

TERRAS DE **TTM**
TRÁS-OS-MONTES



GUIA PRÁTICO
CAPACITAÇÃO PARA A INTERNACIONALIZAÇÃO
AZEITE

| | |
|--|-----------|
| 1. Azeite | 4 |
| 1.1 Caracterização Geral | 4 |
| 1.2 Caracterização do Comércio Internacional | 6 |
| 1.2.1 Balança Comercial | 6 |
| 1.2.2 Principais Importadores de Azeite Português | 7 |
| 1.2.3 Principais Importadores Mundiais | 8 |
| 1.2.4 Principais Exportadores Mundiais | 8 |
| 1.3 Entidades Relevantes | 8 |
| 1.4 Caracterização dos Mercados Prioritários | 9 |
| 1.4.1 Caracterização do Mercado Brasileiro | 9 |
| 1.4.1.1 Balança Comercial (Portugal - Brasil) | 9 |
| 1.4.1.2 O Azeite no Brasil | 10 |
| 1.4.1.3 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Brasileiro | 11 |
| 1.4.1.4 Principais Exportadores de Azeite para o Brasil | 11 |
| 1.4.1.5 Feiras de Referência | 11 |
| 1.4.1.6 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras | 12 |
| 1.4.2 Caracterização do Mercado Espanhol | 16 |
| 1.4.2.1 Balança Comercial (Portugal - Espanha) | 16 |
| 1.4.2.2 O Azeite em Espanha | 17 |
| 1.4.2.3 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Espanhol | 18 |
| 1.4.2.4 Principais Exportadores de Azeite para o Mercado Espanhol | 18 |
| 1.4.2.5 Feiras de Referência | 19 |
| 1.4.2.6 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras | 19 |

| | |
|--|-----------|
| 1.4.3 Caracterização do Mercado Francês | |
| 1.4.3.1 Balança Comercial (Portugal - França) | 19 |
| 1.4.3.2 O Azeite em França | 20 |
| 1.4.3.3 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Francês | 20 |
| 1.4.3.4 Principais Exportadores de Azeite para o Mercado Francês | 21 |
| 1.4.3.5 Feiras de Referência | 22 |
| 1.4.3.6 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras | 22 |
| 1.4.4 Caracterização do Mercado Suíço | 23 |
| 1.4.4.1 Balança Comercial (Portugal - Suíça) | 23 |
| 1.4.4.2 O Azeite na Suíça | 24 |
| 1.4.4.3 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Suíço | 24 |
| 1.4.4.4 Principais Exportadores de Azeite para o Mercado Suíço | 25 |
| 1.4.4.5 Feiras de Referência | 25 |
| 1.4.4.6 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras | 25 |
| 2. Processo de Exportação | 28 |
| 2.1 Exportação Indireta | 28 |
| 2.2 Exportação Direta | 28 |
| 2.3 Formalidades de Exportação | 29 |
| 2.4 Etiquetagem, Rotulagem e Marcação CE | 29 |
| 2.5 Documentos sobre o Transporte Internacional | 30 |

1. AZEITE

A presente ficha técnica para a internacionalização do azeite, 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, identificamos algumas das entidades mais relevantes em Portugal neste subsetor.

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

da categoria de produto, 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 transporte.



1.1 Caracterização Geral

O azeite é um dos produtos mais associados à saudável dieta mediterrânica, que devido às suas características ímpares foi classificada em 2010, pela UNESCO, como Património Cultural Imaterial da Humanidade.

Os azeites produzidos em Portugal são cada vez mais sinónimo de qualidade. Reflexo dessa qualidade e características únicas são os diferentes tipos classificados com Denominação de Origem Protegida (DOP). Na Tabela 1 são apresentados os azeites e azeitonas DOP da Região de Trás-os-Montes, incluindo as suas principais características e área geográfica de produção.

Tabela 1 - Caracterização do azeite e azeitona DOP da região de Trás-os-Montes.

AZEITE DE TRÁS-OS-MONTES DOP

CARACTERÍSTICAS

No quadro da produção oleícola transmontana, o azeite certificado Azeite de Trás-os-Montes DOP representa apenas uma pequena percentagem da produção global (entre 3% a 5%). Trata-se, contudo, de um produto já reconhecido internacionalmente pela sua excelência, facto para o qual têm contribuído os diversos prémios alcançados por algumas das suas marcas em alguns dos mais conceituados concursos internacionais. No plano da internacionalização, este é um produto que tem conseguido explorar algum do seu potencial, sobretudo por via da orientação para segmentos premium. Aqui destacam-se iniciativas como a YEP - Young EVOO Producers, que junta seis importantes marcas que comercializam exclusivamente Azeite de Trás-os-Montes DOP, muito focadas no mercado internacional.

ÁREA GEOGRÁFICA

Alfândega da Fé
Bragança
Macedo de Cavaleiros
Mirandela
Mogadouro
Vila Flor

AZEITONA DE CONSERVA NEGRINHA DE FREIXO DOP

CARACTERÍSTICAS

Azeitona de Conserva Negrinha de Freixo DOP é um fruto de pequena dimensão, que varia de cor verde amarelada a negra violácea, de acordo com o grau de maturação. Possui forma arredondada, lisa, terminando em ligeiro bico e de consistência firme. O caroço é pequeno e destaca-se facilmente da polpa, que constitui cerca de 83% do fruto.

ÁREA GEOGRÁFICA

Vila Nova de Foz Côa
Freixo de Espada à Cinta
Torre de Moncorvo
Alfândega da Fé
Vila Flor
Mirandela
Macedo de Cavaleiros

FONTE: Website da DGADR - Direção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural (acedido em março de 2019)

NÚMERO DE EMPRESAS

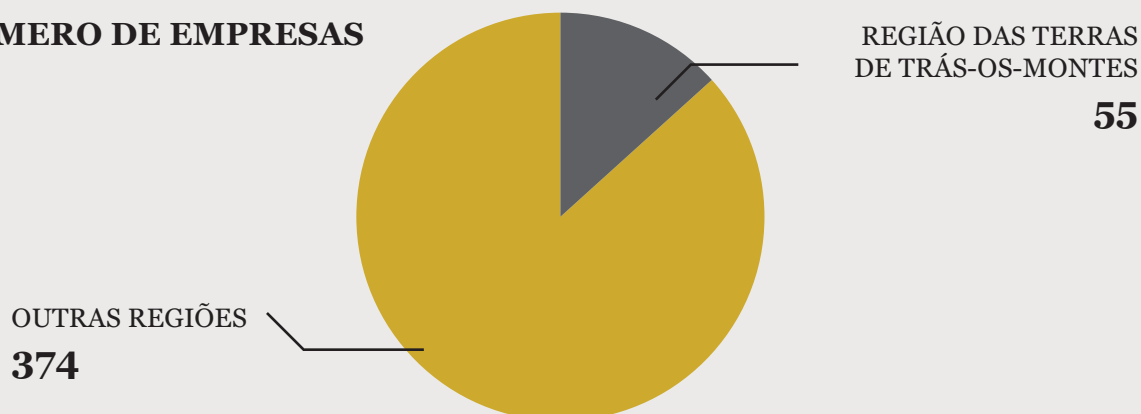


Figura 1 - Caracterização do número de empresas a operar no subsector do azeite em Portugal e na Região das Terras de Trás-os-Montes, em 2017.

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

Num mercado global amplamente competitivo, a introdução de novos produtos com características diferenciadoras é essencial para a captação de novos clientes, consumidores e mercados. Nesse sentido, nos últimos anos, diversas empresas ligadas à produção de azeite têm procurado promover projetos de investigação e desenvolvimento em parceria com entidades do Sistema Nacional de Investigação e Inovação com vista à introdução de produtos inovadores no mercado.

