

TERRAS DE **TTM**
TRÁS-OS-MONTES



GUIA PRÁTICO
CAPACITAÇÃO PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO
VINHO

1. Vinho	4
1.1 Caracterização Geral	4
1.2 Caracterização do Comércio Internacional	7
1.2.1 Balança Comercial	7
1.2.2 Principais Importadores de Vinho Portugueses	8
1.2.3 Principais Importadores Mundiais	8
1.2.4 Principais Exportadores Mundiais	9
1.3 Entidades Relevantes	9
1.4 Caracterização dos Mercados Prioritários	9
1.4.1 Caracterização do Mercado Angolano	10
1.4.1.1 Balança Comercial (Portugal - Angola)	10
1.4.1.2 Vinhos Nacionais em Angola	11
1.4.1.3 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Angolano	11
1.4.1.4 Principais Exportadores de Vinho para Angola	12
1.4.1.5 Feiras de Referência	12
1.4.1.6 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras	13
1.4.2 Caracterização do Mercado Reino Unido	14
1.4.2.1 Balança Comercial (Portugal - Reino Unido)	14
1.4.2.2 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Reino Unido	16
1.4.2.3 Principais Exportadores de Vinho para o Mercado Reino Unido	17
1.4.2.4 Feiras de Referência	17
1.4.2.5 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras	18

1.4.3 Caracterização do Mercado Suíço	19
1.4.3.1 Balança Comercial (Portugal - Suíço)	19
1.4.3.2 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Suíço	20
1.4.3.3 Principais Exportadores de Vinho para o Mercado Suíço	21
1.4.3.4 Feiras de Referência	21
1.4.3.5 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras	21
2. Processo de Exportação	24
2.1 Exportação Indireta	24
2.2 Exportação Direta	24
2.3 Formalidades de Exportação	25
2.4 Etiquetagem, Rotulagem e Marcação CE	25
2.5 Documentos sobre o Transporte Internacional	26

1. VINHO

A presente ficha técnica para a internacionalização do vinho, apresenta uma caracterização geral da categoria de produto, sintetiza dados relativos ao mercado internacional, bem como às trocas comerciais com Portugal. Através de uma pesquisa alargada, identificámos algumas das entidades mais relevantes em Portugal neste subsector.

Realizou-se uma caracterização dos mercados que foram definidos como prioritários para a internacionalização

da categoria de produtos, descrevendo os subsectores de interesse e sinalizando os principais regulamentos e barreiras aduaneiras.

O processo de exportação constitui, por referência a materialização de uma estratégia de internacionalização, apresentamos assim dados gerais sobre os procedimentos e tipos de exportação, alargando o tema até às formalidades de importação/exportação, chegando aos transportes de mercadoria e os documentos acessórios a este procedimento.

1.1 Caracterização Geral

Durante séculos, a vinha foi cultivada na sub-região das Terras de Trás-os-Montes, fazendo já parte da paisagem natural. Aliado a esta longevidade, a diversidade geológica (granítico e xistoso) e a diferente tipologia de terreno (planaltos e montanhas), conferem aos vinhos produzidos no território uma qualidade peculiar e reconhecida. As condições edafoclimáticas possibilitam a produção de um vinho de intensos aromas frutados, influenciados pelas amendoeiras e árvores de fruto, com a acidez correta, apesar dos elevados teores de álcool.

Em 2017, o número de empresas ligadas à produção de vinho era de 621, representando 2,1% das empresas deste subsector a nível nacional. No mesmo ano, estas empresas produziram maioritariamente vinho com certificação DOP (458 hectares afetos) face ao classificado como IGP (apenas 157 hectares), perfazendo uma área total de 14.380 hectares, contando com a área afeta à produção de vinho sem nenhuma das classificações anteriores).

Enquanto as empresas produtoras de vinho DOP se concentram mais nos municípios de Macedo de Cavaleiros, Miranda do Douro, Mirandela, Mogadouro, Vimioso e Vinhais, as produtoras de vinho IGP estão presentes em todos os concelhos da sub-região. De acordo com os dados do Instituto da Vinha e do Vinho, a produção declarada da sub-região ascendeu a 112.407 hectolitros, correspondente a apenas 1,6% de toda a produção a nível nacional na campanha de 2015/2016. Destes 112.407 hl, apenas 14.875 foram considerados como aptos para Vinho DOP e 11.973 para Vinho IGP.

No que se refere ao mercado internacional, os dados analisados permitem perceber que, embora o valor (em euros) das exportações seja ainda pouco significativo, este tem vindo a registar um aumento gradual desde 2014, contrariando a tendência geral de decréscimo das exportações nos outros subsectores. Tal facto poderá ser explicado precisamente pelo foco nas tipologias DOP e IGP do produto, que explora nichos de mercado mais elevados.

Na Tabela 1 são apresentados os vinhos DOP ou IGP da Região de Trás-os-Montes, incluindo as principais características e área geográfica de produção.

Tabela 1 - Caracterização de vinhos DOP ou IGP da Região de Trás-os-Montes

VINHO DOP TRÁS-OS-MONTES

CARACTERÍSTICAS

A sub-região das Terras de Trás-os-Montes tem características muito próprias, que se manifestam na existência de vários microclimas. As particularidades existentes na constituição dos solos, normalmente graníticos com manchas de xisto, e a maior adaptabilidade de determinadas castas, permitem obter vinhos muito diferenciados. Tais diferenças permitiram definir três sub-regiões (Chaves, Planalto Mirandês e Valpaços) para a produção de vinhos de qualidade com direito a DOP Trás-os-Montes. Os critérios tidos em conta foram essencialmente as altitudes, exposição solar, clima e a constituição dos solos.

ÁREA GEOGRÁFICA

a) Sub-Região Chaves b) Sub-Região Valpaços
c) Sub-Região Planalto Mirandês



a) Sub-Região Chaves:

Abrange os concelhos de Chaves (freguesias de Anelhe, Arcossó, Bustelo, Calvão, Cela, Curalha, Eiras, Ervededo, Faiões, Lama de Arcos, Loivos, Madalena, Oura, Outeiro Seco, Póvoa de Agrações, Redondelo, Samaiões, Sanjurge, Santa Cruz/Trindade, Santa Maria Maior, Santo António de Monforte, Santo Estêvão, São Pedro de Agostém, Seara Velha Selhariz, Soutelinho da Raia, Soutelo, Vale de Anta, Vidago, Vila Verde de Raia, Vilar de Nantes, Vilarelho da Raia, Vilarinho das Paraneiras, Vilas Boas, Vilela do Tâmega e Vilela Seca) e Vila Pouca de Aguiar (freguesias de Capeludos e Valoura).

b) Sub-Região Valpaços:

Abrange os concelhos de Macedo de Cavaleiros (freguesias de Arcas, Cortiços, Lamalonga, Sesulfe, e Vilarinho de Agrochão), Mirandela (freguesias de Abambres, Aguieiras, Alvites, Avantos, excluindo as propriedades da Sociedade Clemente Meneres), Bouça, Cabanelas, Carvalhais (excluindo as propriedades da Sociedade Clemente Meneres), Fradizela, Franco, Lamas de Orelhão, Múrias, Mascarenhas, Mirandela, Passos, São Pedro Velho, São Salvador, Suções, Torre de D. Chama, Vale de Gouvinhas, Vale de Salgueiro e Vale de Telhas), Murça (freguesia de Jou), Valpaços (freguesias de Água Revés e Castro, Algeriz, Barreiros, Bouçoães, Canaveses, Carrazedo de Montenegro, Ervões, Fornos do Pinhal, Possacos, Rio Torto, Sanfins, Santa Maria de Emeres, Santa Valha, São Pedro de Veiga de Lila, Sonim, Vales, Valpaços, Vassal, Veiga de Lila, e Vilarandelo), Vinhais (freguesias de Agrochão, Ervedosa, Rebordelo, Vale das Fontes, e Vale de Janeiro).

c) Sub-Região Planalto Mirandês

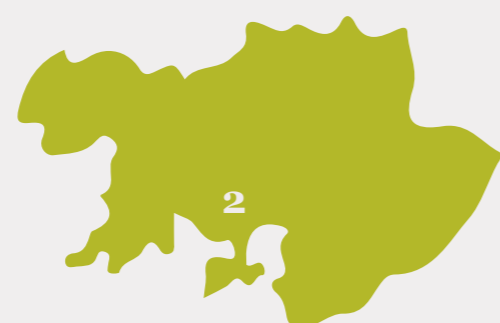
Abrange os concelhos de Miranda do Douro, Mogadouro, Vimioso, Freixo de Espada à Cinta (freguesias de Fornos e Lagoaça) e Torre de Moncorvo (freguesias de Carviçais, Felgar, Felgueiras, Larinho, Maçores, Mós e Souto da Velha, excluindo as áreas pertencentes à Região do Douro).

