

## FICHAS DE IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES DE MERCADO

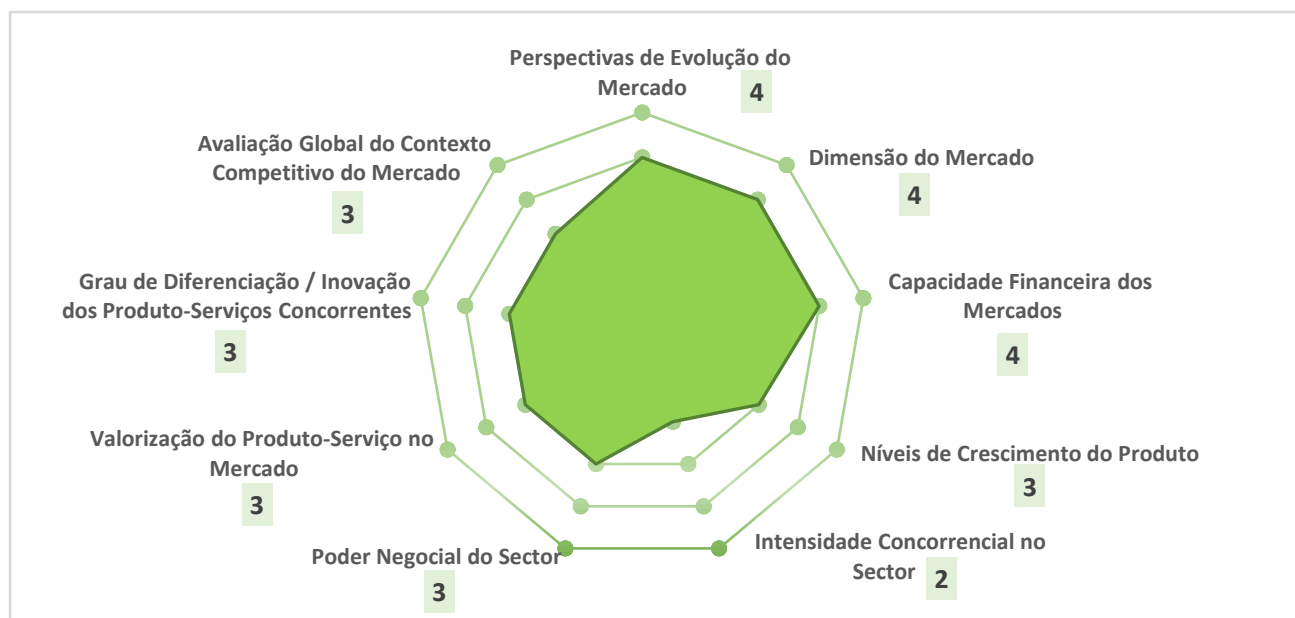
SETOR	Café, chá, mate e especiarias (Cap. 09); (...)Plantas industriais /medicinais, etc. (Cap. 12)
TIPO DE PRODUTO / SERVIÇO	Plantas aromáticas/medicinais (Cód. 0909, 0910 e 1211)
MERCADO ALVO	Estados Unidos da América

### I. RELAÇÕES ECONÓMICAS

Ano Referência		2014	Tendência				
		Valores em euros			↗	→	↘
1	Valor total das importações	1.764.939.348.000€	X				
2	Valor total das importações do setor	8.488.686.000€	X				
3	Valor total das importações do produto - serviço	521.128.000€	X				
4	Valor total das importações do produto - serviço de Portugal	486.000€	X				
		Porcentagem					
5	Valor das importações do setor / valor total das importações)	0,48%					
6	Valor das importações do produto-serviço / valor total das importações do setor)	6,14%					
7	Valor das importações do produto-serviço de Portugal / valor das importações do produto-serviço)	0,09%					