1.2 Caracterização do Comércio Internacional

1.2.1 Balança Comercial

Entre 2015 e 2018, as importações e exportações portuguesas de azeite registaram subidas significativas constantes, tendo alcançado, em 2018, os 578,5 milhões de euros e os 330,3 milhões de euros, respetivamente. O valor da balança comercial deste subsetor cresceu de forma muito significativa durante o período em análise, atingindo um saldo positivo de 248,2 milhões de euros em 2018 (Figura 2).

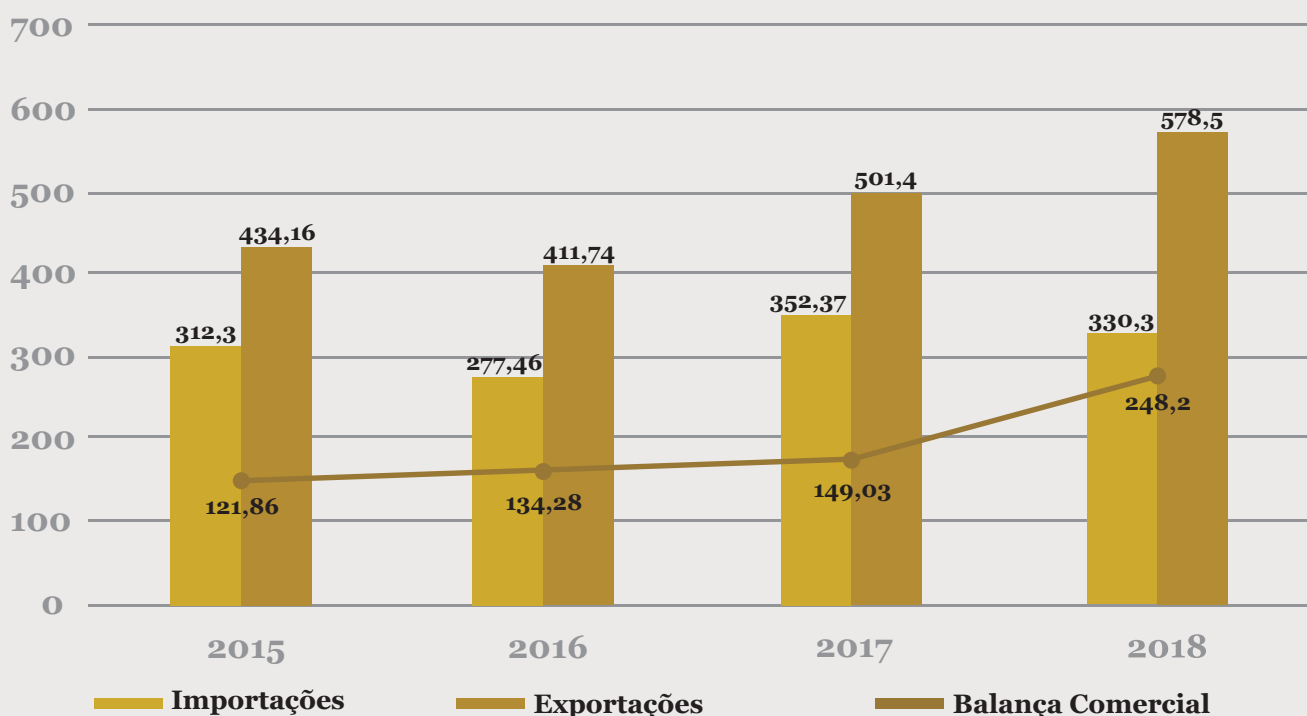


Figura 2 - Exportações, importações e saldo da balança comercial no setor do azeite em Portugal (milhões de euros), entre 2015 e 2018.

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

O saldo positivo exibido pela balança comercial do subsetor do azeite deve-se, por outro lado, ao preço médio por kg praticado por Portugal nas suas exportações, superior ao preço médio por kg importado. A título de exemplo, em 2016 o país importava azeite a 2,17€ euros por kg, valor inferior aos 3,04 euros por kg a que vendia para o exterior (Figura 3).

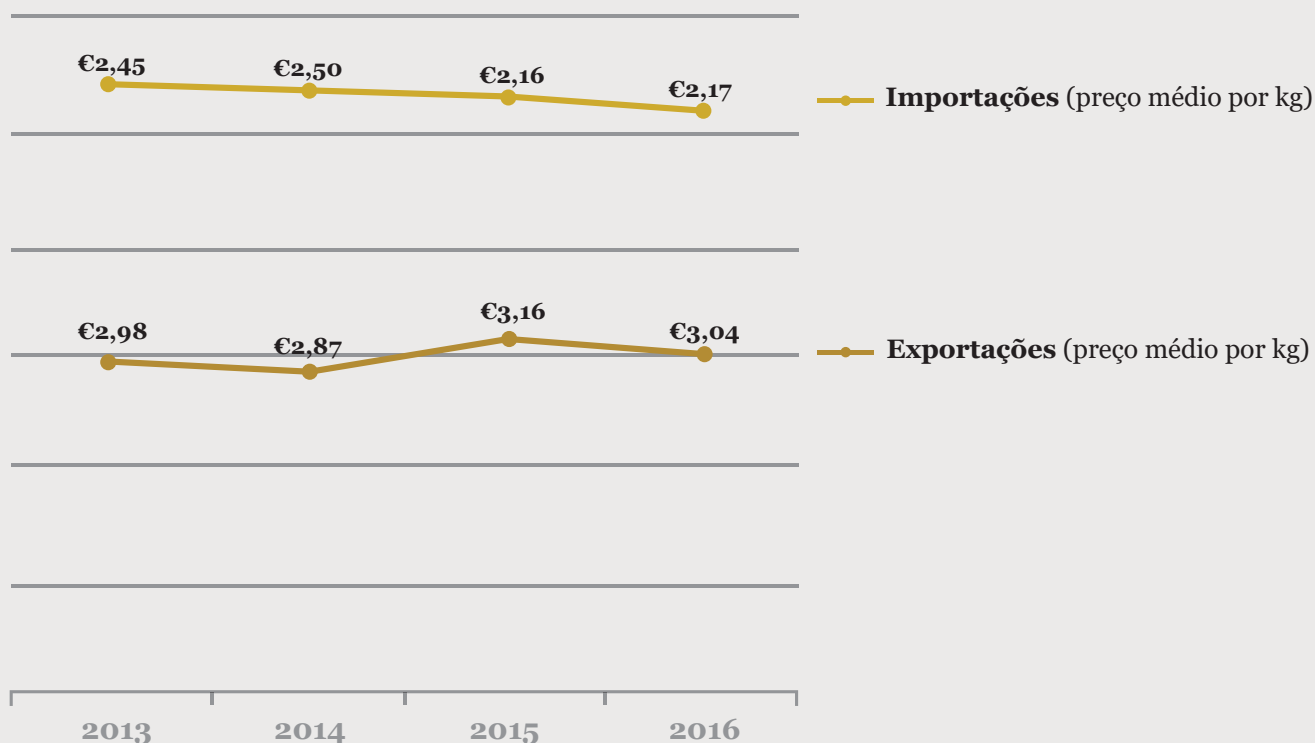


Figura 3 - Evolução do preço médio por kg importado e exportado no subsetor do azeite em Portugal, entre 2013 e 2016.
 FONTE: INE, Base de Dados (accedida em abril de 2019)

1.2.2 Principais Importadores de Azeite Português

Em 2018, o Brasil destacou-se como o principal importador de azeite português, registando um fluxo de compras de 221,6 milhões de euros, correspondentes a 38,3% do total das exportações portuguesas. Saliente-se a importância que o grupo de países representados na Figura 4 tem no âmbito do comércio internacional português neste subsetor, arrecadando cerca de 92,8% do total das vendas nacionais de azeite.