VINHO TRANSMONTANO IGP

CARACTERÍSTICAS

Corresponde a uma área geográfica que abrange todos os concelhos das Terras de Trás-os-Montes. Os vinhos têm uma cor característica, com um aroma frutado e acidez acentuada, sendo pouco alcoólicos.

ÁREA GEOGRÁFICA



Abrange o distrito de Bragança; os concelhos de Figueira de Castelo Rodrigo (freguesia de Escalhão), Meda (freguesias de Fonte Longa, Longroiva, Meda e Poço Canto) e Vila Nova de Foz Côa, do distrito da Guarda; os concelhos de Armamar (freguesias de Armamar, Folgosa, Fontelo, Santo Adrião e Vila Seca), Lamego (freguesias de Valdigem, Sande, Penajóia, Parada do Bispo, Cambres, Samodães, Ferreiros de Avões, Figueira, Santa Maria de Almacava e Sé), Resende (freguesia de Casais de Barrô), São João da Pesqueira (freguesias de Casais do Douro, Sarzedinho, Soutelo do Douro, Castanheiro do Sul, Espinhosa, Paredes da Beira, Trevões, Valongo dos Azeites, Várzea de Trevões, Vilarouco e São João da Pesqueira) e Tabuaço (freguesias de Adorigo, Valença do Douro, Barcos, Granjinha, Desejosa, Távora, Pereiro, Sendim, Santa Leocádia e Tabuaço), do distrito de Viseu e o distrito de Vila Real, com exceção dos concelhos de Ribeira de Pena e Mondim de Basto.

FONTE: Instituto da Vinha e do Vinho, I. P. (acedido em junho de 2019)

NÚMERO DE EMPRESAS

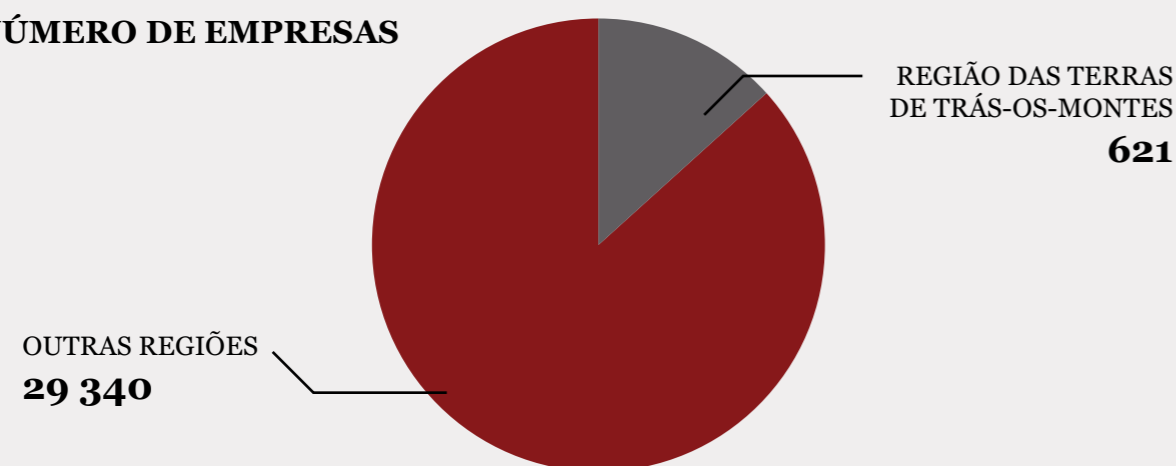


Figura 1 - Caracterização do número de empresas a operar no subsector dos vinhos em Portugal e na Região das Terras de Trás-os-Montes.

FONTE: INE, Base de Dados (accedida em junho de 2019)

1.2 Caracterização do Comércio Internacional

1.2.1 Balança Comercial

No global, entre 2015 e 2018, as exportações registaram subidas significativas, tendo alcançado, em 2018 o seu melhor resultado, 806,21 milhões de euros (Figura 2). As importações apresentam um valor baixo relativamente ao valor das exportações o que permite consolidar um valor positivo da balança comercial neste setor.

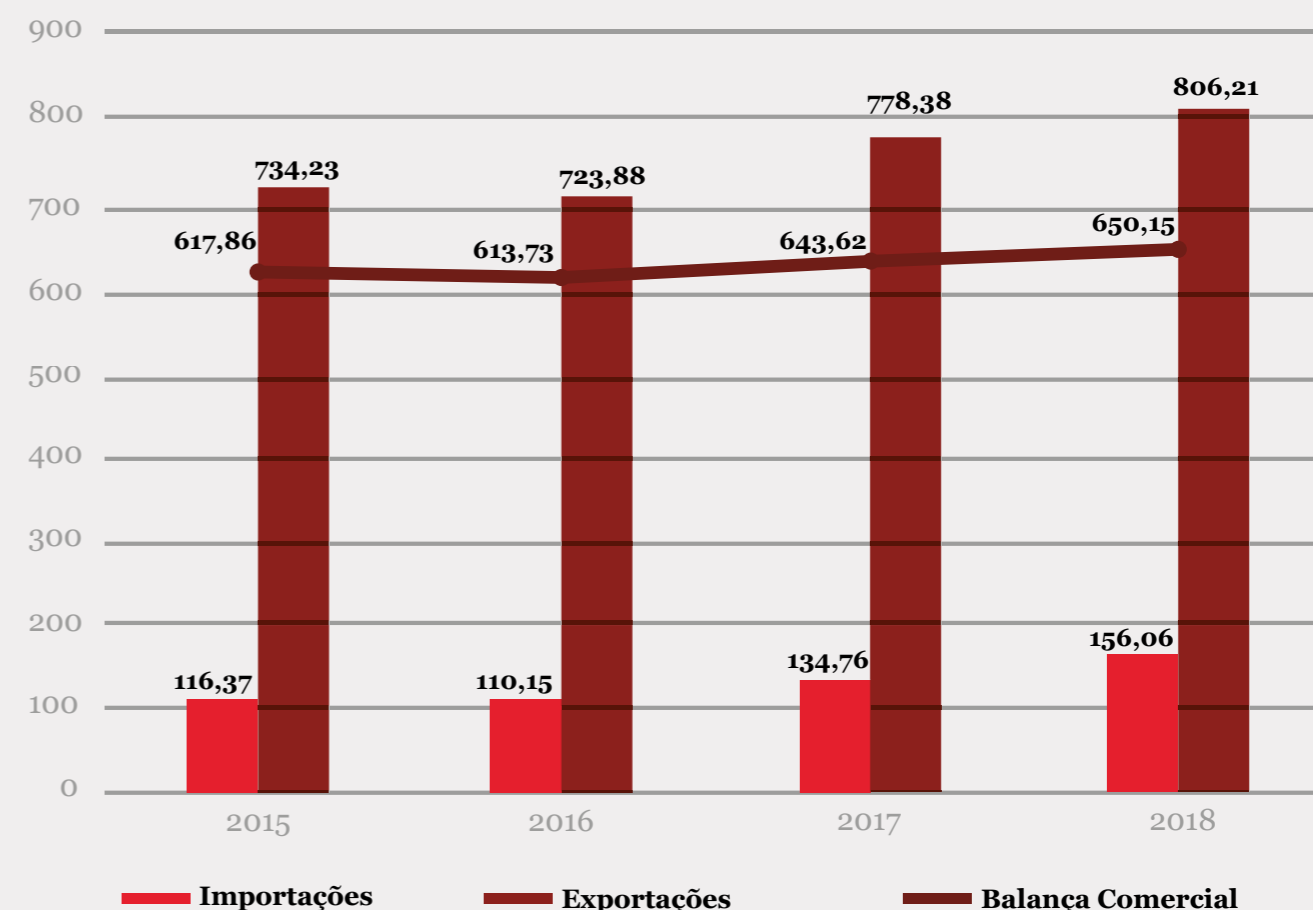


Figura 2 - Exportações, importações e saldo da balança comercial no setor dos vinhos em Portugal (milhões de euros), entre 2015 e 2018.

