

FICHAS DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO

SETOR	Agroalimentar – Gorduras ou óleos animais e vegetais, etc. (Cap. 15)
TIPO DE PRODUTO / SERVIÇO	Azeite e suas frações (Cód. 1509)
MERCADO ALVO	Estados Unidos da América

I. RELAÇÕES ECONÓMICAS

Ano Referência

Tendência

Valores em euros

↗ → ↘

1	Valor total das importações	1.764.939.348.000€	X		
2	Valor total das importações do setor	4.489.613.000€		X	
3	Valor total das importações do produto - serviço	824.060.000€	X		
4	Valor total das importações do produto - serviço de Portugal	3.796.000€		X	

Porcentagem

5	Valor das importações do setor / valor total das importações)	0,25%
6	Valor das importações do produto-serviço / valor total das importações do setor)	18,35%
7	Valor das importações do produto-serviço de Portugal / valor das importações do produto-serviço)	0,46%

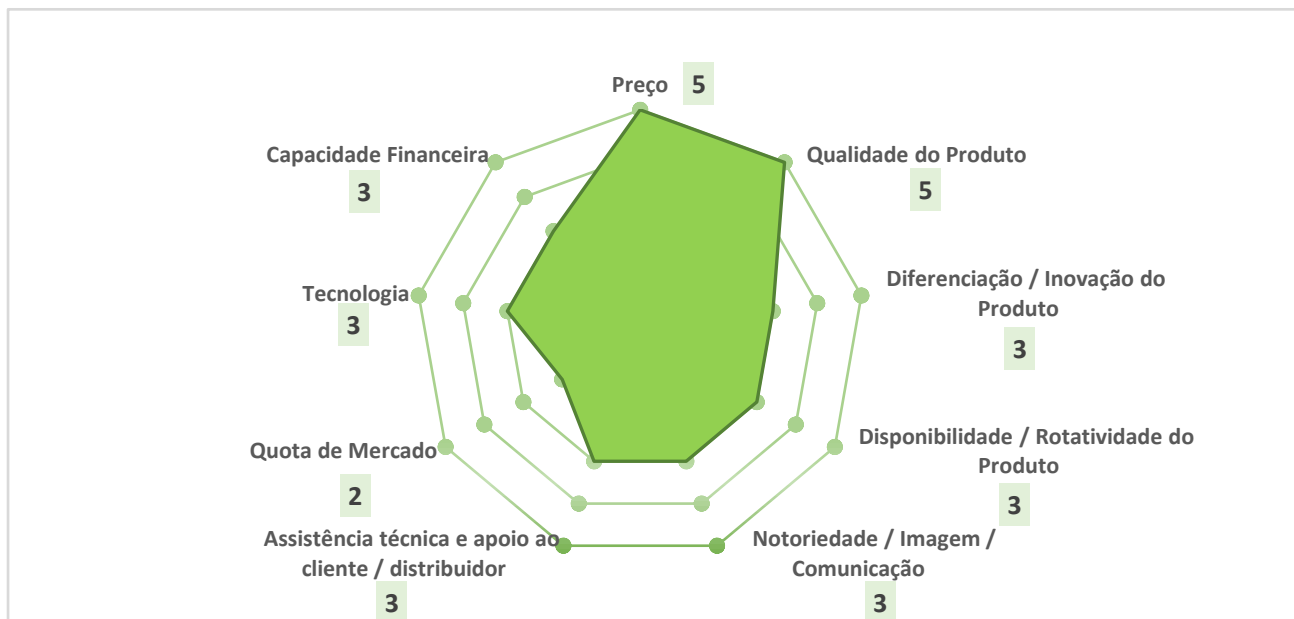
Fonte: Internacional TradeCenter (ITC) – UN ComtradeDatabase, segundo os códigos indicados de posições pautais dos produtos para a última atualização de Fevereiro de 2016.