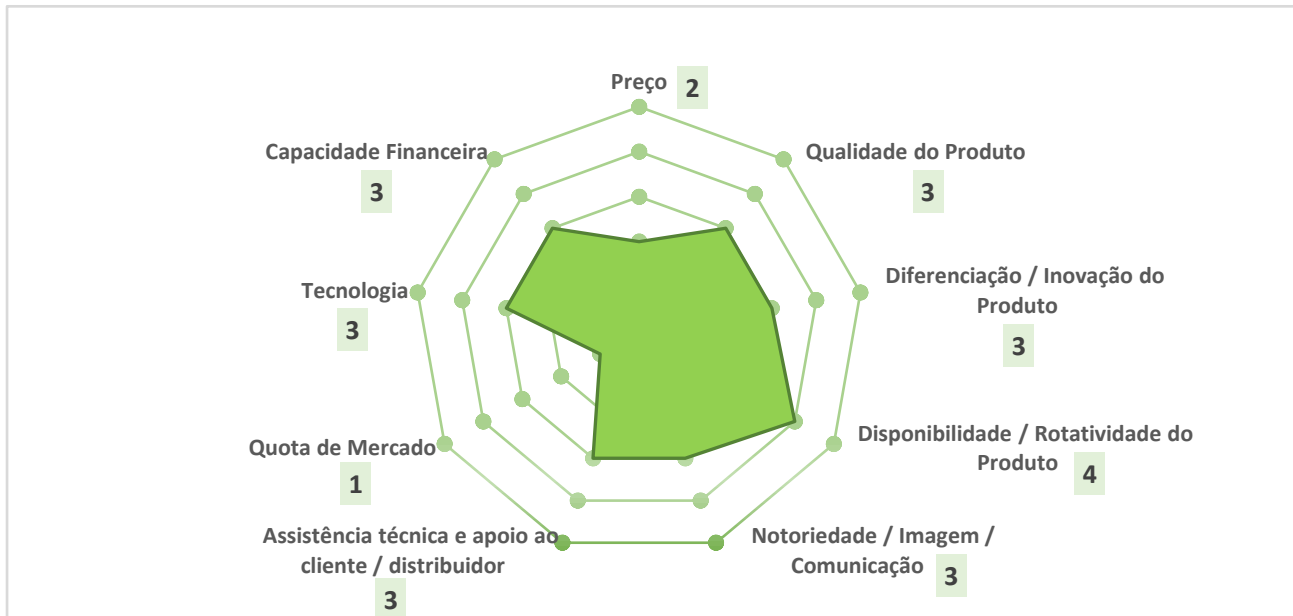
Fonte: Internacional Trade Center (ITC) – UN Comtrade Database, segundo os códigos indicados de posições pautais dos produtos para a última atualização de Fevereiro de 2016.

