

FICHAS DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO

SETOR	Agroalimentar
TIPO DE PRODUTO / SERVIÇO	Carne e miudezas (Cap. 02); Enchidos e prod. similares (Cód. 1601)
MERCADO ALVO	Estados Unidos da América

I. RELAÇÕES ECONÓMICAS

Ano Referência

Tendência

Valores em euros

↗ ↘ ↙

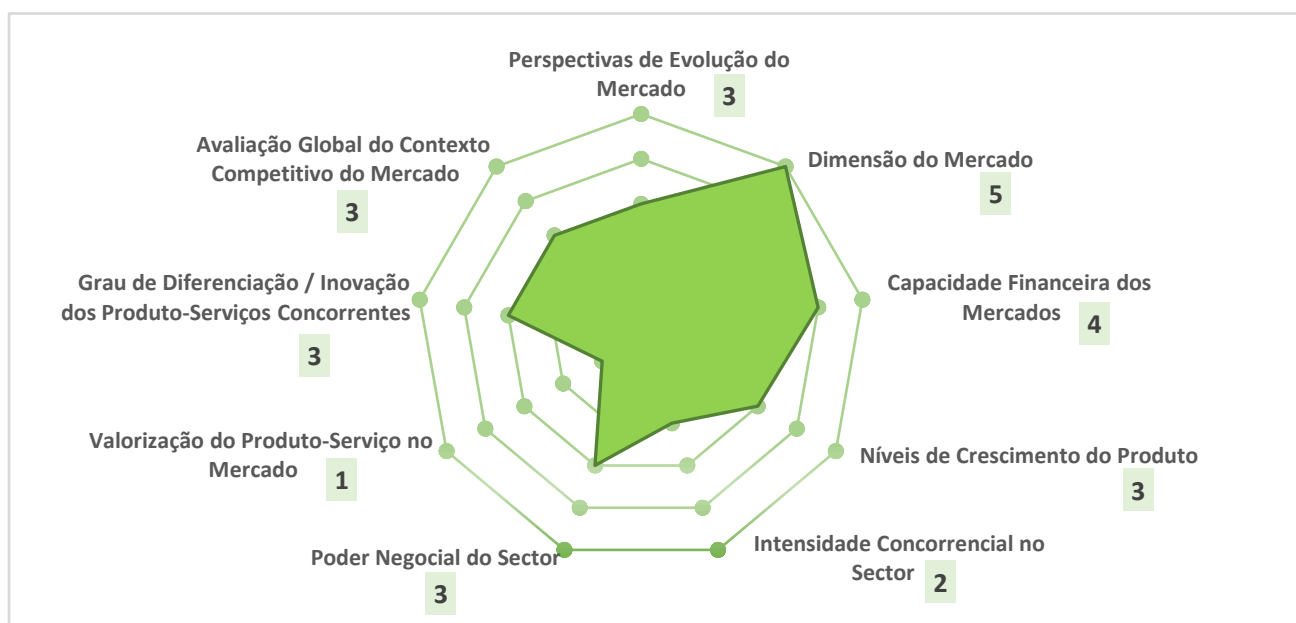
1	Valor total das importações	1.764.939.348.000€	X		
2	Valor total das importações do setor	89.599.387.000€	X		
3	Valor total das importações do produto - serviço	6.212.210.000€	X		
4	Valor total das importações do produto - serviço de Portugal	0€			

Percentagem

5	Valor das importações do setor / valor total das importações)	5,08%
6	Valor das importações do produto-serviço / valor total das importações do setor)	6,93%
7	Valor das importações do produto-serviço de Portugal / valor das importações do produto-serviço)	0%

