



O AgriExport é uma iniciativa de promoção internacional e de capacitação das PME do setor agroindustrial, promovida pelo AGROCLUSTER e INOVCLUSTER com o objetivo de promover o aumento das exportações e a visibilidade internacional de Portugal.

A elaboração do estudo e a abordagem metodológica assenta no levantamento das principais condicionantes de entrada em mercados externos, de produtos alimentares das fileiras mais representativas das regiões (Alentejo e Centro), nomeadamente: azeite; molhos e condimentos; queijos; carnes (verdes, transformados e charcutaria); pet-food; arroz e farinhas; vegetais (frescos e ultracongelados); doces, compotas e sumos de frutas; refeições prontas e sobremesas (ultracongeladas).

COLÔMBIA: CARACTERÍSTICAS GERAIS

A Colômbia situa-se na América do Sul e conta com uma superfície territorial de 1 141 748 km², fazendo deste país o 25.º maior do mundo. Em termos fronteiriços, a Colômbia depara-se a leste com a Venezuela e o Brasil; a sul com o Equador e o Peru, a norte com o Panamá e o Mar do Caribe e a oeste com o Equador e o Oceano Pacífico. O seu maior limite territorial é com a Venezuela, seguido do Brasil e Peru e, por fim, o Panamá. O país tem, ainda, 2.900 quilómetros de costa litoral.

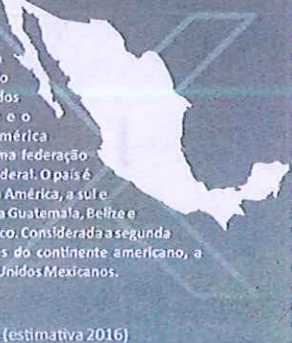
Área: 1.141.748 km²
População: 49,1 milhões de habitantes (2017)
Densidade Populacional: 43 habitantes/km² (2016)



MÉXICO: CARACTERÍSTICAS GERAIS

Estados Unidos Mexicanos é uma república constitucional federal localizada na América do Norte. O quinto maior país da América por área total e o 14.º maior país independente do mundo. É o país com mais população dos países de língua espanhola do mundo e o segundo com mais população da América Latina, depois do Brasil. O México é uma federação composta por 31 Estados e um Distrito Federal. O país é limitado a norte pelos Estados Unidos da América, a sul e oeste pelo Oceano Pacífico, a sudeste pela Guatemala, Belize e Mar do Caribe, a leste pelo Golfo do México. Considerada a segunda maior cidade em número de habitantes do continente americano, a Cidade do México é a capital dos Estados Unidos Mexicanos.

Área: 1.972.547 km²
População: 124,1 milhões habitantes (estimativa 2016)
Densidade Populacional: 5,896 habitantes/km²



COMO EXPORTAR PARA A COLÔMBIA?

O mercado colombiano apresenta uma localização geográfica privilegiada, uma vez que se situa no extremo noroeste da América do Sul e faz fronteira com os cinco países: Venezuela, Brasil, Equador, Peru e Panamá.

Esta é, claramente, uma potencial plataforma de acesso a outros países, e uma porta de entrada para as empresas portuguesas acederem aos mercados da América Latina, nomeadamente à Aliança do Pacífico, entre o Chile, o México, o Peru e a Colômbia. De realçar, também, os tratados de livre comércio (TLC) assinados nos últimos anos, evidenciando-se os que foram celebrados com a Europa e os Estados Unidos.

Abordagem ao Mercado: Antes de realizar negócios na Colômbia, é importante:

- Conhecer os costumes locais;
- A cultura empresarial colombiana varia em todo o país.
- Nas principais cidades (em particular Bogotá e Medellín), a cultura empresarial é mais formal, muitas vezes mais do que na Europa. Em cidades menores, como Cali ou costa norte, a cultura é geralmente mais informal. No entanto, em todos os casos, é essencial estabelecer relações pessoais para a realização de negócios;
- Os nomes normalmente devem ser usados, mas os títulos são importantes e os termos como "Doutor" devem ser usados como uma forma de respeito. Isso pode ser usado para qualquer pessoa com um diploma, não necessariamente um doutorado;
- Ao cumprimentar alguém deverá ser com um aperto de mão firme. Se o cumprimento for a alguém do género feminino deverá ser com aperto de mão. No entanto, se já não é a primeira vez que está com essa pessoa, é aceitável cumprimentá-la na face direita. Ao terminar a reunião/visita deverá cumprimentar de igual forma;
- Os colombianos costumam fazer férias durante o Natal, Ano Novo e Semana Santa. As reuniões/visitas deverão ser agendadas em outra época.

Documentação necessária: Os documentos de exportação devem ser preparados em espanhol, no entanto, em assuntos prescritos por acordos internacionais ou regras aduaneiras, os documentos aduaneiros também podem ser preparados em outras línguas; Regimes de importação (Livre, Licença prévia, Produtos de importação proibida); Licenças de Importação (licença de importação não automática do MINCIT (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia)); Certificado de Origem e Fatura de Exportação.