### II. AVALIAÇÃO DO CONTEXTO COMPETITIVO DO MERCADO



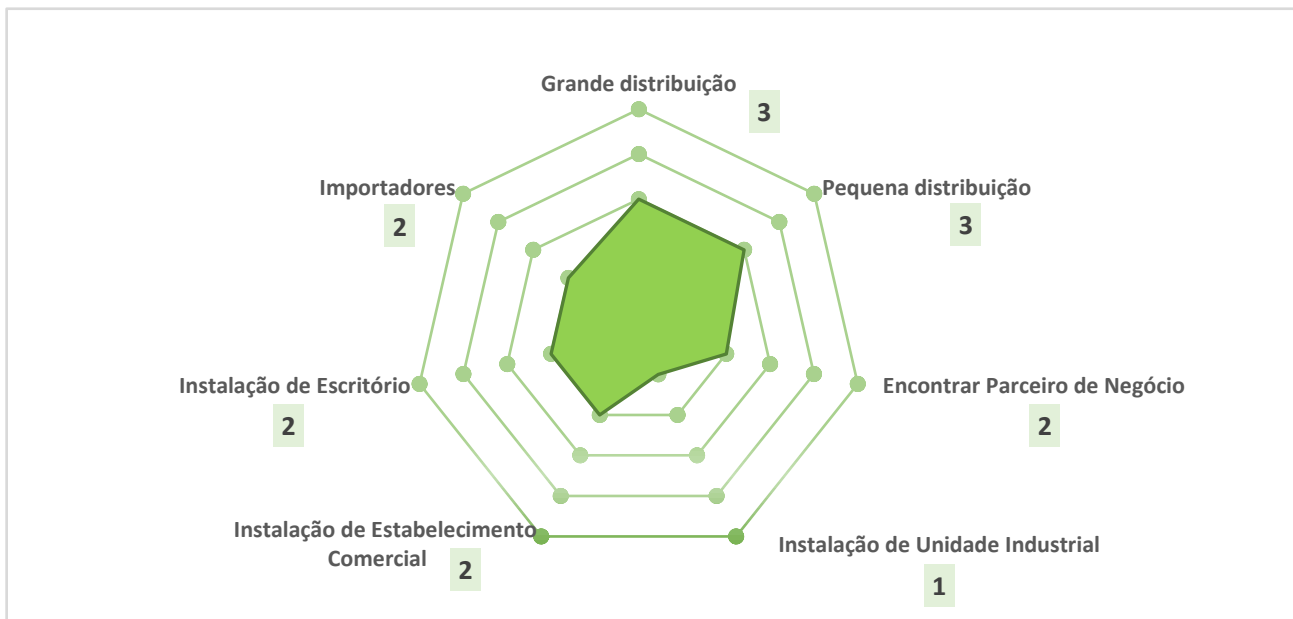
Escala de 1 a 5, em que o 1 corresponde a "Contexto Muito Desfavorável" e o 5 corresponde a "Contexto Muito Favorável".

**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	Café, chá, mate e especiarias (Cap. 09); (...)Plantas industriais /medicinais, etc. (Cap. 12)
TIPO DE PRODUTO / SERVIÇO	Plantas aromáticas/medicinais (Cód. 0909, 0910 e 1211)
MERCADO ALVO	Estados Unidos da América

### I. LINHAS ESTRATÉGICAS

Os EUA têm sido o maior importador de ervas aromáticas e medicinais do mundo, sendo responsáveis por cerca de 10 – 11% das importações em cada um dos subsectores considerados (sementes, ervas aromáticas e plantas medicinais). A China é o maior fornecedor de plantas medicinais e aromáticas dos Estados Unidos, com uma quota de cerca de 23% e 36%, respetivamente. Uma grande parte das importações provenientes da China deve-se à procura considerável por soluções de medicina chinesa; no entanto, apesar desta grande procura, e apesar de a China ter uma quota considerável nestas importações, essa quota é de 23%, pelo que existe mercado para uma grande variedade de ervas medicinais.

As exportações de Portugal são quase inexistentes no caso das sementes e das plantas medicinais, e residuais para as ervas aromáticas, correspondendo a 0,2% do total. No entanto, os números parecem traduzir uma oportunidade que ainda não foi explorada por Portugal, uma vez que, logo a seguir à China, os maiores fornecedores dos EUA são países tão distantes geográfica e culturalmente como a Índia, a Turquia, o Egipto (no caso das sementes) e Espanha.

### II. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PRODUTO

Em 2014, o Manjeriço registou um valor de importações de cerca de € 30 milhões, seguido do Orégão, com cerca de metade do valor. Também tiveram destaque as sementes de Cominho e de Anis, a Salva, o Açafrão e o Tomilho.

Relativamente ao consumo total, as ervas aromáticas mais populares nos EUA são o Manjeriço, o Orégão (também conhecido como Manjerona Selvagem) e o Tomilho, mas há também uma procura considerável por variedades como o Alecrim, a Hortelã, o Cebolinho, o Coentro, o Endro, a Salsa e a Salva.