FONTE: Trade Map, (accedida em junho de 2019)

1.2.2 Principais Importadores de Vinhos Portugueses

Em 2018, França destacou-se como o principal importador de vinhos portugueses, registando um fluxo de compras de 116,50 milhões de euros, equivalentes a 14,45% da totalidade das exportações nacionais. Saliente-se a importância que o grupo de países representados na Figura 2 tem no âmbito do comércio internacional português neste subsector, valendo aproximadamente 47% do total de vinhos exportados.

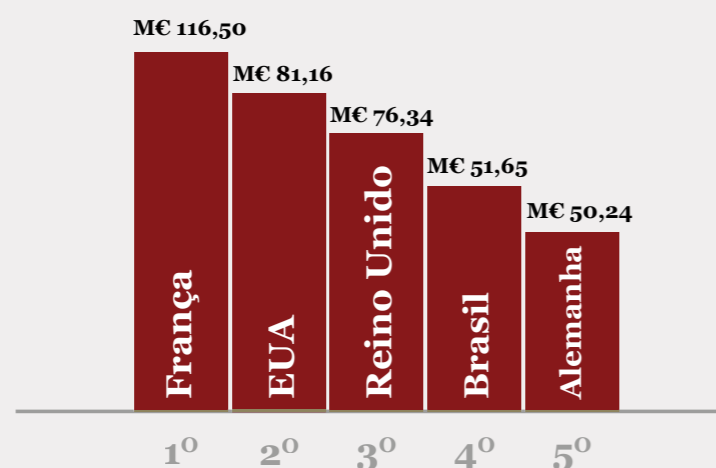


Figura 3 - Principais mercados de destino das exportações portuguesas do setor dos vinhos em 2018.
FONTE: Trade Map, (accedida em junho de 2019)

1.2.3 Principais Importadores Mundiais

A Figura 4 apresenta os principais importadores mundiais de vinhos em 2018, sendo o maioritário, os Estados Unidos da América com 5 466 milhões de euros.

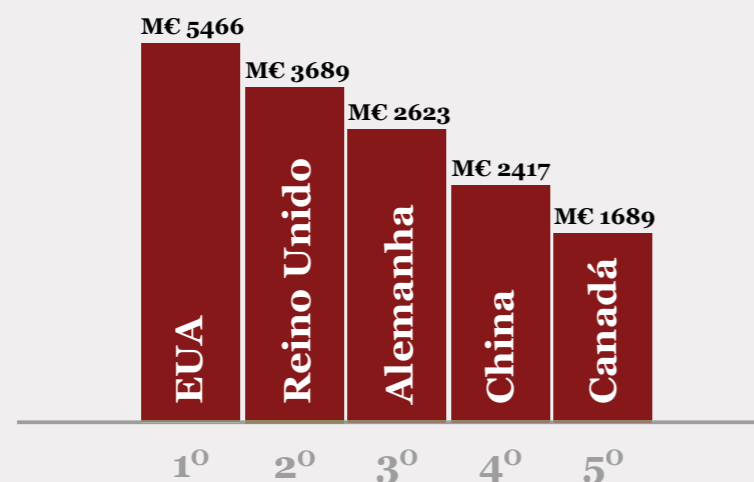


Figura 4 - Principais importadores de vinho a nível mundial em 2018.
FONTE: Trade Map, (accedida em junho de 2019)

1.2.4 Principais Exportadores Mundiais

De referir que Portugal se apresenta como o 9º maior exportador mundial, com um valor global de 806 milhões de euros. As exportações a nível mundial, são claramente dominadas por países do Sul da Europa, cujo clima mediterrânico é reconhecidamente propício à produção de vinhos de qualidade superior (Figura 5).

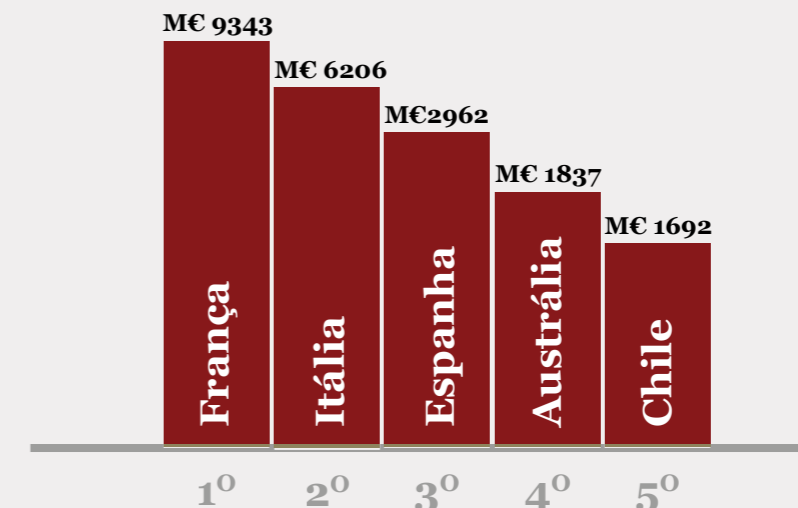


Figura 5 - Principais exportadores de vinhos a nível mundial, em 2018.
FONTE: ITC, Trade Map (accedida em junho de 2019)

1.3 Entidades Relevantes

Como entidades relevantes (incluindo associações de produtores e cooperativas) ligadas ao setor dos vinhos sinalizam-se:

- Instituto da Vinha e do Vinho, I. P.;
- A Cooperativa Agrícola RIBADOURO;
- Comissão Vitivinícola Regional de Trás-os-Montes, CVRTM;
- APPITAD - Associação de produção integrada de Trás-os-Montes e Alto Douro;
- Instituto dos Vinhos do Douro e Porto (IVDP).

1.4 Caracterização dos Mercados Prioritários

Foram identificados mercados prioritários para a internacionalização para esta categoria de produto, maioritariamente onde existem comunidades portuguesas com alguma expressão. Para cada um destes mercados considerados como prioritários, realizamos uma caracterização geral, e um estudo mais pormenorizado da categoria de produto no mercado, chegando até à cultura de negócio do mercado.

1.4.1 Caracterização do Mercado Angolano

Angola continua a ajustar-se à baixa cotação do preço do petróleo, uma subida moderada do consumo poderá projetar, segundo o *Economist Intelligence Unit* (EIU), para o período 2018-20, um crescimento médio anual do PIB de 2,4%. Contudo, um previsível abrandamento cíclico em 2020 da economia norte-americana pode vir a afetar negativamente a procura global. Para 2021-22, e com um aumento anual de 5% do preço do petróleo, o crescimento médio deverá situar-se em 2,9%. Não obstante, o investimento no sector não-petrolífero continuará a ressentir-se devido a burocracia, falta de regulação e qualificações.

1.4.1.1 Balança Comercial (Portugal - Angola)

O saldo da balança comercial portuguesa com Angola apresenta-se positivo desde 2014, com mera exceção provisória dos primeiros meses do ano de 2019 (Tabela 2).

Tabela 2 - Evolução da balança comercial de bens de Portugal com Angola entre 2014 e 2018.

BALANÇA COMERCIAL DE BENS DE PORTUGAL COM ANGOLA

	2014	2015	2016	2017	2018	VAR% 18/14 ^a	2018 JAN/FEV	2019 JAN/FEV	VAR% 19/18 ^b
EXPORTAÇÕES	3 177,9	2 099,1	1 501,6	1 787,2	1 514,4	-14,7	226,5	198,8	-12,2
IMPORTAÇÕES	1 605,8	1 142,3	809,8	278,9	928,6	27,4	124,4	234,8	88,8
SALDO	1 572,2	956,8	691,8	1 508,3	585,8	--	102,1	-36,0	--
COEF.COB.%	197,9	183,8	185,4	640,8	163,1	--	182,1	84,7	--

NOTAS: (a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2014-2018

(b) Taxa de variação homóloga 2018-2019

(2014 a 2016: resultados definitivos; 2017: resultados provisórios; 2018 e 2019: resultados preliminares)

Unidade: Milhões de Euros

FONTE: INE, Base de Dados (acedido em abril de 2019)

No âmbito do setor agroalimentar, os principais produtos mais exportados por Portugal, em 2018, para o mercado angolano encontram-se explicitados na Tabela 3. Destacam-se imediatamente os vinhos cujo valor corresponde a aproximadamente 40 milhões de euros.