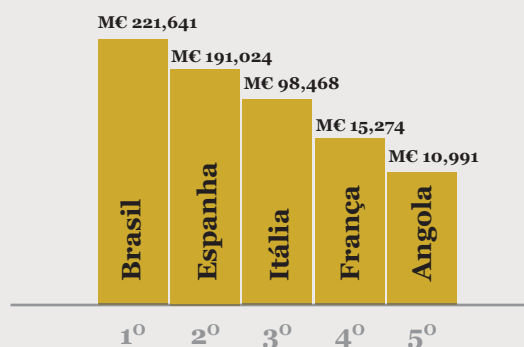


Figura 4 - Principais mercados de destino das exportações portuguesas do subsetor do azeite em 2018.
 FONTE: INE, Base de Dados (accedida em abril de 2019)

1.2.3 Principais Importadores Mundiais

A Figura 5 apresenta os principais importadores mundiais de azeite. Observa-se a presença de 3 dos destinos preferenciais das exportações portuguesas, nomeadamente Itália, EUA e Espanha, cujos volumes de compras significativos mostram que a aposta nestes mercados tem margem para continuar a crescer. Por outro lado, verifica-se que países como França e Brasil apresentam grande potencial como destino de exportações para este subsetor, em particular a França cujas importações de azeite ascenderam a 481,6 milhões de euros em 2018.

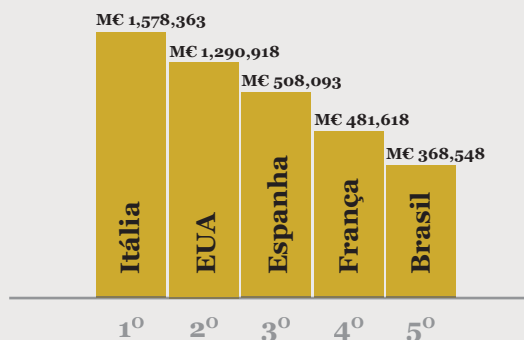


Figura 5 - Principais importadores de azeite a nível mundial em 2018.
 FONTE: INE, Base de Dados (accedida em fevereiro de 2019)

1.2.4 Principais Exportadores Mundiais

De referir que Portugal se apresenta como um dos principais exportadores de azeite a nível mundial, lista claramente dominada por países do Sul da Europa, cujo clima mediterrânico é reconhecidamente propício à produção de azeite de elevada qualidade (Figura 6).

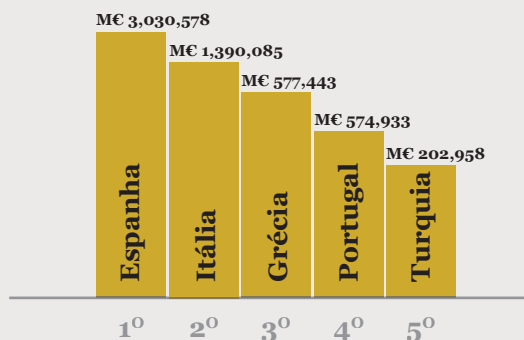


Figura 6 - Principais exportadores de azeite a nível mundial em 2018.
 FONTE: ITC, Trade Map (accedida em abril de 2019)

1.3 Entidades Relevantes

Como entidades relevantes (incluindo associações de produtores e cooperativas) ligadas à produção de azeite sinalizam-se:

- Associação do Azeite de Portugal;
- Federação Nacional das Cooperativas de Olivicultores, FCRL;
- Associação de Olivicultores de Trás-os-Montes e Alto Douro, AOTAD;
- ADRATM - Associação de Desenvolvimento da Rota do Azeite de Trás os Montes;
- Associação Interprofissional Do Azeite De Trás-os-Montes E Alto Douro, A. I. A. T. M. A. D;

- Cooperativa de Olivicultores de Valpaços;
- Cooperativa de Viticultores e Olivicultores de Freixo de Numão;
- CAAF | Cooperativa Agrícola de Alfândega da Fé;
- Cooperativa agrícola dos olivicultores de Vila Flor e Ansiães, C.R.L.

Organismo de controlo e certificação:

- Sativa - Desenvolvimento Rural, Lda

1.4 Caracterização dos Mercados Prioritários

Foram identificados mercados prioritários para a internacionalização desta 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 Brasileiro

O Brasil é o maior mercado da América Latina, o 5º país mais populoso do mundo e a 7ª economia mundial, possuindo uma população de cerca de 206,1 milhões de habitantes, a maior dos países da região.

Na área do investimento e do comércio internacional, o país tem ocupado posições de destaque nos últimos anos: 8º recetor mundial de investimento direto estrangeiro em 2016; 28º importador de bens (quota de 0,9% do total em 2016) e 25º exportador de bens (1,2% do total mundial em 2016).

1.4.1.1 Balança Comercial (Portugal - Brasil)

O saldo da balança comercial portuguesa com o Brasil apresenta-se deficitário, tendo ascendido a -196,3 milhões de euros em 2018 (Tabela 2).

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

BALANÇA COMERCIAL DE BENS DE PORTUGAL COM O BRASIL

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | VAR%18/14 ^a | VAR%18/17 ^b |
|--------------------|--------|--------|---------|---------|---------|------------------------|------------------------|
| EXPORTAÇÕES | 638,6 | 568,8 | 538,6 | 943,9 | 809,8 | 11,2 | -14,2 |
| IMPORTAÇÕES | 864,8 | 860,0 | 1 054,4 | 1 219,5 | 1 006,1 | 5,1 | -17,5 |
| SALDO | -226,3 | -291,2 | -515,9 | -275,6 | -196,3 | -- | -- |
| COEF.CO.B.% | 73,8 | 66,1 | 51,1 | 77,4 | 80,5 | -- | -- |

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

(b) Taxa de variação homóloga 2017-2018

Unidade: Milhões de Euros

FONTE: INE- Instituto Nacional de Estatística

No âmbito do setor agroalimentar, os principais produtos mais exportados por Portugal, em 2018, para o mercado brasileiro encontram-se explicitados na tabela 3. Destacam-se o azeite e os vinhos, categorias que apresentam os maiores volumes de exportação para o mercado brasileiro (221,7 e 51,5 milhões de euros, respetivamente). É de salientar a prestação do azeite, cujas exportações cresceram 11,4 % entre 2017 e 2018.

Tabela 3 - Principais exportações do agroalimentar português para o mercado brasileiro em 2017 e 2018.

EXPORTAÇÕES DO AGROALIMENTAR PORTUGUÊS PARA O BRASIL

| | 2017 | 2018 | %TOT18 | VAR%18/17 |
|---|-------|-------|--------|-----------|
| 1509 Azeite oliveira e suas frações, mesmo refinado, mas não quimicamente modificado | 199,0 | 221,7 | 27,4 | 11,4 |
| 2204 Vinhos de uvas frescas | 44,2 | 51,5 | 6,4 | 16,4 |
| 0303 Peixes congelados exceto os filetes e carne de peixe da pp 0304 | 36,4 | 39,2 | 4,8 | 7,6 |
| 0808 Maçãs, peras e marmelos, frescos | 46,5 | 34,7 | 4,3 | -25,5 |
| 0305 Peixes secos, salgados ou em salmoura; farinhas | 15,8 | 13,8 | 1,7 | -12,9 |
| 0304 Filetes e outra carne de peixe, frescos, refrigerados ou congelados | 16,6 | 13,6 | 1,7 | -17,9 |

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

1.4.1.2 O Azeite no Brasil

O Brasil configura-se como um dos maiores mercados de azeite do mundo (5º maior importador em 2018), e em crescimento no segmento dos azeites de elevada qualidade.