A Salmonella e a E. coli são riscos de segurança alimentar comuns no setor das ervas frescas, na medida em que são consumidas frequentemente sem serem cozinhadas para matar as bactérias. Como resultado do aumento da consciência em torno desses riscos, os produtores de ervas frescas são muitas vezes obrigados a seguir normas como a Global GAP (Good Agriculture Practice / Boas Práticas Agrícolas - <http://www.globalgap.org/>), HACCP (Análise de Perigos e Controlo de Pontos Críticos) e outros protocolos relacionados com a segurança alimentar.

A procura por produtos orgânicos têm vindo a aumentar nos últimos anos, havendo boas perspectivas para esta categoria, no domínio das ervas frescas.

### III. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE PREÇO

Existem vários grossistas com plataformas de vendas online, que comercializam ervas aromáticas e medicinais orgânicas embaladas. Está disponível uma grande variedade de produtos, inclusive alguns endógenos do Alentejo. Destes, destacam-se dos principais websites os seguintes preços base<sup>1</sup> por libra (aprox. 454 gramas): Manjeriço (em inglês *basil*) a 8,70€, folha de Oliveira (*oliveleaf*), Alecrim (*rosemary*) e Tomilho (*thyme*) a 9€, Manjerona (*marjoram*) a 9,40€, Salva (*sage*) e Segurelha (*savory*) a 11,20€, Orégão (*oregano*) e Salsa (*parsley*) a 11,65€, Hortelã (*spearmint*) e Coentro (*coriander/cilantro*) a 12€, Endro (*dill*) a 13,90€, Tília (*linden*) a 17,50€, Louro (*bay*) a 17,90€, Estragão (*tarragon*) a 26€ e Açafrão (*saffron*) a 14,35€/grama.

No caso de plantas não orgânicas/biológicas, pode obter-se, por exemplo, o Alecrim a 2,80€/libra, o Tomilho a 3,30€, as folhas de Oliveira a 4,85€, a Salsa a 6,25€, o Endro a 8,15€ e o Estragão a 10,70€.

Alguns distribuidores oferecem preços mais vantajosos para encomendas de grandes quantidades (a partir de 4 ou 5 libras).

#### IV. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO

As entidades públicas de saúde alertam para os efeitos colaterais que as plantas tradicionais de medicina chinesa poderão ter, principalmente devido à dificuldade em testar, na medida em que, muitas vezes, os tratamentos se baseiam em misturas de ervas construídas propositadamente para cada pessoa. Neste sentido, a vantagem pode estar na promoção dos produtos pelas suas propriedades individuais, tal como fez a empresa North Shore Living Herbs, através do envio de uma newsletter mensal, através da qual já partilharam, por exemplo, que o manjeriço é rico em antioxidantes, a hortelã favorece a digestão e o estragão ajuda com dores de dentes. Este tipo de informações pode até constar na embalagem, impulsionando a decisão de compra do consumidor final.

#### V. LINHAS ORIENTADORAS / POLÍTICA DE DISTRIBUIÇÃO

Segundo um relatório de 2014 da Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID), a Califórnia e a Flórida, com condições meteorológicas favoráveis, são os maiores produtores de ervas frescas. O Havai e Nova Jersey são também importantes fontes, mas a exigência de fornecimentos durante todo o ano pelos compradores limita a sua competitividade. As ervas frescas são comercializadas principalmente através de canais grossistas, enquanto volumes menores são vendidos diretamente pelos agricultores.

O mesmo estudo indica que existe um aumento da procura no retalho, especialmente pelos supermercados e restaurantes, sendo as ervas frescas mais procuradas do que as secas. Além disso, sugere que haverá pequenos aumentos da procura por certas ervas em torno de alguns feriados, como a Salva no final de Novembro para o Dia de Ação de Graças e a Menta no início de Maio para o Kentucky Derby (uma corrida de cavalos anual em que o Mint Julep, um cocktail alcoólico que inclui menta, é um clássico).