Tabela 3 - Principais exportações do agroalimentar português para o mercado angolano em 2018.

EXPORTAÇÕES DO AGROALIMENTAR PARA ANGOLA

	2017	2018	%TOT18	VAR%18/17
2204 Vinhos de uvas frescas	45,7	39,6	2,6	-13,4
1601 Enchidos e produtos semelhantes, de carne, miudezas ou sangue	35,8	24,8	1,6	-30,8
0401 Leite e nata não concentrados nem adicionados de açúcar ou outros edulcorantes	20,5	20,9	1,4	1,7
Amostra	438,1	355,1	23,5	--

FONTE: INE, Base de Dados (acedido em junho de 2019)

Unidade: Milhões de Euros

§ - Coeficiente de variação >= 1000% ou valor zero em 2017

1.4.1.2 Vinhos nacionais em Angola

Angola é, nos dias que correm, o país africano com o maior consumo per capita e os vinhos portugueses assumem-se uma referência. Portugal lidera o mercado dos vinhos engarrafados em Angola, mas há também muito vinho a granel proveniente da África do Sul. O desenvolvimento de Angola cria condições para uma maior valorização do produto e isso reflete-se nos resultados.

As afinidades linguísticas e culturais

facilitam as relações comerciais e a entrada no mercado angolano. É um mercado em que o informal tem um peso muito grande e é ainda muito centrado em Luanda, estimando-se que o consumo *per capita* na capital seja o dobro da média do país.

Em conclusão, constata-se que o mercado angolano se constitui como fator central e determinante para a performance e rentabilidade do sector dos vinhos, em Portugal.

1.4.1.3 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Angolano

Nos últimos dez anos, Angola evoluiu de uma economia de guerra para uma economia de mercado dependente do sector petrolífero. Para a generalidade dos sectores não petrolíferos, a economia angolana é caracterizada por uma baixa produção, uma grande dependência das importações e um elevado nível de informalidade.

Os ainda baixos níveis de industrialização e de produção nacional permitem canalizar a pressão do consumo privado para o mercado das importações em geral, e para o mercado das importações oriundas de Portugal, em particular. Com efeito, a proximidade histórica e cultural

e a partilha de quadros de referência sociais e gastronómicos fazem com que os produtos portugueses sejam, de uma forma mais ou menos generalizada, os mais procurados.

Dito isto, e enquanto a produção nacional não apresentar uma alternativa satisfatória e competitiva ao mercado das importações, o mercado angolano será (quer pelo crescimento, como pela apetência e reconhecimento da qualidade do produto português) um mercado com grandes oportunidades para as exportações nacionais.

Desde 2013, houve um progressivo aumento dos impostos aduaneiros para alguns dos produtos portugueses de referência para os quais já há produção local, tais

como as águas, cervejas, refrigerantes e outros produtos do setor agroalimentar.

Para além destes aspetos de natureza alfandegária e que têm como consequência direta o aumento do preço dos produtos estrangeiros ao consumidor, as exportações portuguesas deparam-se com outro tipo de dificuldade. Desde logo, a maior concorrência com outros produtos e

que decorre dos processos de abertura e de globalização por um lado, e de integração regional (no âmbito da SADC) por outro, e aos quais a economia angolana não ficou imune. Hoje em dia, os produtos portugueses, embora na sua generalidade ainda líderes de mercado, deparam-se com a concorrência de produtos espanhóis, turcos, alemães, suecos, sul-africanos, brasileiros e chineses.

1.4.1.4 Principais Exportadores de Vinho para Angola

Em 2017, os principais países exportadores de vinhos para Angola foram Portugal, África do Sul e França (Figura 6).

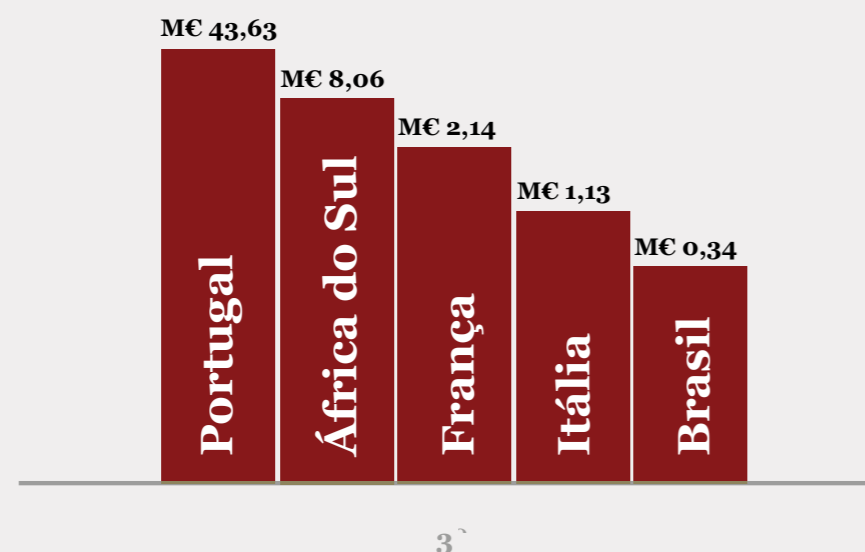


Figura 6 - Principais mercados de origem das importações angolanas de vinhos em 2017.
 FONTE: ITC, Trade Map (acedido em junho de 2019)

1.4.1.5 Feiras de Referência

- FAPECS | Feira Agroindustrial e Pescas do Cuanza Sul
- International Fair of Fisheries and Aquaculture of Angola - Anual

1.4.1.6 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras

A 9 de agosto de 2018, entrou em vigor a nova Pauta Aduaneira que tem como principal objetivo o desenvolvimento e a diversificação da economia, adotando medidas de apoio à produção local, como a isenção de taxas aduaneiras na importação de matérias-primas e equipamentos diversos dos setores da indústria e agricultura (cerca de 2000 produtos). A Pauta agravou, no entanto, as taxas sobre a entrada no país de cerca de 100 produtos (ex: hortícolas; refrigerantes, águas e bebidas).

Relativamente aos produtos agroalimentares, pode haver necessidade de um acordo entre os serviços veterinários/fitossanitários de Portugal e de Angola, sem o qual não é possível exportar. Para conhecer os acordos concluídos, em negociação ou a negociar, contactar os serviços da Direção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV) (Constrangimentos à Exportação / Procedimentos Gerais de Exportação).

Ainda no âmbito das exportações de produtos de origem animal para Angola (ex.: carnes; laticínios; ovos) e de produtos de origem vegetal (ex.: plantas; frutas; sementes; e legumes), importa referir que as empresas portuguesas devem previamente inquirir, respetivamente, junto da Divisão de Internacionalização e Mercados e Direção de Serviços de Sanidade Vegetal, da DGAV em Portugal, sobre a possibilidade de realizar as referidas operações. Com efeito, pode não ser possível, desde logo, exportar produtos de origem animal ou vegetal para este mercado pelo facto de Portugal não se encontrar

habilitado para a exportação (necessidade de acordo entre os serviços veterinários/fitossanitários de Portugal e país de destino no que se refere ao procedimento e/ou modelo de certificado sanitário/fitossanitário).

As barreiras não tarifárias às exportações do setor agroalimentar podem ser consultadas no Portal GlobalAgriMar, do GPP - Gabinete de Planeamento, Políticas e Administração Geral, tutelado pelo Ministério da Agricultura, Florestas e Desenvolvimento Rural e Ministério do Mar (ver tema “Facilitação da Exportação” e, depois, “Constrangimentos” / “Constrangimentos à Exportação”). O facto de determinados produtos não constarem na lista de constrangimentos à exportação não significa que Portugal esteja habilitado a exportar para este mercado. Eventualmente, pode nunca ter existido qualquer intenção de exportação por parte de empresas portuguesas, condição indispensável para a DGAV iniciar o processo de habilitação (Formulário de Exportação).

Para melhor entendimento das várias fases destes processos, consultar, no referido Portal, a apresentação esquemática sobre os processos de habilitação para a exportação de:

- Animais, Produtos Animais e Produtos/Subprodutos de Origem Animal;
- Vegetais e Produtos Vegetais com Risco Fitossanitário.