Em linha com as recentes tendências de consumo, os brasileiros têm o azeite totalmente implementado nos seus hábitos culinários, procurando substituir óleos com elevado teor de gordura por uma alternativa mais saudável e com melhores características nutricionais. Estas características de consumo, proporcionam oportunidades para empresas exportadoras dos países produtores tradicionais, como é o caso de Portugal.

O Brasil é o país dominante da região da América Latina relativamente ao lançamento de novos azeites no

mercado desde 2016. O número de azeites introduzidos neste mercado tem sido praticamente constante nos últimos três anos, diminuindo ligeiramente em 2017 e 2018, comparativamente ao ano de 2016, com 82, 82 e 85 produtos respetivamente. Destes produtos, a maioria corresponde a azeites virgens extra, que representam mais de 80% dos produtos que integram esta subcategoria.

As principais marcas de azeite que se destacam no mercado brasileiro são a Andorinha, a La Violetera, a Montpellier, a Quinta d’Aldeia e a Borges, responsáveis pela inserção de 27 produtos de azeite neste mercado entre 2016 e 2018. Das cinco marcas referidas anteriormente, apenas uma é oriunda do Brasil, a Montpellier, sendo as restantes importadas de Portugal (Andorinha e Quinta d’Aldeia) e de Espanha (La Violetera e Borges).

1.4.1.3 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Brasileiro

O mercado Brasileiro é caracterizado por uma forte concorrência e por preços baixos. Nos últimos anos tem sido verificado um grande aumento de superfícies comerciais com produtos biológicos, bem como uma maior procura destes produtos. As tendências incluem a procura por produtos orgânicos, com certificação *Fair Trade* e direcionados para a saúde e bem-estar.

O azeite, tão presente na mesa dos brasileiros, continua a ser um produto de grande aposta neste mercado. O mercado do azeite no Brasil sofreu, durante anos, um grande problema com as fraudes no produto. Desde 2015, as autoridades brasileiras, em particular o Ministério da Agricultura

(MAPA), têm vindo a desenvolver campanhas de fiscalização junto das empresas brasileiras que engarrafam o produto que chega a granel, obrigando essas empresas a pagarem avultadas multas e a retirarem o produto do mercado quando existem irregularidades no mesmo.

Portugal é o maior exportador de azeites para o Brasil, sendo responsável por mais de 50% das importações brasileiras deste produto. Para além disso, o azeite português é reconhecido no mercado brasileiro pela sua qualidade e tradição. Existe, por isso, uma oportunidade para as empresas portuguesas produtoras de azeite de ocuparem um espaço no mercado, que está a ser deixado pelas empresas fraudulentas.

1.4.1.4 Principais Exportadores de Azeite para o Brasil

Em 2018, os principais países exportadores de azeite para o Brasil foram Portugal, a Espanha e a Argentina (Figura 7). Portugal foi o maior exportador nesse ano. Em virtude da crescente preferência do consumidor brasileiro pelo azeite português, o volume de importações deste produto tem aumentado consideravelmente.

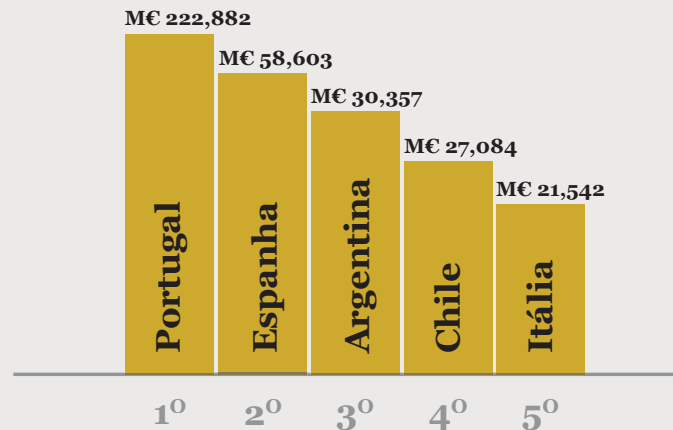


Figura 7 - Principais mercados de origem das importações brasileiras de azeite em 2018.
 FONTE: ITC, Trade Map (accedida em abril de 2019)

1.4.1.5 Feiras de Referência

- **ANUFOOD BRAZIL** | Feira de alimentos e bebidas
- **Super Rio Expofood** | Feira do setor agroalimentar
- **Bio Brazil Fair** | Biofach América Latina
- **APAS Show 2019** | Brasil

1.4.1.6 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras

O mercado brasileiro caracterizou-se, até ao início dos anos 90, por um forte protecionismo e intervenção estatal. O programa de reformas de 1990 consagrou uma progressiva liberalização das trocas comerciais e a integração da economia brasileira a nível internacional. No entanto, continua a apresentar uma forte carga fiscal incidente sobre a importação da maioria dos produtos.

A exportação da generalidade das mercadorias para o mercado brasileiro não está sujeita, como regra, a restrições (licenciamento). Existem, não obstante, algumas exceções para as quais é necessária a observância de determinados requisitos e a autorização prévia das autoridades competentes (licenciamento não automático), designadamente no que respeita a produtos do setor agroalimentar.

A lista de produtos sujeitos a autorização prévia pode ser consultada no site do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços.

Os procedimentos de importação estão informatizados através do Sistema Integrado de Comércio Exterior, denominado SISCOMEX que, por via do estabelecimento de um fluxo único das várias informações, promove a integração das atividades de registo, acompanhamento e controlo das operações de importação / exportação. No entanto, apesar da desmaterialização da tramitação administrativa, a demora do processo de desalfandegamento das importações mantém-se.

Em abril de 2014, foi lançado o Programa Portal Único de Comércio Exterior, que visa unificar os sistemas dos vários órgãos envolvidos nos processos de importação e exportação (reduzindo assim a carga burocrática), funcionando

como um “guichet único” para acompanhar as operações de exportação e importação no país. Aguardando-se ainda pelo funcionamento em pleno deste Programa, foi dado um primeiro passo com o lançamento do Portal SISCOMEX que, numa fase inicial, tem por objetivo simplificar o acesso aos serviços e sistemas governamentais e à legislação pertinentes às operações de comércio exterior.

No que se refere aos procedimentos de importação propriamente ditos, todas as mercadorias importadas no mercado brasileiro estão sujeitas a Despacho Aduaneiro, processado pelas entidades alfandegárias com base nas informações constantes na Declaração de Importação.

O sistema administrativo das importações brasileiras encontra-se regulado na Portaria n.º 23, de 14 de julho de 2011, e compreende as seguintes modalidades:

- Importações Dispensadas de Licenciamento;
- Importações Sujeitas a Licenciamento Automático;
- Importações Sujeitas a Licenciamento Não Automático.

Como já foi referido, regra geral, as importações brasileiras estão dispensadas de licenciamento, devendo os importadores somente providenciar o registo da Declaração de Importação no SISCOMEX, com o objetivo de dar início aos procedimentos de Despacho Aduaneiro.

