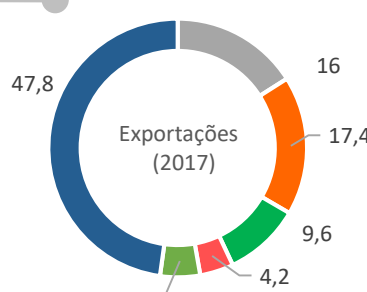
(OMC, 2018; Banco Mundial, 2017)

PERFIL DE COMÉRCIO ÍNDIA - resto do MUNDO

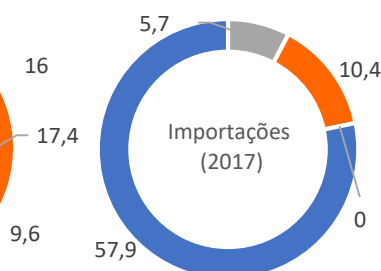


- Produtos Agrícolas
- Combustíveis e etc

- Produtos Manufacturados
- Outros



- EUA
- United Arab Emirates
- China



- U.E. (28)
- Saudi Arabia
- Hong Kong, China

(OMC, 2018)

RELACIONAMENTO BILATERAL PORTUGAL - ÍNDIA

Trocas Comerciais (AA+M+F) (média 2013-2017)

Trocas comerciais de bens transacionáveis (excluindo serviços) entre Portugal e a Índia (média 2013-2017):

- Exportações ● 100,3 milhões €
- Importações ● 497,4 milhões €
- Saldo balança comercial ● - 397,2 milhões €

Produtos dos setores agrícola e agroalimentar, mar e florestas (AA+M+F):

- Exportações ● 11,2 milhões € (49ª posição)
- Importações ● 64,4 milhões € (23ª posição)
- Saldo ● -53,2 milhões €

Representam perto de 11,2% do total de exportações de bens transacionáveis e 12,9% das correspondentes importações.

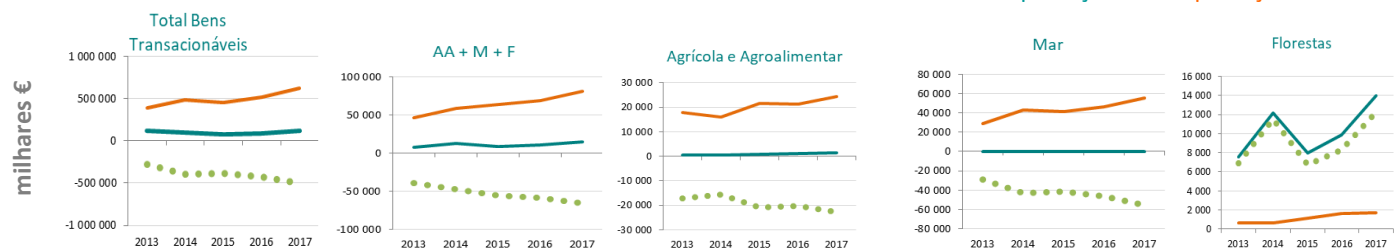
Sector agrícola e agroalimentar (AA):

- Exportações ● 0,9 milhões € (90ª posição)
- Importações ● 20,2 milhões € (26ª posição)
- Saldo ● - 19,3 milhões €



Evolução das Trocas Comerciais (2013-2017)

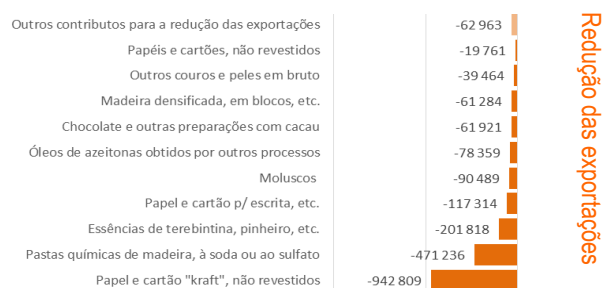
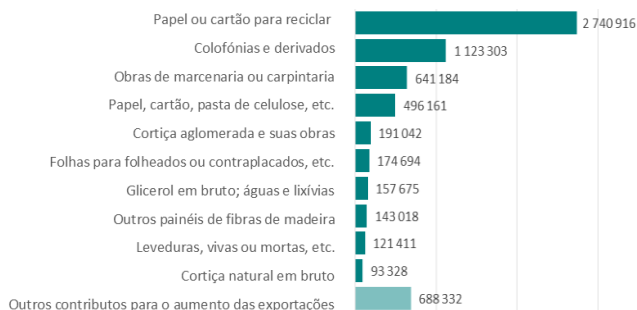
- Exportações - Importações ● Saldo



PERSPECTIVAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO

Principais contributos para a variação das exportações (AA+M+F)

Aumento das exportações



Redução das exportações

Oportunidades

A União Europeia e a Índia aprofundaram seu relacionamento criando uma Parceria Estratégica em 2004, que reconhece os objetivos e princípios comuns partilhados: democracia, direitos humanos, liberdades fundamentais e apoio à ordem global baseada em regras de multilateralismo. As negociações com vista à assinatura de um Acordo de Comércio Livre (ACL) foram lançadas em junho de 2007 e interrompidas no verão de 2013. As discussões foram retomadas em janeiro de 2016 e na Cimeira UE-Índia, de 6 de outubro de 2017, os líderes "manifestaram o seu empenho em reforçar a Parceria Económica e notaram os esforços contínuos no empenhamento do relançamento das negociações". A avaliação supra referida continua em curso.

No domínio bilateral, existem um Memorando de Entendimento (MdE) entre o Ministério da Agricultura da República da Índia e o Ministério da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural da República Portuguesa sobre Cooperação nos domínios da Agricultura e dos seus setores conexos e um Grupo de Trabalho Agricultura (GT Agricultura).

A Índia é uma economia de grandes dimensões que regista o crescimento mais acelerado no mundo, com uma taxa anual de crescimento do PIB a rondar os 7% e representa um mercado complexo mas significativo e dinâmico. A UE é o principal parceiro comercial da Índia, totalizando € 85 bilhões de trocas em 2017, ou 13,1% do comércio total da Índia, à frente da China (11,4%) e dos EUA (9,5%), tendo duplicado na última década.

A exportação de produtos agroalimentares nacionais para o mercado indiano tem apresentado uma evolução crescente para os preparados de hortícolas e frutícolas, o vinho, o azeite, o pescado transformado e as preparações alimentícias.

No entanto, estas exportações correspondem ainda a um valor muito pouco expressivo no total das exportações agroalimentares, perspetivando-se uma mudança de paradigma que passa pelo aproveitamento de oportunidades do agroalimentar português.

Este panorama apresenta-se muito interessante para os vinhos, que tem registado um aumento exponencial de consumo, como símbolo de *status*, sustentado pelo aumento do poder de compra dos consumidores; para o Azeite, e em menor escala, as Azeitonas e os Vinagres, devido à grande popularidade e aceitação deste mercado e à qualidade e diferenciação da oferta nacional; o tomate transformado, com o reforçar da sua estratégia de marketing; os produtos lácteos; os produtos à base de Carne de suíno e de aves e, com especial foco e reforço das ações de promoção, as frutas.