Os interessados podem, igualmente, aceder a informação atual no site da DGAV, no tema – Requisitos para Exportação (por Destino) / Angola (esta informação não é exaustiva, podendo ser alterada a qualquer momento, servindo apenas de orientação e não dispensando a consulta dos serviços competentes da DGAV).

FONTE: AICEP Portugal GLOBAL

1.4.2 Caracterização do Mercado do Reino Unido

O Reino Unido (RU) é a 5ª economia mundial e a 2ª da União Europeia, segundo o Banco Mundial. O país situa-se como o 4º importador mundial de bens (2º europeu) e o 6º de serviços (4º europeu). Destaca-se ainda como 2º exportador mundial de serviços (1º europeu) e 10º de bens (5º europeu).

A população britânica é de cerca de 65 milhões de habitantes, dos quais aproximadamente 84% residem na Inglaterra, 8% na Escócia, 5% no País de Gales e 3% na Irlanda do Norte. Perto de 19% da população tem menos de 15 anos, 64% tem entre 16-64 anos e 18% tem mais de 64 anos.

A economia britânica é fortemente dependente do setor dos serviços, que representa cerca de 79% do produto interno bruto (PIB) e emprega mais de 25 milhões de pessoas, ou seja, 80% da população ativa. O peso dos serviços no total das exportações britânicas aumentou dois terços desde 1990, representando atualmente cerca de 226 mil milhões de libras esterlinas, 44% do total exportado. O país destaca-se como o principal centro financeiro da Europa (Londres permanece uma das três grandes praças financeiras do mundo). Os serviços financeiros detinham o maior stock de investimento

direto estrangeiro do Reino Unido (cerca de 45% do total) e representaram 8% do PIB e 12% das receitas fiscais. O país é líder mundial na área da economia digital, acolhendo as principais empresas mundiais em áreas como a engenharia e arquitetura, e possui um dos sectores de indústrias criativas com maior crescimento em termos europeus.

A indústria representa perto de 20% do PIB (a construção contribui com 6%), sendo que uma parte significativa se encontra concentrada em setores produtivos de alto valor acrescentado, incluindo o farmacêutico, aeronáutica, automóvel, tecnologias verdes, a par de setores tradicionais. O setor da agricultura, embora represente cerca de 1% do PIB, é altamente desenvolvido e emprega menos de 2% da população ativa.

O referendo de junho de 2016, em que cerca de 52% dos 33 milhões de britânicos que votaram, optaram pela saída da UE, deu origem a um período de grande instabilidade económica, política e institucional, com implicações económicas importantes. No sentido de tentar reduzir o clima de incerteza que se instalou, bem como minorar o seu impacto na economia e tentar afastar uma possível recessão, o Governo e Banco de Inglaterra adotaram um conjunto de medidas de política monetária e orçamental.

1.4.2.1 Balança Comercial (Portugal - Reino Unido)

Em 2018, Portugal exportou 3 677,5 milhões de euros para o Reino Unido, tendo importado 1 902,3,1 milhões de euros. A balança comercial entre os dois países é favorável para Portugal, correspondendo a um saldo positivo de 1 775,2 milhões neste ano (Tabela 4).

Tabela 4 - Evolução da balança comercial de bens de Portugal com o Reino Unido entre 2014 e 2018.

BALANÇA COMERCIAL DE BENS DE PORTUGAL COM O REINO UNIDO

	2014	2015	2016	2017	2018	VAR%18/14 ^a	VAR%18/17 ^b
EXPORTAÇÕES	2 943,9	3 355,8	3 538,3	3 643,6	3 677,5	5,8	0,9
IMPORTAÇÕES	1 817,9	1 893,6	1 801,3	1 863,4	1 902,3	1,2	2,1
SALDO	1 126,0	1 462,2	1 736,9	1 780,2	1 775,2	--	--
COEF.COB.%	161,9	177,2	196,4	195,5	193,3	--	--

NOTAS: (a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2013-2017
(b) Taxa de variação homóloga 2017-2018
(2013 a 2016: resultados definitivos; 2017: resultados provisórios; 2018: resultados preliminares)
Unidade: Milhões de euros

FONTE: INE, Base de Dados (acedido em junho de 2019)

As exportações de produtos agrícolas e alimentares de Portugal para o mercado do Reino Unido, em 2018, apresentam-se explicitados na Tabela 5. Destaca-se o grupo de produtos agrícolas e alimentares que apresentaram os maiores volumes de exportação. Em relação aos vinhos, no ano de 2018 os valores globais de exportação ultrapassaram os 76 milhões de euros (Tabela 6).

Tabela 5 - Exportações portuguesas por grupos de produtos para o mercado do Reino Unido em 2014, 2017 e 2018.

EXPORTAÇÕES DE PORTUGAL PARA O REINO UNIDO POR GRUPOS DE PRODUTOS

	2014	%TOT14	2017	%TOT17	2018	%TOT18	VAR%18/17
ALIMENTARES	203,5	6,9	234,8	6,4	225,5	6,1	-4,0
AGRÍCOLAS	81,1	2,8	106,0	2,9	113,9	3,1	7,5
TOTAL	2 943,9	100,0	3 643,6	100,0	3 677,5	100,0	0,9

Unidade: Milhões De Euros

FONTE: INE, Base de Dados (acedido em junho de 2019)

Tabela 6 - Exportações portuguesas do setor alimentar para o mercado do Reino Unido em 2018.

PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS PARA O REINO UNIDO

	2017	2018	%TOT18	VAR%18/17
2204 Vinhos de Uvas Frescas	79,3	76,1	2,1	-4,0
Amostra	1 317,1	1 329,6	36,2	--

Unidade: Milhões De Euros

FONTE: INE, Base de Dados (acedido em junho de 2019)

1.4.2.2 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado do Reino Unido

Nos últimos anos, as mudanças registadas na economia britânica e a crescente desindustrialização, geraram oportunidades em termos comerciais para diversos setores de atividade, em particular na área de bens de consumo, como sejam os setores do vestuário, mobiliário, têxteis-lar, utilidades domésticas e cerâmicas, que as empresas portuguesas, pela sua proximidade geográfica, flexibilidade de resposta, capacidade de produção e, sobretudo, pela reconhecida qualidade da mão-de-obra, têm sabido aproveitar.

Outros setores com potencial para as empresas portuguesas são o dos medicamentos para venda a retalho e o dos serviços relacionados com o turismo. No setor dos bens alimentares e bebidas, após um período de estagnação nas vendas em 2016, voltaram a aumentar no 1º semestre de 2017 (face ao período homólogo do ano anterior), retomando o ciclo de crescimento registado nos últimos anos.

Para além dos setores considerados tradicionais, outros setores como o elétrico, telecomunicações, informática, *software* e biotecnologia representam uma importante oportunidade para Portugal (visto já serem reconhecidos no Reino Unido como produtos de grande qualidade e em grande crescimento), assim como a área da engenharia e da consultoria. O setor de serviços (que representa cerca de 79% do PIB do Reino Unido e 79% do emprego), designadamente os diversos serviços financeiros e de negócios associados, continuam a constituir um ponto forte da economia do Reino Unido, sendo Londres a principal capital mundial de serviços financeiros.

Em termos de mercado retalhista, há que destacar o desenvolvimento das

compras multicanal (em loja, na internet e no telemóvel). Com cerca de 65 milhões de pessoas, estima-se que 92% sejam utilizadores da internet, criando um enorme potencial para empresas que utilizem a venda *online*.

Pontos Fortes e Oportunidades do Reino Unido:

- Segunda maior economia da União Europeia e quinta maior do mundo;
- Resistência de diversos setores industriais, como sejam o de equipamentos elétricos e de ótica, aeroespacial e químico;
- O Reino Unido é o mais importante centro mundial na área da biotecnologia, depois dos EUA;
- Performance do mercado de trabalho;
- Grande facilidade jurídica e administrativa em estabelecer um negócio ou empresa;
- Um ambiente multinacional propício à realização de negócios;
- Introdução de uma estratégia política pós-Brexit “Estratégia Industrial Moderna”;
- A economia britânica continua a marcar registo de crescimento mesmo após o Brexit.