As importações sujeitas a licenciamento ocorrem nos casos em que a legislação exija a autorização prévia de órgãos específicos da Administração Pública para a importação de determinadas mercadorias, ou quando condições específicas devam ser observadas. Nesses casos, o importador deve solicitar uma Licença de Importação com a antecedência prevista na legislação.

O licenciamento dos bens (Licença de Importação - LI) pode ser automático ou não automático (bens sujeitos à Licença de Importação não automática ou proibição na importação).

Os interessados podem consultar o fluxograma no Portal brasileiro de comércio exterior *Invest & Export* Brasil, que sistematiza o processo para a importação de mercadorias no Brasil.

Quanto aos direitos alfandegários, o Brasil adotou, a 1 de janeiro de 1995, a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), baseada no Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (SH).

Com a entrada em vigor da Tarifa Externa Comum (TEC) do Mercosul, o Brasil passou a aplicar, na maioria dos produtos importados de países terceiros, o mesmo nível de direitos alfandegários que os restantes parceiros, sendo que, periodicamente, são estabelecidas exceções (redução ou aumento temporário do imposto de importação) para os produtos considerados sensíveis.

O Imposto de Importação (II), cobrado aquando da entrada do produto no mercado, é calculado numa base *ad valorem* sobre o valor Custo, Seguro e Frete (CIF) das mercadorias e pode ser consultado no site MADB, no tema *Tariffs*, selecionando o mercado e o produto / código pautal².

Para além do Imposto de Importação, há, também, lugar ao pagamento dos seguintes encargos:

- Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) – Em geral, é calculado numa base *ad valorem*, embora para certos produtos seja calculado por um valor fixo por unidade.

- Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) – As taxas deste tributo, similar ao IVA, variam entre 7% e 25% consoante o Estado de destino das mercadorias (em São Paulo, por exemplo,

a taxa normal é de 18%, com exceção de alguns produtos previstos em lei própria). Ao contrário do imposto pago no desembarço aduaneiro que, como já foi referido, varia de Estado para Estado, desde 1 de janeiro de 2013, que vigora uma taxa única de 4%, em todos os Estados, nas operações interestaduais seguintes à respetiva importação. Esta taxa única incide sobre a primeira saída da mercadoria do estabelecimento importador para outro estado da Federação, desde que a mercadoria não tenha sofrido industrialização ou, apesar de submetida a industrialização, o conteúdo de importação seja superior a 40%, e não se aplica nas operações interestaduais com mercadorias importados do exterior que não tenham similar nacional.

- Contribuição para os Programas de Integração Social e de Formação do Património do Servidor Público (PIS Importação) – Taxa de 2,1% para a quase totalidade das importações (esta taxa aumentou de 1,65% para 2,1% a partir de 1 de maio de 2015);

- Contribuição para o Financiamento da Segurança Social (COFINS Importação) – Taxa de 9,65% para a quase totalidade das importações (esta taxa aumentou de 7,60% para 9,65% a partir de 1 de maio de 2015).

A aplicação destes impostos é feita em cascata, ou seja, de forma cumulativa:

- Valor CIF x II (Imposto de Importação) = A

- A x IPI (Imposto sobre Produtos Industriais) = B

- B + PIS Importação + COFINS Importação (determinados pela tabela oficial da Receita Federal e calculados sobre o valor CIF das mercadorias) = C

- C + taxa do SISCOMEX (sistema informático de comércio exterior, que é de R\$ 185,00 por DI - Declaração de

Importação mais R\$ 29,50 por cada adição à DI, ou seja, por cada produto com classificação pautal diferente) = D

- D / ICMS (Imposto sobre a Circulação de Bens e Serviços, calculado por dentro, i. e. no caso do ICMS ser 18% – taxa normal no Estado de São Paulo, em vez de multiplicar por 18%, divide por 0,82; já se o ICMS for 17% – taxa normal na maioria dos restantes Estados, divide por 0,83) = Resultado dos principais impostos aduaneiros.

A este resultado há ainda que adicionar taxas aduaneiras, tais como:

- FRMM – Frete para Renovação da Marinha Mercante, que é 25% sobre o valor do frete marítimo e que deve entrar na base de cálculo do ICMS;
 - Taxa de capatazia;
 - Taxa de armazenagem;
 - Desconsolidação;
 - Desembarço;
 - Serviços do despachante;
 - Liberação do *bill of lading*.

Os interessados podem, igualmente, aceder ao Simulador do Tratamento Tributário e Administrativo das Importações (Receita Federal) para identificar o exato valor dos encargos de importação e eventuais exigências administrativas na entrada de produtos.

Quer o site *Market Access Database* quer o Simulador do Tratamento Tributário e Administrativo das Importações (Receita Federal) podem não refletir o aumento ou redução temporária do imposto de importação (exceções à TEC fixadas pelo Brasil) pelo que os interessados devem confirmar se a taxa do imposto de importação que consta na base de dados/simulador é a que figura nas seguintes listas disponíveis no site do Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços:

• **Lista de Exceções à TEC**

De acordo com a Decisão do Conselho do Mercado Comum (CMC) n.º 26/15, o Brasil está autorizado a manter, até 31 de dezembro de 2021, uma lista de 100 códigos NCM como exceções à TEC. Estas exceções temporárias podem contemplar taxas inferiores ou superiores às da TEC, desde que não ultrapassem os níveis tarifários consolidados na OMC – Organização Mundial do Comércio.

• **Lista de Exceções de BIT – Bens de Informática e Telecomunicações (Ex-Tarifário)**

O regime de Ex-Tarifário consiste na redução temporária da taxa do imposto de importação dos bens assinalados como BIT (Bens de Informática e Telecomunicações) e/ou BK (Bens de Capital) na TEC, quando não houver a produção nacional (à data de atualização deste documento não existia qualquer Lista de Exceções de BK – Bens de Capital disponível no site do MICS).

• **Lista de reduções temporárias por desabastecimento (Resolução GMC n.º 08/2008)**

Nos casos de problemas decorrentes de desequilíbrios de oferta e de procura em qualquer dos países membros do MERCOSUL, estes podem utilizar o mecanismo de redução tarifária temporária das taxas de importação da TEC previsto pela Resolução n.º 08/08, do Grupo Mercado Comum (GMC), de forma unilateral e com limites quantitativos.

As Resoluções da CAMEX (Câmara de Comércio Exterior) relativas às exceções à TEC do MERCOSUL podem ser consultadas no respetivo site.

No que se refere à importação de serviços, por não haver transporte físico/material de um bem, esta não está sujeita à liquidação de imposto de importação e demais encargos na alfândega aquando da sua entrada no mercado

de destino, sendo, no entanto, objeto de outro tipo tributação mais complexa. Nesta matéria sugerimos a consulta da apresentação do Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro que refere, em pormenor, cada um dos seis impostos que pode recair sobre a importação de serviços no Brasil. Este documento faz uma boa caracterização da carga tributária que pode incidir sobre a importação dos serviços em termos gerais, mas há sempre que analisar caso a caso, consoante a definição do serviço em apreço (segundo a lei brasileira), que impostos se aplicam à situação em concreto.

Por último, dada a sua relevância para a comercialização dos produtos importados, importa referir que no Brasil, a proteção do consumidor encontra-se regulada na Lei n.º 8.078, de 12 de setembro de 1990 (consultar site da SEBRAE) e a atividade de representação ou agência comercial encontra-se regulada na Lei n.º 4.886, de 9 de dezembro de 1965.