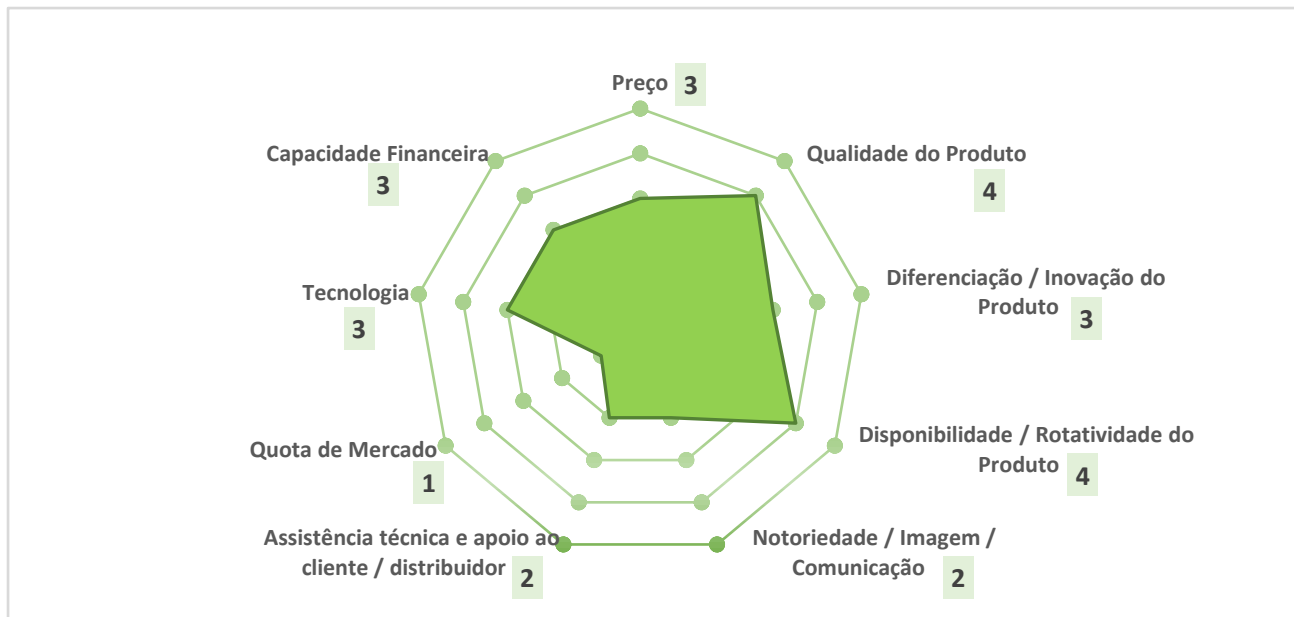
Fonte: Internacional TradeCenter (ITC) – UN ComtradeDatabase, segundo os códigos indicados de posições pautais dos produtos para a última atualização de Fevereiro de 2016.

II. AVALIAÇÃO DO CONTEXTO COMPETITIVO DO MERCADO



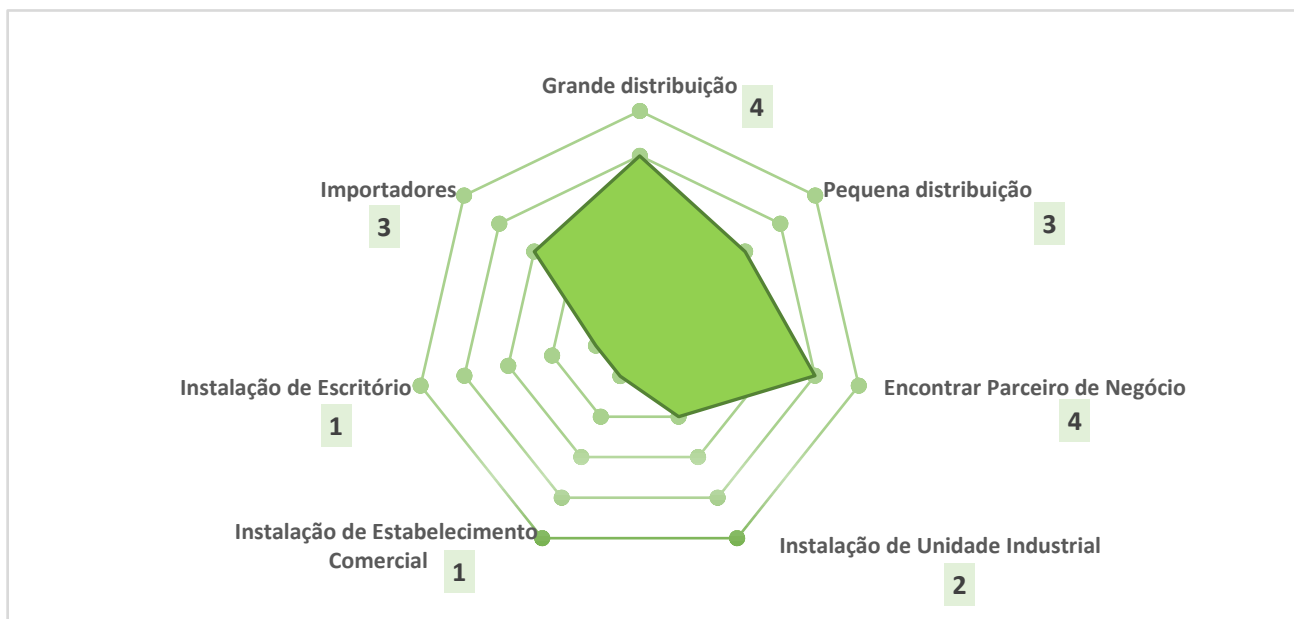
Escala de 1 a 5, em que o 1 corresponde a "Contexto Muito Desfavorável" e o 5 corresponde a "Contexto Muito Favorável".