Não obstante o interesse de que o mercado se reveste, existem algumas situações, nomeadamente relacionadas com as questões do Brexit, que poderão vir a condicionar o desenvolvimento das exportações portuguesas para o Reino Unido:

- A incerteza e os aspetos concretos do processo de saída da União Europeia;
- Os Europeus poderão estar sujeitos a regras adicionais de imigração;
- Desvalorização da Libra esterlina face ao Euro;
- Menor poder de compra dos britânicos;
- Aumento dos preços no consumidor final;
- Perda de fidelidade e confiança do consumidor;
- O grande nível de exigência no controlo da qualidade dos produtos;

- O regresso de taxas alfandegárias aos produtos destinados ao mercado do Reino Unido;
- Empresa portuguesa com subsidiária no Reino Unido pode ter um acesso dificultado ao mercado dos países do Espaço Económico Europeu (EEE);

- Negociações das questões aduaneiras com outras geografias (EUA e Países do *Commonwealth*) mais favoráveis;
- A exigência de produção em grandes quantidades nem sempre é compatível com as capacidades de produção da indústria portuguesa.

1.4.2.3 Principais Exportadores de Vinhos para o Mercado do Reino Unido

França apresenta-se como líder nas exportações para o Reino Unido (volume de 1 130,2 milhões de euros em 2018), como se verifica na Tabela 8. Portugal apresenta-se como 11º maior exportador para este mercado, com um valor global de 63,8 milhões de euros.

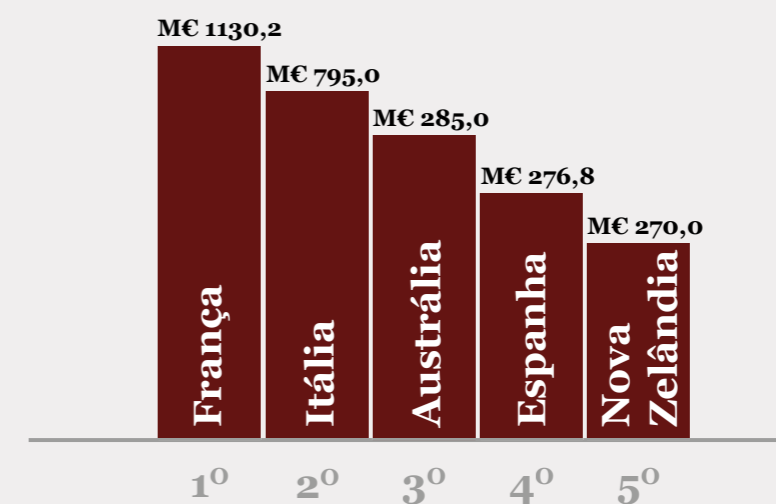


Figura 7 - Principais mercados de origem das importações de vinho do Reino Unido em 2018. FONTE: ITC, Trade Map (acedido em junho de 2019)

1.4.2.4 Feiras de Referência

- **International Bulk Wine & Spirits Show London (IBWSS)**
- **London International Wine Fair**
- **IFE - The International Food & Drink Event, London**

1.4.2.5 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras

O Reino Unido, como membro da UE, faz parte integrante da União Aduaneira, caracterizada por um regime de livre circulação de mercadorias e pela adoção de uma política comercial comum relativamente a países terceiros. As mercadorias com origem em países da UE, ou já colocadas em território comunitário, encontram-se isentas de controlos alfandegários, necessitando apenas de cumprir os requisitos técnicos e de qualidade exigidos pelos países de destino. Estes requisitos encontram-se de acordo com a legislação comunitária (e.g. (CE) 852/2004, (CE) 178/2022, entre outros).

A União Aduaneira implica, para além da existência de um território aduaneiro único, a adoção da mesma legislação neste domínio – Código Aduaneiro Comunitário –, bem como a aplicação de iguais imposições e encargos alfandegários aos produtos provenientes de países terceiros.

Existirá também, lugar ao pagamento do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) que, consoante os produtos e os serviços, pode traduzir-se na aplicação das seguintes taxas (*VAT Rates for Goods and Services*):

- Taxa normal: 20%, aplicável à generalidade de bens e serviços desde janeiro de 2011;

- Taxas reduzida: 5%, incidente sobre alguns bens (ex.: painéis solares; radiadores; turbinas eólicas; produtos de proteção higiénica) e serviços (ex.: fornecimento de gás e eletricidade para uso doméstico);

- Taxa nula: 0% para certos géneros alimentícios, alguns medicamentos, o

transporte de passageiros (excluindo os táxis), determinado tipo de vestuário e calçado para crianças, livros (salvo *e-books*), revistas e jornais.

As empresas também têm ao seu dispor um simulador para calcular o valor do IVA de determinada operação (*VAT Calculator in UK*). Sobre o IVA no Reino Unido é possível aceder, igualmente, à informação disponibilizada nos seguintes links: Avalara VATLive 2017 – *European Union VAT Compliance and Rates / British VAT Rates*; EY 2017 – *Worldwide VAT, GST and Sales Tax Guide – United Kingdom*.

Importa, ainda, considerar o facto de determinados produtos se encontrarem submetidos ao pagamento de Impostos Especiais de Consumo, que incidem sobre a respetiva produção, detenção, circulação e introdução no consumo, como é o caso das bebidas alcoólicas, tabaco e produtos petrolíferos (*Excise Duties*).

Os interessados podem consultar informação sobre os impostos e taxas na UE (Taxation and Customs Union), no Portal Europa, nomeadamente, as publicações: *VAT Rates Applied in the Member States of the European Union (January 2017)*; e *Excise Duty Rates Applicable in the European Union (July 2016) – Alcoholic Beverages / Energy Products and Electricity / Manufactured Tobacco*.

Mencionar, finalmente, como já anteriormente referido, que o Reino Unido referendou, a 23 de junho de 2016, a saída da União Europeia, tendo o Governo acionado o artigo 50º do Tratado da União Europeia (Tratado de Lisboa – TUE) para dar início aos procedimentos de desvinculação, formalizando a decisão da saída junto das instâncias europeias.

1.4.3 Caracterização do Mercado Suíço

Com 8,2 milhões de habitantes dos quais cerca de 24% correspondem a residentes estrangeiros (sobretudo italianos, alemães e portugueses), a Suíça possui um dos maiores PIB *per capita* europeus (65,2 mil euros) e perfilava-se como a 19ª maior economia a nível mundial (AICEP – Portugal Global, 2017).

Segundo o *Global Competitiveness Report 2016-2017* do Fórum Económico Mundial, num conjunto de 138 países, a Suíça ocupava, pelo oitavo ano consecutivo, o 1º lugar no Índice Geral de Competitividade, sendo de sublinhar a posição cimeira alcançada nos seguintes pilares: eficiência do mercado laboral, disponibilidade tecnológica,

fatores de sofisticação e inovação.

A economia suíça é uma das mais prósperas, modernas e competitivas do mundo, caracterizada por um setor terciário muito desenvolvido (impulsionado pelos serviços financeiros) e por um setor industrial baseado em alta tecnologia e inovação. Dispõe ainda de uma cultura empresarial exigente e de uma mão-de-obra altamente qualificada.

O setor terciário representava, em 2015, 75% do PIB e 74% da população empregada, com particular destaque para o comércio, os serviços financeiros e o turismo. A indústria era responsável por cerca de 23% do PIB e 22% do emprego, enquanto o setor agrícola não chegava a representar 1% do PIB e absorvia 2% do emprego (AICEP Portugal Global, 2017).

1.4.3.1 Balança Comercial (Portugal - Suíça)

Em 2018, Portugal exportou 576,7 milhões de euros para França, tendo importado 299,8 milhões de euros. A balança comercial entre os dois países é favorável para Portugal, correspondendo a um saldo positivo de 276,9 milhões neste ano (Tabela 5).

Tabela 7 - Evolução da balança comercial de bens de Portugal com a Suíça entre 2014 e 2018.