Acordos bilaterais celebrados por Portugal

Importa ainda realçar que, por forma a promover e a reforçar o desenvolvimento das relações de investimento entre os dois países, foram celebrados os seguintes acordos/convenções entre Portugal e Brasil:

- Acordo de Cooperação no Domínio do Turismo (em vigor desde 1 de novembro de 2008);
- Acordo sobre a Facilitação de Circulação de Pessoas (em vigor desde 5 de dezembro de 2007);
- Acordo sobre a Contratação Recíproca de Nacionais (em vigor desde 20 de outubro de 2003);
- Convenção para Evitar a Dupla Tributação e Prevenir a Evasão Fiscal em

Matéria de Impostos sobre o Rendimento (em vigor desde 5 de outubro de 2001);

- Acordo de Segurança Social ou Seguridade Social (em vigor desde 16 de abril de 1995), bem como o respetivo Acordo de Alteração (em vigor desde 1 de maio de 2013); Acordo sobre a Promoção e a Proteção Recíproca de Investimentos (que ainda aguarda a troca de instrumentos de ratificação para a respetiva entrada em vigor).

FONTE: Site Portugal Global - Aicep (acedido em abril de 2019)



1.4.2 Caracterização do Mercado Espanhol

Tabela 4 - Principais indicadores macroeconómicos de Espanha entre 2015 e 2020.

PRINCIPAIS INDICADORES MACROECONÓMICOS DE ESPANHA

| | UNID. | 2015 ^a | 2016 ^a | 2017 ^b | 2018 ^c | 2019 ^c | 2020 ^c |
|---|---------------------|-------------------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| PIB preços de mercado ¹ | 10 ⁹ USD | 1 198,4 | 1 237,8 | 1 314,1 | 1 455,8 | 1 488,4 | 1 564,2 |
| PIB <i>per capita</i> | USD | 25 829 | 26 706 ^b | 28 349 | 31 376 | 32 049 | 33 668 |
| Crescimento real do PIB | Var. % | 3,4 | 3,3 | 3,0 | 2,7 | 2,2 | 1,9 |
| Saldo do setor público | % PIB | -5,3 | -4,5 | -3,0 | -2,6 | -1,7 | -1,5 |
| Dívida pública | % PIB | 99,4 | 99,0 | 97,3 | 95,0 | 92,9 | 91,2 |
| Exportações de bens e serviços ¹ | 10 ⁹ USD | 394,8 | 407,8 | 448,0 | 497,7 | 522,5 | 551,1 |
| Exportações de bens e serviços ² | Var. % | 4,2 | 4,8 | 5,0 | 4,6 | 4,3 | 3,2 |
| Importações de bens e serviços ¹ | 10 ⁹ USD | 367,6 | 370,5 | 413,0 | 449,2 | 468,6 | 488,1 |
| Importações de bens e serviços ² | Var. % | 5,9 | 2,7 | 4,7 | 3,7 | 3,2 | 2,4 |
| Saldo balança corrente | % PIB | 1,1 | 1,9 | 1,7 | 1,3 | 1,1 | 1,0 |
| Taxa de inflação (média) | % | -0,6 | -0,3 | 2,0 | 1,4 | 1,7 | 1,9 |

NOTAS: (a) Valores atuais; (b) Estimativas; (c) Previsões; (1) Preços correntes; (2) Preços constantes
 FONTE: Economist Intelligent Unit (EIU); Banco Portugal

Espanha é a 14^a economia mundial, segundo o Banco mundial e 5^a economia da União Europeia. Com uma área quase seis vezes superior à de Portugal, a economia espanhola encontra-se descentralizada em 17 comunidades autónomas e em duas cidades igualmente autónomas no Norte de África, sendo que duas destas comunidades (Catalunha e Madrid), em conjunto, possuem mais população do que Portugal (perto de 14 milhões de pessoas) e um PIB superior ao português.

Em 2018, a economia espanhola cresceu a uma taxa estimada de 2,7%, principalmente por impulso do setor de construção e de um aumento da despesa pública. Contudo, o baixo consumo doméstico e uma queda nos investimentos, juntamente com problemas estruturais, alto déficit fiscal e dívida pública, prejudicou a taxa de crescimento (que foi a mais baixa desde 2014).

A contribuição da agricultura para o PIB espanhol é de cerca de 2,6% e emprega 4% da força de trabalho (Banco Mundial, 2017). O tecido empresarial compreende quase um milhão de empresas agropecuárias, cobrindo 30 milhões de hectares. É o maior produtor mundial de azeite e o terceiro no mundo em produção de vinhos.

1.4.2.1 Balança Comercial (Portugal - Espanha)

Em 2018, Portugal exportou 14 675,9 milhões de euros para Espanha, tendo importado 23 610,8 milhões de euros. A balança comercial entre os dois países é deficitária para Portugal, correspondendo a um saldo de -8 934,9 milhões no ano mencionado anteriormente (Tabela 5).

Tabela 5 - Evolução da balança comercial de bens de Portugal com Espanha entre 2014 e 2018.

BALANÇA COMERCIAL DE BENS DE PORTUGAL COM ESPANHA

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | VAR%18/14 ^a | VAR%18/17 ^b |
|--------------------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------------|------------------------|
| EXPORTAÇÕES | 11 284,0 | 12 309,5 | 12 929,6 | 13 860,7 | 14 675,9 | 6,8 | 5,9 |
| IMPORTAÇÕES | 19 214,0 | 19 932,3 | 20 345,0 | 22 452,6 | 23 610,8 | 5,3 | 5,2 |
| SALDO | -7 930,0 | -7 622,8 | -7 415,4 | -8 591,9 | -8 934,9 | -- | -- |
| COEF.COB.% | 58,7 | 61,8 | 63,6 | 61,7 | 62,2 | -- | -- |

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 abril de 2019)

As exportações de produtos agrícolas e alimentares de Portugal para o mercado Espanhol, em 2018, apresentam-se explicitados na Tabela 6. Destaca-se o grupo de produtos agrícolas e alimentares que apresentaram os maiores volumes de exportação para o mercado espanhol (1642,6 e 617,1 milhões de euros, respetivamente). Sinaliza-se ainda uma taxa de crescimento significativa face a períodos anteriores.

Tabela 6 - Principais exportações portuguesas por grupo de produtos para o mercado Espanhol em 2014, 2017 e 2018.

EXPORTAÇÕES DE PORTUGAL PARA ESPANHA POR GRUPOS DE PRODUTOS

| | 2014 | %TOT14 | 2017 | %TOT17 | 2018 | %TOT18 | VAR%18/17 |
|--------------------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|-----------|
| AGRÍCOLAS | 1 244,3 | 11,0 | 1 509,1 | 10,9 | 1 642,6 | 11,2 | 8,8 |
| ALIMENTARES | 614,7 | 5,4 | 618,2 | 4,5 | 617,1 | 4,2 | -0,2 |

Unidade: Milhões de Euros

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

1.4.2.2 O Azeite em Espanha

O azeite é amplamente reconhecido como um alimento de alta qualidade pelos consumidores espanhóis, fazendo parte da dieta tradicional dos consumidores. Apresenta-se como um produto totalmente disseminado neste país. Os tipos de azeite mais comercializados são o azeite virgem e azeite virgem extra. Adicionalmente, são permitidas misturas da mesma categoria de qualidade, mesmo

de azeites proveniente de diferentes países.

O azeite, o vinho e os ovos, são muito importantes na cultura gastronómica espanhola. Em 2017, cada espanhol consumiu 9,3 litros de azeite, tendo gasto 27,8 euros neste produto.