II. AVALIAÇÃO DO CONTEXTO COMPETITIVO DO MERCADO



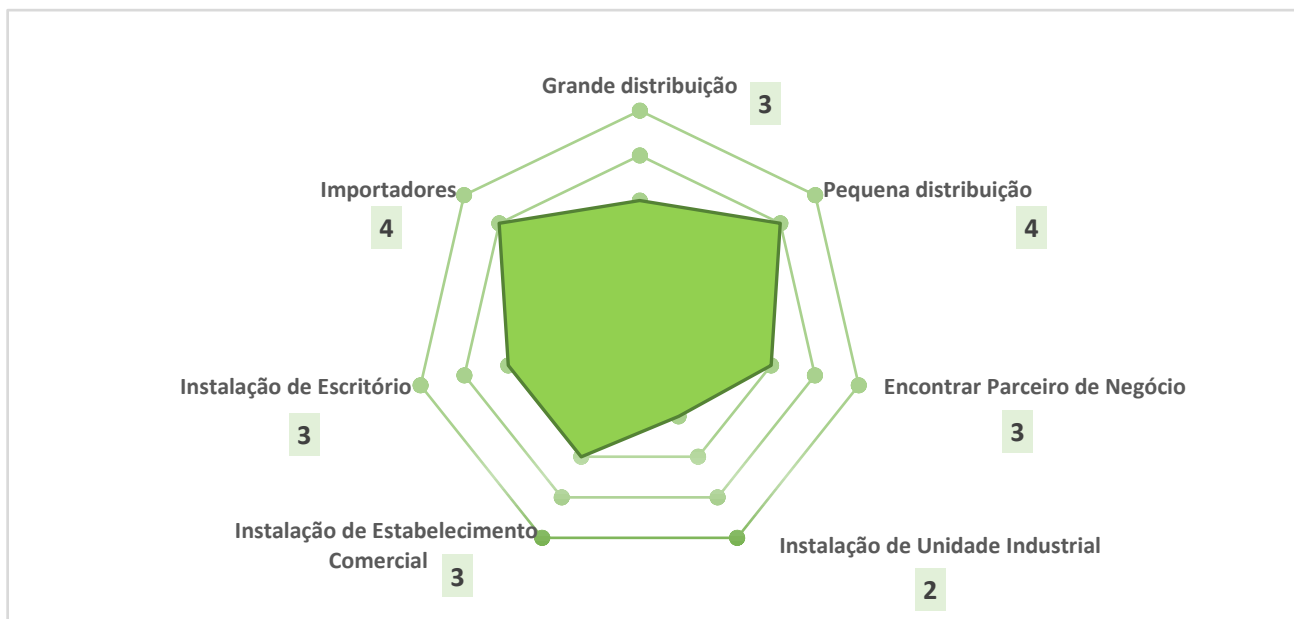
Escala de 1 a 5, em que o 1 corresponde a "Contexto Muito Desfavorável" e o 5 corresponde a "Contexto Muito Favorável".

III. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO DO SETOR



Escala de 1 a 5, em que o 1 corresponde a "Contexto Muito Desfavorável" e o 5 corresponde a "Contexto Muito Favorável".

IV. FORMAS DE INTERNACIONALIZAÇÃO



Escala de 1 a 5, em que o 1 corresponde a "Contexto Muito Desfavorável" e o 5 corresponde a "Contexto Muito Favorável".

V. AVALIAÇÃO GLOBAL DA OPORTUNIDADE

Avaliação Global da Oportunidade



PLANO DE AÇÃO SETORIAL PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO

SETOR	Agroalimentar – Gorduras ou óleos animais e vegetais, etc. (Cap. 15)
TIPO DE PRODUTO / SERVIÇO	Azeite e suas frações (Cód. 1509)
MERCADO ALVO	Estados Unidos da América

I. LINHAS ESTRATÉGICAS

Os EUA são o 2º maior importador mundial de azeite, sendo responsáveis por 15,6% do valor das importações mundiais. O azeite produzido no país cobre apenas cerca de 1,5% do seu consumo (estimado em cerca de 300.000 toneladas/ano). Calcula-se que 99% desta produção tem origem no estado da Califórnia. Em 2013, a costa atlântica (regiões de New England, Middle Atlantic e South Atlantic) representou mais de metade das vendas de azeite no retalho nos EUA. Os estados de New England (Maine, Massachusetts, Connecticut, Rhode Island, e New Hampshire) apresentaram o maior consumo anual per capita (712 gramas), seguidos dos estados do Middle Atlantic (New York, New Jersey, Pennsylvania) com 601 gramas.