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
TIPO DE PRODUTO / SERVIÇO	Carne e miudezas (Cód. 02); Enchidos e prod. similares (Cód. 1601)
MERCADO ALVO	Estados Unidos da América

I. LINHAS ESTRATÉGICAS

Para exportar carne para os EUA, é necessário que o país de origem obtenha previamente uma habilitação para esse efeito (Ver VI. CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO). Neste momento, Portugal não está habilitado para tal, tendo esta FIOM sido elaborada no sentido de Portugal poder vir a obter essa habilitação.

Em 2014, os EUA foram o 2º maior importador mundial de carne e derivados, tendo sido sendo responsáveis por cerca de 6,4% do valor das importações mundiais. Do total dos produtos de carne importados pelos EUA, mais de 64% foi de carne bovina. Os enchidos e carnes fumadas corresponderam apenas a cerca de 2,5% das importações destes produtos.

Apesar do grande valor de importações de produtos cárneos, os EUA são também os líderes mundiais das exportações de carne. Relativamente às importações, os produtos que registaram, em 2014, os maiores valores totais foram a carne bovina desossada, congelada e não congelada (códigos pautais 0202.30 e 0201.30), os cortes de carne suína que não carcaças ou pernas/pás, congelados e não congelados (0203.29 e 0203.19), e a carne bovina não congelada nem desossada (0201.20). No domínio das exportações, os produtos com maior destaque foram os pedaços e miudezas de galináceos congelados (0207.14), a carne bovina não congelada desossada (0201.30), os cortes de carne suína que não carcaças ou pernas/pás, congelados e não congelados (0203.29 e 0203.19) e a carne bovina desossada congelada (0202.30).

Os preços médios por tonelada das importações de carne bovina desossada, congelada e não congelada (códigos pautais 0202.30 e 0201.30) foram de 3.895€ e 4.884€, respetivamente, enquanto os das exportações foram de 4.838€ e 6.142€. Relativamente aos cortes de carne suína que não carcaças ou pernas/pás, congelados e não congelados (0203.29 e 0203.19), os preços médios por tonelada das importações foram de 3.118€ e 2.824€, respetivamente, e das exportações foram 2.451€ e 3.601€.

No domínio dos enchidos e produtos similares, o valor das exportações de 2014 foi mais de 14 vezes superior à importações (€ 430 milhões de exportações e € 29 milhões de importações). Entre as importações, o maior destaque foi para os produtos à base de carne suína (1601.00.20.90), com cerca de € 29 milhões.

De acordo com um relatório de 2016 do Departamento de Agricultura dos EUA (USDA), prevê-se que a produção de carne no país em 2017 seja superior à de 2016.

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

Tem-se verificado um aumento da procura de carne orgânica pelo consumidor norte-americano. Apesar de o valor das importações continuar a aumentar, vários estudos e notícias apontam para o declínio do consumo de carnes, principalmente vermelhas, em virtude do aumento das preocupações com a saúde.

III. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PREÇO

De acordo com dados fornecidos pelo Departamento de Agricultura dos EUA (USDA), os preços da carne no retalho, em 2015, rondariam os seguintes valores: em relação à carne bovina, 11€/kg para o acém, 17€/kg para o contrafilé e 11,75€/kg para a carne magra picada; no domínio da carne suína, 8€/kg para o lombo, 7€/kg para a perna desossada e 11,50€/kg para o bacon.