Existem, em Espanha, cerca de 260 variedades de oliveira, das quais apenas a Gordal não é considerada adequada para a produção de azeite, porque o seu elevado teor de água determina baixos

rendimentos em azeite. Cada uma destas variedades de azeitona produz um azeite diferente. Assim, existem no mercado azeites de diversas variedades de azeitona.

O azeite é a gordura vegetal mais consumida nas habitações espanholas: 66,7% da quantidade de óleos vegetais consumida

corresponde ao azeite, 24,9% a óleo de girassol, 5,9% a óleo de sementes, enquanto os restantes 0,7% dividem-se entre outros óleos. Em 2015, foram consumidas quase 373 mil toneladas de azeite. Dados recentes mostram que o azeite representa cerca de 1,87% da despesa total em alimentação.

1.4.2.3 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Espanhol

Espanha é um dos mercados europeus mais relevantes neste setor. O mercado Espanhol é caracterizado por uma forte concorrência e por preços baixos. O consumidor Espanhol presta atenção ao preço e procura produtos com qualidade. Nos últimos anos tem sido verificado um grande aumento de superfícies comerciais com produtos biológicos, bem como a procura dos mesmos pelos consumidores espanhóis.

Em relação aos hábitos de compra, destacam-se os seguintes:

- Os consumidores indicam que os principais fatores que determinam a escolha do estabelecimento são a qualidade do produto, a proximidade e os preços competitivos.
- A lealdade às marcas também é relevante para os consumidores, mas as marcas dos distribuidores (MDD) têm um grande peso na aquisição de produtos alimentares; no entanto, observa-se um aumento gradual na percentagem de consumidores que estão deixando de consumir marcas brancas.

1.4.2.4 Principais Exportadores de Azeite para o Mercado Espanhol

Os Espanhóis preferem o azeite proveniente da Tunísia (volume de importações de 221,48 milhões de euros em 2018) pelo seu preço reduzido. Portugal apresenta-se como segundo maior exportador de azeite para Espanha (volume de 180,43 milhões de euros em 2018), como se pode verificar na Figura 8.

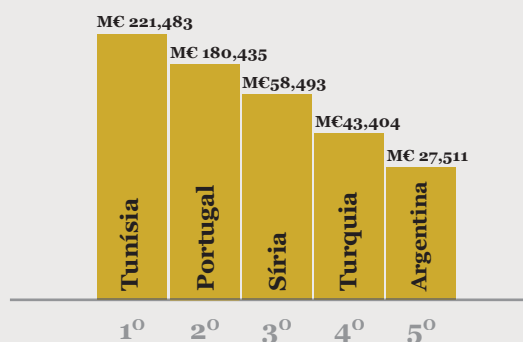


Figura 8 - Principais mercados de origem das importações espanholas de azeite em 2018.
 FONTE: ITC, Trade Map (accedido em abril de 2019)

1.4.2.5 Feiras de Referência

- **Alimentaria Barcelona** | Bienal
- **Salón de Gourmets Madrid** | Anual
- **Organic Food Ibéria Madrid** | Primeira edição em 2019

1.4.2.6 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras

Espanha, como membro da UE, faz parte integrante da União Aduaneira, caracterizada, essencialmente, pela livre circulação de mercadorias e pela adoção de uma política comercial comum relativamente a países terceiros.

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.

Para além dos encargos relacionados com impostos *ad valorem* ou valor

aduanheiro, as importações estão também sujeitas ao pagamento do IVA. Em Espanha existem as seguintes taxas de IVA:

- Taxa normal: 21% sobre a generalidade de bens e serviços;
- Taxa reduzida: 10% sobre dormidas, serviços culturais e outros;
- Taxa reduzida: 6% sobre os géneros alimentícios e os produtos farmacêuticos, entre outros.

Refira-se que a regulamentação espanhola e a europeia impõem um conjunto de requisitos para a comercialização dos produtos alimentares, destacando-se os respeitantes à rotulagem dos mesmos.

1.4.3 Caracterização do Mercado Francês

Localizada na região Centro da Europa, a França possui uma população de 64,4 milhões de habitantes e uma área de cerca de 544,0 mil km², o que corresponde a uma densidade populacional de 118,4 habitantes/km² (AICEP Portugal Global, 2016).

Reconhecida como uma das maiores potências económicas europeias, a França destacava-se como a 6^a maior economia mundial, com um PIB de aproximadamente 2,2 mil milhões de euros.

Não obstante da contração económica sofrida na generalidade dos países europeus em 2009, fruto de uma grave

crise financeira, a economia francesa tem vindo a apresentar taxas de variação anuais do PIB positivas desde 2010. Em 2015, esta taxa ascendeu a cerca de 1,2%, maior valor registado desde 2011, altura em que a economia francesa cresceu aproximadamente 2,1%.

O setor dos serviços apresenta-se como o mais importante para a economia francesa, tendo representado 78,8% do PIB, em 2015, seguindo-se a indústria transformadora (reconhecida nomeadamente nos setores da aeronáutica, farmacêutico, automóvel e agroalimentar) e o setor agrícola (onde se destaca a produção de cereais, vinho e produtos lácteos) com pesos de 19,5% e 1,7%, respetivamente.

1.4.3.1 Balança Comercial (Portugal - França)

Em 2018, Portugal exportou 7 345,1 milhões de euros para França, tendo importado 5 734,1 milhões de euros. A balança comercial entre os dois países é favorável para Portugal, correspondendo a um saldo positivo de 1 611 milhões de euros neste ano (Tabela 7).

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

BALANÇA COMERCIAL DE BENS DE PORTUGAL COM FRANÇA

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | VAR%18/14 ^a | VAR%18/17 ^b |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|---------|------------------------|------------------------|
| EXPORTAÇÕES | 5 658,6 | 6 031,4 | 6 323,4 | 6 887,9 | 7 345,1 | 6,7 | 6,6 |
| IMPORTAÇÕES | 4 180,8 | 4 468,6 | 4 732,2 | 5 105,1 | 5 734,1 | 8,2 | 12,3 |
| SALDO | 1 477,8 | 1 562,8 | 1 591,2 | 1 782,8 | 1 611,0 | -- | -- |
| COEF. COB.% | 135,3 | 135,0 | 133,6 | 134,9 | 128,1 | -- | -- |

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 abril de 2019)

As exportações de produtos agrícolas e alimentares de Portugal para o mercado Francês, em 2018, apresentam-se explicitados na Tabela 8. Destaca-se o grupo de produtos agrícolas e alimentares que apresentaram os maiores volumes de exportação.

Tabela 8 - Exportações portuguesas por grupo de produtos para o mercado francês em 2014, 2017 e 2018.

EXPORTAÇÕES DE PORTUGAL PARA FRANÇA POR GRUPOS DE PRODUTOS

| | 2014 | %TOT14 | 2017 | %TOT17 | 2018 | %TOT18 | VAR%18/17 |
|--------------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-----------|
| AGRÍCOLAS | 287,7 | 5,1 | 319,7 | 4,6 | 333,9 | 4,5 | 4,4 |
| ALIMENTARES | 206,0 | 3,6 | 251,3 | 3,6 | 252,9 | 3,4 | 0,6 |

Unidade: Milhões de Euros

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

1.4.3.2 O Azeite em França

França tem alguma produção de azeite, situada, sobretudo, no sul do país e Córsega, distribuída por 20 regiões denominadas, das quais 8 são consideradas DOC. A área cultivada corresponde a aproximadamente 50.705 hectares com cerca de 4,4 milhões de oliveiras, distribuídas por 29.400 empresas do sector. A média da produção, nos últimos cinco anos, tem rondado as 4.336 toneladas (cerca de 6,25% da produção portuguesa, e apenas 0,3% da produção

dos 4 principais produtores europeus – Espanha, Itália, Grécia e Portugal).