O processo deverá iniciar-se através do importador/distribuidor norte-americano que, por sua vez, revenderá o produto a grossistas que abastecem lojas de retalho e/ou os profissionais do setor, nomeadamente quiropráticos, naturopatas, osteopatas, entre outros. Em certos casos, a cadeia de distribuição processa-se sem a intervenção de um grossista, nomeadamente nas empresas de vendas por correspondência, que servem diretamente o consumidor, e nos estabelecimentos como lojas de produtos naturais e spas.

#### 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. Para as ervas aromáticas, os direitos aduaneiros variam consoante o produto: o louro, o orégão e o tomilho crus ou não processados estão isentos, mas nos casos em que houve transformação estão sujeitos a taxas de 4,8%, 3,4% e 3,2%, respetivamente, sobre o valor aduaneiro; os restantes produtos são taxados a 1,9%. No caso das plantas medicinais, a taxa é de 25% quando estas se apresentam sob a forma de chás ou infusões, sendo isentas nos restantes casos.

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.

As empresas que pretendam exportar produtos de origem vegetal para os EUA devem inquirir junto da Direção de Serviços de Sanidade Vegetal, da Direção-Geral de Alimentação e Veterinária, sobre essa possibilidade, pois Portugal pode não estar habilitado para tal, devido à necessidade de acordo prévio entre os dois países.

Para exportar produtos alimentares para os EUA as empresas 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. 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: AFIUS – 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).

Para a importação de plantas e produtos de origem vegetal, é exigido um certificado fitossanitário, emitido pelas autoridades fitossanitárias do país de origem. Este documento comprova que os produtos foram devidamente inspecionados, estão livres de pragas nocivas e conforme as regulações fitossanitárias do país. Pode ser preparado em qualquer idioma, mas pode ser exigida uma tradução em inglês. 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.

Para o desalfandegamento de produtos destinados a sementeira, pode ser exigido o Orange International Seed Lot Certificate, que atesta o grau de pureza das sementes. Deve ser requerido pelo exportador a um laboratório ISTA (International Seed Testing Association) acreditado no país de origem.

Para o desalfandegamento de certas plantas medicinais, é exigido um documento que confirma que qualquer transação das plantas e derivados respeita os requisitos da Convenção do Comércio Internacional de Espécies Ameaçadas (CITES – Convention on International Trade in Endangered Species), emitido e devidamente validado pelas autoridades competentes do país de origem. Deve ser preparado em inglês, francês ou espanhol.

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 2). 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
<b>The G. S. Haly Company</b>	Importador de chás	<a href="#">GSHaly</a>
<b>Travelers' Imports</b>	Importador de produtos naturais/ecológicos	<a href="#">TravelersImports</a>
<b>American Botanical Council</b>	Instituição de pesquisa de plantas medicinais	<a href="#">ABC</a>
<b>American Herbal Products Association</b>	Associação de produtores, processadores e promotores, nacionais e estrangeiros	<a href="#">AHPA</a>

#### VIII. FEIRAS E EVENTOS ÚTEIS

Evento	Local / Data	Website
<b>Supply Expo</b>	Califórnia / 9-13.03.2016	<a href="#">SupplyExpo</a>
<b>Ingredient Marketplace</b>	Flórida / 27-29.04.2016	<a href="#">IngredientMarketplace</a>
<b>The Healthy and Natural Show</b>	Chicago / 04-05.05.2017	<a href="#">HealthyNaturalShow</a>
<b>Natural Products Expo East</b>	Baltimore / 21-24.09.2016	<a href="#">ExpoEast</a>

## 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 das PAM nos Estados Unidos da América, que pode ser consultado no site da USAID, através do link: [http://pdf.usaid.gov/pdf\\_docs/PA00KP2C.pdf](http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00KP2C.pdf).

Nota 1: Taxa de câmbio de 31/05/2016: 1 USD = 0,90 EUR

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