Os aumentos nos preços ocorridos ao longo da última década são uma das causas apontadas para o aumento do consumo da carne de aves em detrimento das carnes vermelhas. No entanto, o relatório já referido do USDA prevê para 2017, como consequência do aumento da produção, uma redução dos preços.

IV. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

Verifica-se um fraco conhecimento pelo consumidor de como cozinhar certos cortes de carne, o que faz com que, nos estabelecimentos em que existe um atendimento mais personalizado, sejam vendidos produtos que não seriam escolhidos das prateleiras dos retalhistas.

V. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE DISTRIBUIÇÃO

Segundo uma análise de 2014, 62% da população elege os supermercados para a compra de carne, 23% os hipermercados, 7% opta por armazéns de moldes grossistas, 5% por talhos e 3% recorre a lojas de produtos orgânicos ou especialidades.

VI. CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Como já foi referido, Portugal não se encontra habilitado para exportar produtos cárneos para os EUA. De acordo com a informação presente no Portal GlobalAgriMar (em “Constrangimentos à Exportação”), foram “Manifestadas intenções exportadoras” mas as “Autoridades norte-americanas exigem resposta a questionário altamente exigente com prazo para conclusão muito curto”, pelo que “Foi aberto o processo mas caducou sem estar concluído”, sendo “Necessário reiniciar processo”. O processo de habilitação para a exportação de produtos animais pode ser consultado no mesmo portal (<http://www.gpp.pt/GlobalAgriMar/docs/EsquemaAnimais.pdf>). É possível, portanto, que Portugal venha a obter a habilitação necessária para a exportação, pelo que se expõem, de seguida, as condições legais vigentes para este tipo de produtos, uma vez obtida essa habilitação.

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. Para os enchidos e produtos similares, os valores são de 0,008 USD/kg (0,007€) para produtos de porco, e 3,4% do valor FOB para carne bovina em recipientes herméticos, e 3,2% do mesmo valor para os restantes.

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.

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.

É exigido, para a importação de carnes e derivados, um certificado sanitário. Pode ser exigido, também, um certificado de inspeção, que é emitido pelo Animal and Plant Health Inspection Service, do Ministério da Agricultura, aquando da entrada dos produtos nos EUA.

As empresas portuguesas devem inquirir, junto da Divisão de Internacionalização e Mercados, da Direção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV), sobre a possibilidade de realizar a exportação dos seus produtos para os EUA.

As empresas que pretendam exportar para os EUA devem, previamente, registar-se junto da FDA (Food and Drug Administration), registo esse 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 (a que a FDA não se opõe). Para o registo, a empresa tem de nomear um agente norte-americano, que é o responsável perante as autoridades norte-americanas. Caso a empresa não tenha nenhum contacto, há várias entidades que prestam esse serviço, mediante pagamento (ex: AFIOUS – Association of Food Industries). Antes do envio da mercadoria, deve ainda proceder-se à prévia notificação do mesmo, 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).

VII. CONTACTOS ÚTEIS

Instituição	Âmbito	Website
Direção-Geral de Alimentação e Veterinária	Organismo responsável pela habilitação para exportação	DGAV
Meat Import Council of America	Associação de importadores de carne	MICA

VIII. FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS

Evento	Local / Data	Website
ProFood Tech	Chicago / 4-7 Abr 2017	ProFoodTech
International Production & Processing Expo	Atlanta / 31 Jan - 2 Fev 2017	IPPE
Americas Food and Beverage Show	Miami / 26-27 Set 2016	AFBS
Fancy Food Show	Nova Iorque / 26-28 Jun 2016	FancyFoodShow
International Restaurant & FoodService 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>.

As barreiras não tarifárias às exportações do setor agroalimentar e, mais concretamente, o ponto de situação relativo à habilitação de Portugal para exportação de produtos cárneos para os EUA podem ser consultados acedendo ao Portal GlobalAgriMar, em “Constrangimentos à Exportação”, ou diretamente através do link <http://www.gpp.pt/GlobalAgriMar/entraves.html>.

Nota 1: 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