Os óleos são a gordura mais consumida em França, representando cerca de 51% da quota de mercado (aproximadamente 290 milhões de litros, face aos 190 milhões de toneladas de manteiga e aos 90 milhões de toneladas de margarina).

Relativamente aos preços médios destas matérias gordas, em 2015, o dos óleos rondava os 3,04€, para a manteiga o preço era de 1,69€ e, para as margarinas, de 2,08€. O consumo de óleos vegetais *per capita*, em 2001, era de 14,4kg, e em 2015, baixou para os 12,7kg. Na repartição deste valor de consumo *per*

capita pelas diversas variedades em 2015, temos os seguintes valores: 2,7kg de óleo de colza, 4,7kg de óleo de girassol, 1,7kg de azeite, 0,8kg de óleo de milho, 0,7kg de óleo de palma e 0,1kg de óleo de soja. Relativamente ao azeite, 90% das vendas são efetuadas via grande distribuição, onde o preço médio rondou os 4,84€/litro, em 2015.

Em França, o azeite é consumido principalmente pelos seus benefícios para a saúde e pelo seu sabor. Logo, um dos nichos importantes deste mercado é o azeite biológico francês, que teve um preço de venda médio, em 2016, de 24,90€/litro (em 2014, foi de 21,90€/litro).

1.4.3.3 Fatores Diferenciadores e Oportunidades no Mercado Francês

França é o 3º maior importador de bens do mercado Europeu. Existem, atualmente, cerca de 45 mil empresas dirigidas por portugueses ou por lusodescendentes, a larga maioria delas microempresas do ramo da construção civil. Mas muitas delas também atuam na área alimentar, principalmente na importação, sendo a distribuição feita maioritariamente por empresas francesas. Estas empresas, todas elas de direito francês, têm como gerentes/gestores, portugueses emigrados em França ou lusodescendentes. Estes empresários estão abertos à descoberta de novos produtos e têm a vantagem de poderem ser contactados em português.

No que diz respeito ao comportamento dos consumidores franceses, desde sempre, o preço é um elemento importante

na decisão de compra. Mas, de certa forma, o fator qualidade do produto está a ganhar importância face ao preço e os muitos consumidores já decidem a sua compra com base em rótulos que inspirem qualidade ou compram marcas que associam a essa característica. Outra particularidade que está cada vez mais a ter preponderância, é a qualidade do serviço pós-venda. Em relação à embalagem, os franceses preferem produtos puros e embalados de forma criativa e atraente.

O consumidor francês é relativamente abastado e impulsivo, faz compras frequentes e gosta de experimentar produtos novos e inovadores. No que diz respeito aos géneros alimentícios, os franceses são mais propensos à compra de produtos nacionais e estão cada vez mais preocupados com o meio ambiente e a sua saúde, o que naturalmente leva a uma expansão do mercado dos produtos orgânicos.

1.4.3.4 Principais Exportadores de Azeite para o Mercado Francês

Os franceses preferem o azeite proveniente de Itália (volume de importações de 2887 milhões de euros em 2018) pelo seu preço mais reduzido. Espanha, Grécia, Argélia e Bélgica são os restantes principais exportadores de azeite para França, apresentando Portugal, uma cota baixa (Figura 9).

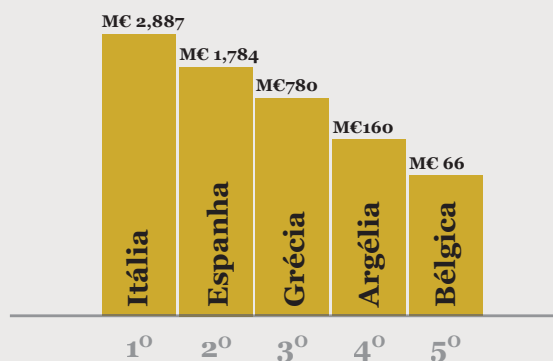


Figura 9 - Principais mercados de origem das importações francesas de azeite em 2018.
 FONTE: ITC, Trade Map (acedido em abril de 2019)

1.4.3.5 Feiras de Referência

- **Feira Vivez Nature** | Feira de agricultura biológica e produtos naturais - Paris, Porte de la Villette
- **Feira Sial** | Feira dirigida ao mercado global da indústria alimentar e bebidas - Paris

1.4.3.6 Regulamentos e Barreiras Aduaneiras

França, 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 aduaneiros, 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) 178/2002, 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 aduaneiros aos produtos provenientes de países terceiros.

A nível de tributação, em França existem diferentes taxas de IVA:

- Taxa normal: 20% aplicada à maioria dos produtos;
- Taxas reduzidas: 10% aplicada a produtos agrícolas e da pesca e 5,5% sobre a água e bebidas não alcoólicas, géneros alimentícios, entre outros;
- Taxa específica: 2,1% aplicada sobretudo a medicamentos reembolsáveis pela Segurança Social.

De entre a legislação comunitária, destaca-se os aspetos que dizem respeito à rotulagem de produtos alimentares e que obrigam à inclusão de elementos como denominação comercial e origem do produto.

No caso da França, todos estes elementos devem ser apresentados em língua francesa e em local bem visível na embalagem, de fácil leitura.

1.4.4 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).

1.4.4.1 Balança Comercial (Portugal - Suíça)

Em 2018, Portugal exportou 576,7 milhões de euros para Suíça, 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 9).

Tabela 9 - 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 | -0,3 |
| IMPORTAÇÕES | 265,7 | 264,0 | 269,7 | 269,6 | 299,8 | 3,2 | 11,2 |
| SALDO | 163,6 | 194,6 | 264,7 | 309,1 | 276,9 | -- | -- |
| 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 abril de 2019)

As exportações de produtos agrícolas e alimentares de Portugal para o mercado Suíço, em 2018, apresentam-se explicitadas na Tabela 10.

Tabela 10 - Exportações portuguesas por grupos 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)

1.4.4.2 O Azeite na Suíça

Em linha com as recentes tendências de consumo, os suíços começam a implementar o azeite nos seus hábitos culinários, procurando substituir óleos com elevado teor de gordura por uma alternativa mais saudável e com melhores características nutricionais. Estas características de consumo, proporcionam oportunidades para empresas exportadoras dos países produtores tradicionais como é o caso de Portugal, considerando também a elevada percentagem de portugueses residentes na Suíça.

1.4.4.3 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 conseqüentemente 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.expakistan.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

1.4.4.4 Principais Exportadores de Azeite para o Mercado Suíço

Os Suíços preferem o azeite proveniente da Alemanha (volume de importações de 320 milhões de euros em 2018) pela proximidade (Figura 10). Portugal não apresenta exportações significativas de Azeite para a Suíça.

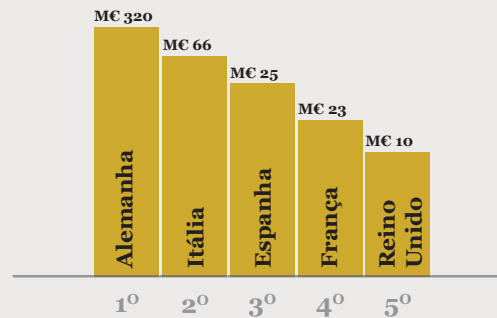


Figura 10 - Principais mercados de origem das importações suíças de azeite em 2018.

FONTE: ITC, Trade Map (acedido em abril de 2019)

1.4.4.5 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

1.4.4.6 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

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).

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

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.