A concorrência de países que beneficiam de tarifas aduaneiras preferenciais constitui um entrave, dado os EUA disporem de vários Acordos Preferenciais; é o caso, entre outros, da Austrália, Barém, Chile, Canadá, Colômbia, Coreia do Sul, Israel, Jordânia, Marrocos, México, Panamá, Peru, Omã e Singapura. Existe também um Sistema de Preferências Generalizadas para países em desenvolvimento, que se traduz na isenção/redução de direitos aduaneiros na importação de vários tipos de bens.

II. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PRODUTO

Cerca de 65% do azeite importado vem em embalagens prontas a usar (garrafas de vidro ou plástico e latas) entre 250ml e 3 litros. O restante azeite entra nos EUA a granel, em tanques, *flexitanks* e reservatórios de grande tonelagem. Este é enviado para as empresas de engarrafamento, onde é misturado com outros, de diferentes países e variedades de azeitona, sendo depois embalado para venda a retalho sob marcas próprias, para fornecer o segmento de *food service* e para fornecimento direto às empresas fabricantes de produtos alimentares.

A oferta de um produto com uma imagem e embalagem *Premium* pode ser bastante importante.

III. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PREÇO

O preço de importação do azeite português pelos EUA tem aumentado todos os anos, tendo o preço por tonelada registado uma subida de mais de 70% desde 2011 (2.346€ para 3.990€/ton).

O mercado é extremamente competitivo em termos de marcas, variedades, sabores, origens, preços, etc., mas há oportunidades para novos produtos com boa relação qualidade/preço. Apesar da visibilidade do azeite português ser residual, existe grande potencial se compararmos preços e qualidade dos principais azeites importados.

IV. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

A grande maioria de consumidores desconhece os diferentes atributos do azeite, como graduação, sabores e aplicações, bem como marcas e países de origem, pelo que a maioria compra com base no preço, preferindo azeites mais suaves. Isto sugere que, se o consumidor for informado, pode existir uma grande oportunidade para o crescimento do consumo de azeite extra virgem. A legislação permite que se salientem os benefícios do azeite e se apresentem “declarações de saúde”, como a contribuição para a redução do risco de doenças coronárias.

Outro fator de compra do azeite é o fim para o qual é utilizado, pelo que poderá indicar-se na embalagem, de forma clara, as diferentes aplicações do produto.

V. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE DISTRIBUIÇÃO

O azeite é maioritariamente vendido em supermercados, seguidos das lojas gourmet e da especialidade, e em outros canais de distribuição, como as lojas online.

Existem três segmentos principais: *foodservice*, fabricantes/processadores de alimentos e retalho, com quotas de consumo de 40% - 45%, 20% e 35% - 40%, respetivamente. Dentro do primeiro segmento, os restaurantes *quickservice* são geralmente sensíveis ao preço e adquirem azeites de qualidade inferior. Os compradores dos restaurantes são normalmente os chefes de cozinha, que estão familiarizados com o tipo e qualidade de azeite que pretendem.

Os fabricantes de produtos alimentares são, na sua maioria, empresas de grande dimensão, muitas vezes multinacionais, que usam consistentemente grandes volumes. Muitas vezes, exigem intervenção de terceiros na verificação do produto, e usam importadores para armazenar e entregar o produto. Normalmente, compram azeite de qualidade inferior. Por norma, estes e os clientes do setor da restauração compram azeite a preços inferiores aos clientes do retalho, mas podem oferecer vantagens em termos de marketing.

O retalho é o segmento para o qual se prevê um maior crescimento no futuro. Prevê-se um aumento de consumidores e de valorização do mercado, pois os consumidores neste segmento aceitam pagar mais por azeite de qualidade superior. Enquanto neste segmento o preço e as margens tendem a oscilar, devido a fatores como pagamento do espaço na loja e campanhas promocionais que muitas lojas exigem, no segmento de processamento alimentar, os preços são determinados numa base simples de custo e margem comercial.