BALANÇA COMERCIAL DE BENS DE PORTUGAL COM A SUÍÇA

	2014	2015	2016	2017	2018	VAR%18/14 ^a	VAR%18/17 ^b
EXPORTAÇÕES	429,3	458,6	534,4	578,7	576,7	7,8	
IMPORTAÇÕES	265,7	264,0	269,7	269,6	299,8	3,2	-0,3
SALDO	163,6	194,6	264,7	309,1	276,9	--	11,2
COEF.COB.%	161,6	173,7	198,2	214,7	192,3	--	--

NOTAS: (a) Média aritmética das taxas de crescimento anuais no período 2014-2018

(b) Taxa de variação homóloga 2017-2018

(2014 a 2016: resultados definitivos; 2017: resultados provisórios; 2018: resultados preliminares)

Unidade: Milhões de euros

FONTE: INE, Base de Dados (acedido em junho de 2019)

As exportações de produtos agrícolas e alimentares de Portugal para o mercado Suíço, em 2018, apresentam-se explicitadas na Tabela 8.

Tabela 8 - Exportações portuguesas por grupo de produtos para o mercado Suíço em 2014, 2017 e 2018.**EXPORTAÇÕES DE PORTUGAL PARA A SUÍÇA POR GRUPOS DE PRODUTOS**

	2014	%TOT14	2017	%TOT17	2018	%TOT18	VAR%18/17
ALIMENTARES	56,8	13,2	66,5	11,5	62,8	10,9	-5,5
AGRÍCOLAS	19,1	4,5	24,9	4,3	26,1	4,5	4,9

NOTA: § - Coeficiente de variação >= 1000% ou valor zero em 2017
Unidade: Milhões de euros

FONTE: INE, Base de Dados (acedido em abril de 2019)

1.4.3.2 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Suíço

Na Suíça existem algumas diferenças no sistema de retalho, devido a existir uma espécie de duopólio. A Migros e a Denner Coop estão presentes em todo o país, com estabelecimentos a menos de 1 km de distância. Mas esta particularidade, em contrapartida faz com que os estabelecimentos comerciais apresentem um tamanho médio inferior do que noutros países, e consequentemente menos referências por produto.

Restaurantes e supermercados põem sempre em destaque os produtos de origem suíça e existe uma consciência coletiva muito forte de defesa dos produtos nacionais, que se traduz na aceitação de barreiras à entrada da concorrência, suportando por isso, um preço mais elevado.

Diversas fontes, de que são exemplos a *Numbeo Doo* (www.numbeo.com) e a *Expatistam* (www.expatistan.com), confirmam que as categorias de Alimentação ou Higiene Pessoal custam em Zurique mais 117% e 138% do que em Berlim, respetivamente. Em comparação com Lisboa, mais 160%.

Este sistema de preços, deu origem a uma nova realidade: o turismo de compras transfronteiriço, ou seja, os Suíços deslocam-se aos países vizinhos para efetuar as suas compras mensais de alimentação.

O retalho alimentar na Suíça é genericamente moderno e orientado para a qualidade e eficiência. A produção local é

valorizada nos inúmeros mercados de rua, onde é possível abastecer-se de legumes e transformados agrícolas, mas o grosso das compras é feito nas cadeias organizadas. Perdura, na Suíça, uma imagem de um Portugal pouco diferenciado, mas a evidência prática sugere uma evolução muito positiva, com a chegada de portugueses da geração Erasmus e o crescimento notório do turismo, que faz descobrir, aos suíços, uma realidade melhor do que o estereótipo. A melhoria da perceção ocorre, aliás, de forma mais avançada no relacionamento entre empresas suíças e portuguesas e, em menor grau, na perceção do consumidor final (suíço) em relação aos nossos produtos. Ou seja, o relacionamento empresarial tende a afunilar no canal B2B, havendo pouca visibilidade de marcas e produtos nacionais no retalho.

Embora a Suíça não faça parte da União Europeia, tem um tratado de livre comércio com a UE, o que significa que a generalidade dos produtos portugueses está isenta de tarifas alfandegárias, nesse mercado, com exceção de um conjunto de produtos agroalimentares, sujeitos a quotas e taxas alfandegárias muito restritivas.

Há uma margem de progressão clara, e não apenas no esforço de estender a penetração dos bens alimentares para lá da comunidade portuguesa, olhando para o consumidor suíço, detentor de maior poder de compra, a quem devemos oferecer produtos e soluções de maior valor acrescentado nos restantes sectores.

1.4.3.3 Principais Exportadores de Vinho para o Mercado Suíço

Itália lidera as exportações para o mercado suíço (volume de importações de 371,1 milhões de euros em 2018). Portugal assume-se como 5º exportador para este mercado (Figura 8).

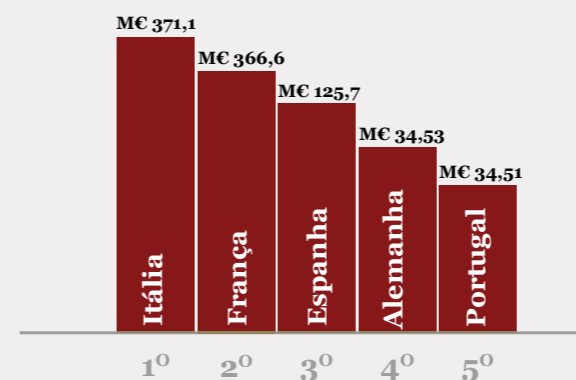


Figura 8 - Principais mercados de origem das importações suíças de vinho em 2018.
FONTE: ITC, Trade Map (acedido em junho de 2019)

1.4.3.4 Feiras de Referência

- **IGEHO** | Feira de hotelaria, catering e produtos alimentares – Basileia
- **SLOW FOOD MARKET BERN** | Exposição de produtos alimentares e bebidas – Berna
- **OLMA** | Exposição de produtos agrícolas, alimentares e vinhos – St. Gallen

1.4.3.5 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras

Apesar da Suíça não fazer parte da UE e, portanto, não ser integrante da União Aduaneira, as exportações comunitárias para este país são, na sua maioria, efetuadas livremente por força de vários acordos estabelecidos, incluindo:

- Acordo de comércio livre de produtos industriais (1972);
- Acordo de comércio livre de produtos agrícolas (1999);
- Acordo de comércio livre de produtos agrícolas transformados (2004).

Para que as mercadorias possam beneficiar destes regimes preferenciais, aquando da sua exportação para a Suíça, é necessário comprovar a origem comunitária das mesmas através da apresentação do certificado de circulação de mercadorias, emitido pelas alfândegas do país de origem.

No caso da exportação frequente de mercadorias para a Suíça, deverá ser requerido o estatuto de “exportador autorizado”.

Apesar de apresentar requisitos legais extremamente semelhantes aos da UE em termos de especificações técnicas e regras de qualidade (nomeadamente alimentar), nem sempre a legislação suíça está de acordo com a comunitária. Neste sentido, é conveniente um contacto prévio com o cliente/importador para obtenção de esclarecimentos quanto às especificações desejadas e permitidas para os produtos.

A Pauta Aduaneira suíça é semelhante à da UE, sendo o valor aduaneiro calculado através do valor CIF no país de importação das mercadorias, imputando aos importadores a responsabilidade do pagamento do transporte de mercadorias, bem como do seguro do mesmo. Para além dos direitos aduaneiros, as importações estão sujeitas ao pagamento de IVA, existindo para tal taxas diferenciadas:

- Taxa normal: 8% sobre a generalidade de bens e serviços;
- Taxa reduzida: 2,5% sobre alguns géneros alimentícios, água e eventos culturais e desportivos;
- Taxa especial: 3,8% sobre serviços de hotelaria;
- Taxa nula: 0% sobre seguros, serviços financeiros, educação e saúde.



2. Processo de Exportação

Este ponto aborda os tipos de exportação existentes, apresentando as suas especificidades e formas de operacionalização. Como o processo de exportação é um longo caminho e passa por outras vertentes, apresentamos uma descrição dos tipos de transporte e os documentos aderentes.

2.1 Exportação Indireta

A exportação indireta é tida como uma opção mais viável para as pequenas e médias empresas que não estão dotadas de tantos recursos para a sua internacionalização. Este processo envolve a venda dos produtos destinados a exportação, a outra empresa nacional – *Trading* -, sendo esta a exportadora destes para os mercados externos. Caso seja realizada continuamente, esta é vista como uma boa forma para aumentar o volume de negócios de uma empresa de forma consistente (Viana & Hortinha, 2009, p229).

Este tipo de exportação apresenta vantagens presentes nos custos reduzidos de processo de exportação, no entanto, o processo é mais demorado e condiciona a empresa no que diz respeito ao conhecimento do mercado externo. (Horizonte para Internacionalizar: Guia para PME, 2013).