Pequenos importadores, nichos de mercado, lojas *gourmet* e da especialidade são os canais de distribuição recomendados para as empresas portuguesas, evitando assim a concorrência direta dos produtores locais, e beneficiando de uma audiência mais receptiva a produtos com características diferenciadoras.

VI. CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Os produtos provenientes da União Europeia estão sujeitos à aplicação da Cláusula da Nação Mais Favorecida, que estabelece que todas as vantagens concedidas a um Membro da Organização Mundial do Comércio devem ser estendidas a todos os demais. Assim, os direitos aduaneiros variam consoante as posições pautais dos produtos (1509.10.20.30; 1509.10.20.40; 1509.10.20.50; 1509.10.20.60; 1509.90.20: 0,05€/Kg; 1509.10.40.30; 1509.10.40.40; 1509.10.40.50; 1509.10.40.60; 1509.90.40: 0,034€/Kg. Ver IX. OUTRAS INFORMAÇÕES ÚTEIS – Nota 1). Existe ainda a Taxa de Processamento da Mercadoria, de 0,3464% sobre o valor aduaneiro das mercadorias, mas nunca inferior a 25 USD (cerca de 22,05€) ou superior a 485 USD (cerca de 427,84€), e a Taxa de Manutenção Portuária, de 0,125% sobre o valor aduaneiro das mercadorias importadas por via marítima. A título exemplificativo, sobre a importação de uma remessa de 5 toneladas de azeite extra virgem certificado como orgânico, em embalagem de peso inferior a 18kg (código pautal 1509.10.20.30) vendido a 3.000€/tonelada, recaem 250€ de direitos aduaneiros, 51,96€ de Taxa de Processamento de Mercadoria (15.000€ x 0,3464%) e, se transportada por via marítima, 18,75€ de Taxa de Manutenção Portuária (15.000€ x 0,125%).

Estão em curso, desde 2013, as negociações de um Acordo de Parceria Transatlântica de Comércio e Investimento entre a UE e os EUA, com o objetivo de eliminar barreiras comerciais (aduaneiras e não aduaneiras). Contudo, ainda não há data prevista para a conclusão das mesmas, inicialmente prevista para 2014.

São exigidas formalidades específicas para a importação de azeite, a saber:

– Registo da empresa junto da FDA (Food and Drug Administration), para as posições pautais 1509.10.20.30, 1509.10.20.40, 1509.10.20.50, 1509.10.20.60, 1509.10.40.30, 1509.10.40.40, 1509.10.40.50, 1509.10.40.60, 1509.90.20, 1509.90.40, que deve ser renovado a cada 2 anos, no ano ímpar, entre 1 de outubro e 31 de dezembro. Em caso de expiração da validade, deve efetuar-se novo registo. Para o registo, a empresa tem de nomear um agente norte-americano, que é o responsável perante as respetivas autoridades. Caso a empresa não tenha nenhum contacto, há várias entidades que prestam esse serviço, mediante pagamento (ex: AFIUS – Association of Food Industries).

– Notificação prévia do envio de mercadorias (para as posições pautais 1509.10.20.30, 1509.10.20.40, 1509.10.20.50, 1509.10.20.60, 1509.10.40.30, 1509.10.40.40, 1509.10.40.50, 1509.10.40.60, 1509.90.20, 1509.90.40), a efetuar por qualquer pessoa que disponha da informação necessária (Exportador, Transitário, Importador ou Agente americano).

Não se aplica o IVA (VAT – Value Added Tax) mas, em certos Estados e Coletividades Locais, existem as Sales Taxes, que incidem sobre o preço de venda, a taxas variáveis (Ver IX.OUTRAS INFORMAÇÕES ÚTEIS – Nota 1). Se as mercadorias não tiverem sido tributadas pelas Sales Taxes, há lugar ao pagamento das User Taxes, que tributam a utilização, no território de um determinado Estado, de bens adquiridos no exterior.

As primeiras variam entre 0% e 7,5%, enquanto as User Taxes se situam, na maioria dos casos, entre 0% e 3%, sendo a mais elevada um caso único de 0% - 8,5% (Alabama).

Existem ainda regras rígidas de rotulagem dos bens alimentares destinados ao consumo: têm de conter dois rótulos, um com a identidade e quantidades do produto, e um nutricional, com os principais ingredientes; devem indicar o país de origem, em inglês, de forma permanente e legível, não sendo aceitável, por exemplo, a expressão “Made in European Union”.

VII.CONTACTOS ÚTEIS

Instituição	Âmbito	Website
Amd Oil Sales LLC	Importador de azeite	AmdOilSales
Oesse Foods, Inc.	Importador de produtos alimentares	OesseFoods
Arista Industries, Inc.	Comércio de óleos vegetais e marinhos	Arista
American Roland Food Corp.	Importador de produtos alimentares	RolandFood

VIII.FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS

Evento	Local / Data	Website
New York International Olive Oil Competition	Nova Iorque / 11-14.04.2016	NYOliveOil
LA International Extra Virgin Olive Oil Competition	Los Angeles / 15-17.03.2016	LAOliveOilCoom
International Restaurant & Food Service of NY	Nova Iorque / 5-7.03.2017	InternationalRestNY
NRA Show - The International Foodservice Marketplace	Chicago / 21-24.05.2016	NRAShow

IX.OUTRAS INFORMAÇÕES ÚTEIS

A AICEP disponibiliza vários documentos com informação relativa ao mercado dos Estados Unidos da América, que pode ser consultada acedendo ao website, no separador Mercados Externos, selecionando o país, ou através do link <http://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/Paginas/MercadosExternos.aspx?marketId=35>.

Está disponível um documento relativo ao mercado do Azeite nos Estados Unidos da América, que pode ser consultado acedendo à Informação Setorial sobre o país, ou através do link <http://www.portugalglobal.pt/PT/Biblioteca/Paginas/Detail.aspx?documentId=b242b7d1-120f-4b02-806e-90cc276b86b8>.

Nota 1: Posições pautais e respetivos produtos

1509: Azeite e suas frações

1509.10: Virgem

1509.10.20: Pesando, com a embalagem primária, menos de 18kg

Orgânico certificado:

1509.10.20.30: Rotulado como extra virgem

1509.10.20.40: Outro

Outro:

1509.10.20.50: Rotulado como extra virgem

1509.10.20.60: Outro

1509.10.40: Outro

Orgânico certificado:

1509.10.40.30: Rotulado como extra virgem

1509.10.40.40: Outro

Outro:

1509.10.40.50: Rotulado como extra virgem

1509.10.40.60: Outro

1509.10.50: Outro

1509.90: Outro

1509.90.20: Pesando, com a embalagem primária, menos de 18kg

1509.90.40: Outro

Nota 2: A informação relativa às taxas aplicadas pelos diversos Estados pode ser consultada em

<http://www.salestaxinstitute.com/resources/rates>.

X. RECOMENDAÇÕES DE NEGOCIAÇÃO

- Entregar a elaboração dos contratos a profissionais
- Deter capacidade de investimento e tolerância de risco
- Interagir com o mercado
- Apresentar produtos adequados ao mercado
- Oferecer bom rácio preço/qualidade
- Oferecer serviço pós-venda e assistência técnica
- Oferecer entrega ao domicílio e cumprir prazos de entrega
- Preparar documentação necessária em inglês, de forma clara e legível
- Ser persistente nos contactos
- Apresentar informação objetiva e clara - "tempo é dinheiro"
- Marcar reuniões antecipadamente
- Apertar a mão e olhar diretamente
- Ter bom relacionamento profissional com um advogado
- Evitar primeira abordagem via e-mail



- Entrar no mercado sem certeza de que a empresa está preparada
- Não se familiarizar com a legislação e regimes de exportação
- Ignorar importância do preço, qualidade e inovação
- Oferecer produto não identificável imediatamente
- Apresentar informação promocional e técnica insuficiente
- Cotar preços em moedas que não USD
- Não assegurar forma de pagamento credível, seguros da mercadoria e transporte e proteção da propriedade intelectual
- Ignorar que o dinheiro é a prioridade máxima nos negócios
- Marcar reuniões à 6ª feira
- Chegar atrasado e não comunicar atempadamente