A exportação indireta é uma das principais

2.2 Exportação Direta

A Exportação direta é um processo em que a empresa é responsável por todo o procedimento, e neste caso, é necessário um conhecimento pormenorizado dos seus mercados alvo. Este é um processo que leva algum tempo e em que a empresa não pode esperar resultados imediatos. Neste formato de exportação, as empresas têm de estar cientes dos custos associados, uma vez que, são mais elevados do que os da exportação indireta. No entanto, uma empresa pode conjugar os dois

e mais usadas formas de exportação mundial. Este tipo de empresas (*trading*) representa uma grande fatia das transações comerciais no mundo, e são consideradas como uma grande ajuda para a entrada em novos mercados internacionais. (Viana & Hortinha, 2009, p. 232).

As organizações cooperativas são também um bom veículo de exportação indireta. Estas promovem atividades de exportação em benefício de vários produtores.

As principais vantagens desta forma de exportação são a facilidade de penetração inicial, menores custos de investimento e o risco muito inferior a qualquer outro tipo de exportação. Contudo, o controlo é inferior e as informações sobre os mercados são escassas, sendo estas as desvantagens deste tipo de exportação. (Horizonte para Internacionalizar: Guia para PME, 2013).

tipos de exportação, guardando os mercados prioritários para a exportação direta e assim, assumir maior controlo de todo o negócio.

Como todo o processo é controlado pela empresa, existem várias estratégias possíveis de internacionalização. Uma delas, pode passar pela contratação de um representante internacional, residente ou não residente. Desta forma, é possível um maior envolvimento com os clientes internacionais e é indicado para países de cultura de alto contexto, como

os países da América Latina. Outro método muito comum de exportação direta é a efetivação de negócios internacionais com distribuidores e agentes localizados no país de destino. Considera-se que esta é uma excelente alternativa para que as empresas domésticas consigam fazer chegar os seus produtos a vários pontos de venda, tendo de se articular apenas com uma entidade. Estes podem ser agentes, retalhistas, concessionários ou *trading*.

Existem várias vantagens e desvantagens, mas de forma resumida apresentam-se as

principais. As grandes dificuldades passam pela penetração inicial de mercado, os grandes custos de estrutura, elevados riscos e necessidade de domínio de informação e documentação processual. No entanto, o maior conhecimento de mercado, o maior controlo sobre os canais de distribuição, o controlo do plano estratégico e a maior proteção das marcas e patentes, tornam este modelo na melhor opção de exportação para um processo de internacionalização integrado. (Horizonte para Internacionalizar: Guia para PME, 2013).

2.3 Formalidades de Exportação

Através de consulta na Livraria Digital do site da AICEP Portugal Global, bem como de sites relacionados com os mercados externos, é possível aceder a informação sistematizada e detalhada sobre os regimes de importação em vigor nos mercados selecionados.

Deve ainda consultar, na internet, o site *Market Access Database*, da responsabilidade da comissão europeia, onde pode encontrar informação sobre a política comercial de países terceiros, barreiras ao comércio e outras informações importantes que irá necessitar.

Aconselhamos sempre as empresas consultarem o seu cliente no mercado alvo, e para além disso, o site *Exporter's Guide: Import Formalities*, onde podem encontrar informação relativa a documentos e formalidades para a importação.

2.4 Etiquetagem, Rotulagem e Marcação CE¹

A UE harmonizou a legislação aplicável a diversos produtos, de forma a minimizar a existência de dificuldades e obstáculos à livre circulação no espaço comunitário.

Vários produtos em circulação na UE estão sujeitos a regulamentação comunitária, no que respeita à rotulagem e etiquetagem.

Quando um produto se encontra em comercialização em Portugal, cumpridor das regras em vigor até ao momento, não existe qualquer problema para a sua venda em qualquer país da Europa, em relação à rotulagem e etiquetagem. Deve ter apenas em atenção o que é imposto em relação ao idioma a utilizar no país alvo de exportação.

¹A Marcação CE é um símbolo de comercialização livre no Espaço Económico Europeu (mercado interno) que, com a declaração do fabricante, dá a presunção de que o produto cumpre os requisitos das Diretivas Europeias aplicáveis.

2.5 Documentos sobre o Transporte Internacional

Os principais documentos utilizados no transporte internacional (intra e extracomunitário) são os seguintes:

Transporte Marítimo

Bill of Lading ou Conhecimento de Embarque é um documento emitido pela empresa de navegação, considerado o documento comprovativo de contrato entre ambas as partes (empresa exportadora e empresa de transporte). Este documento serve também como autorização para o destinatário conseguir efetuar o seu levantamento. Por fim, é válido ainda como recibo de comprovativo das condições em que a mercadoria é recebida.

Transporte Rodoviário

Declaração de Expedição, Carta de Porte Rodoviário CMR/TIR ou CMR (*Convention Relative au Contrat de Transport International de Marchandise par Route*) é um contrato rodoviário entre o transportador e a empresa que o contrata. Serve para regular o transporte internacional rodoviário entre os países, desde que, pelo menos um destes tenha ratificado a Convenção CMR. Acompanha o envio da mercadoria, e tem presente as instruções necessárias para o transportador.

Relações entre Transitários e Clientes

Os documentos utilizados entre as empresas e os transitários contratados são os seguintes:

- *FBL (Forwarder Bill of Lading)* ou Conhecimento Particular do Transitário – Este documento é a prova de contrato entre a empresa e o transitário contratado, e é relativo aos tráfegos de “grupagem” quando é utilizado mais do que um tipo de transporte.

- *FCR (Forwarder Certificate of Receipt)* ou Certificado de Receção do Transitário – Documento que o Transitário emite a pedido de uma empresa, e serve como prova de que o transitário recebeu determinada mercadoria

de uma empresa para transporte internacional. Juntamente a esta prova, seguem ordens irrevogáveis para fazer chegar a mercadoria a um determinado destinatário.

- *FCT (Forwarder Certificate of Transport)* ou Certificado de Transporte do Transitário – Este documento é emitido pelo transitário para o seu cliente, mas está enquadrado em cargas de “grupagem” que incluem apenas um modo de transporte. O transitário emite este documento antes de celebrar o contrato de transporte.

Transporte Multimodal

Para transporte multimodal existe a Convenção de Transporte Multimodal (*United Nations Convention on International Multimodal Transport of Goods*), de 24 de maio de 1980, que objetiva uma responsabilidade única para todo o ciclo do transporte. A finalidade é utilizar um só documento em todos os modos de transporte. Ainda não está em vigor a nível internacional, pois necessita de várias aceitações e precauções. Desta forma, utilizam-se ainda as regras distintas de cada tipo de transporte, tanto a nível de documentos necessários bem como a nível de responsabilidade de transporte.

Outros Documentos

Por vezes, são necessários outros documentos, que apresentamos abaixo:

- **Apólice de Frete** – contrato de transporte marítimo no âmbito de um regime de contratação livre cuja finalidade é o transporte de grandes volumes de mercadoria em navios completos.

- **Apólice de Seguro** – Contrato de Seguro mediante o qual, a empresa seguradora se obriga, contra cobrança de um prémio, a indemnizar um dano sofrido pelo segurado ou a satisfazer um capital, renda ou outras prestações convencionadas.

Neste contexto, é importante referir, que caso o exportador solicite ao transitário que este se encarregue de contratar os seguros marítimos, terrestres e aéreos dos produtos, esse serviço será prestado, eventualmente até em condições mais vantajosas do que se o exportador recorrer a uma companhia de seguros, por si próprio. De facto, muitos transitários dispõem de “apólices flutuantes”, o que, frequentemente, lhes permite a obtenção de condições mais favoráveis junto destas entidades.

Nota: Aconselhamos sempre o contacto com um transitário no caso de transporte extracomunitário.



Conceção e propriedade: CIM-TTM – Comunidade Intermunicipal das Terras de Trás-os-Montes

Textos, design e impressão: Inovcluster

Direção: Rui Caseiro

Coordenação: Isabel Andrade



Rua Visconde da Bouça, Apartado 238
5300-318 | Bragança
273 327 680

www.cim-ttm.pt
geral@cim-ttm.pt

  [terrasdetrasosmontes](#)

Financiado por:



Esta publicação foi cofinanciada pelo FEDER através do PO Norte 2020
– SAAC - Sistema de Apoio às Ações Coletivas - Internacionalização.