COMO EXPORTAR PARA O MÉXICO?

Abordagem ao Mercado: Antes de realizar negócios no México, é importante:

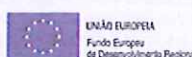
- Conhecer os costumes locais;
- Idioma: o exportador terá que ser cortês com o seu cliente ou representante, usando preferencialmente o idioma espanhol. Embora a língua espanhola seja semelhante à língua portuguesa, há diferenças importantes, principalmente no que respeita a termos técnicos e legais;
- Comunicação: Além do telefone, utiliza-se muito o correio eletrónico, uma vez que minimiza as despesas e permite transferir documentos num curto espaço de tempo.;
- Documentos formais como faturas, certificados de origem, contratos originais, etc. devem ser enviados por correio expresso;
- É aconselhável, antes de iniciar a exportação, localizar um intermediário aduaneiro mexicano experiente para ajudar a evitar problemas durante o processo de entrada e inspeção na fronteira. Estes intermediários são autorizados pelo Registo Mexicano de Impostos Internos (HACIENDA e Crédito Público).

Documentação necessária: Certificado de Origem; Fatura Comercial; Packing List; Informações técnicas sobre a classificação do produto; Informações comerciais relativas ao número do lote; Documento de transporte; Documentos comprovativos de conformidade com regulamentos e restrições não-tarifárias, tais como certificados de saúde, certificados de qualidade, autorizações, etc.; Licença de importação automática (se aplicável).

Promotores:



Cofinanciado por:





PANAMÁ: CARACTERÍSTICAS GERAIS

A República do Panamá é o país mais meridional da América Central. Está situado no Istmo que liga as Américas do Norte e do Sul e faz fronteira com a Costa Rica, a oeste; Colômbia, a sudeste; Caribe, a norte, e com o Oceano Pacífico a sul. A capital é a Cidade do Panamá. O Panamá tem a segunda maior economia da América Central, além de ser a economia que mais cresce e o maior consumidor per capita da região.

Área: 74.177 km²
População: 124,1 milhões de habitantes (estimativa 2016)
Densidade Populacional: 5,896 habitantes/Km²

COMO EXPORTAR PARA A PANAMÁ?

Abordagem ao Mercado: Antes de realizar negócios no Panamá, é importante:

- Conhecer os costumes locais;
- Ter presente que o Panamá é um país que é governado pelo princípio da legalidade, sendo este um requisito sine qua non para fazer negócios no país, pelo que se aconselha apoio ao nível jurídico;
- Aproveitar a localização estratégica do Panamá para o negócio – a ligação com a América Central e do Sul, a América do Norte e o Caribe, bem como a passagem de importantes rotas comerciais marítimas, permitem o uso do Panamá como centro de negócios;
- Ter em consideração que as empresas locais são relativamente pequenas, logo os volumes de contratação são também eles reduzidos;
- O preço prevalece sobre a marca, o que pode ser comprovado pela variedade de produtos asiáticos no mercado panamenho;
- Ter presente que o Panamá tem um clima tropical húmido, o que poderá afetar o agendamento de atividades/reuniões (a estação chuvosa no Panamá é de abril a início de dezembro);
- A forma de saudação é o aperto de mão seguido da expressão "Bom dia", "Boa noite" ou simplesmente "Boas". A expressão "Olá" é considerada informal num contexto comercial. Deve ser utilizado o termo "você", sendo que se poderá utilizar o termo "tu" ou nomes próprios, se solicitada pelo cidadão do Panamá;
- A pontualidade nas reuniões não é uma prática generalizada. Um atraso de até meia hora é considerado normal, pelo que não se deverá mostrar estranheza ou insatisfação;
- A refeição de negócios mais comum é a do almoço, realizando-se, habitualmente, a partir das 12:00 horas. O jantar é às 20:00 horas. Ambos, geralmente terminam com uma mesa e uma bebida no mesmo restaurante onde foi realizada a reunião. Em ambientes de negócios formais o exportador deve vestir-se com fato e gravata.

Documentação necessária: Fatura comercial original (devendo constar: O nome e morada da empresa que vende a mercadoria; O nome e morada do comprador no Panamá; O local de desembarque da mercadoria e a Descrição dos bens a exportar); Certificado de origem; Autorização nos casos de importação restrita; Declaração aduaneira unificada; Manifesto de carga.

PERÚ: CARACTERÍSTICAS GERAIS

Em termos económicos, o Perú é o quinto maior mercado de consumidores da América Latina, situando-se à frente da Venezuela e logo depois do Brasil, México, Colômbia e Argentina. Tem uma vasta dimensão territorial, que equivale, aproximadamente, à Península Ibérica e França juntas. Em termos económicos, o Perú é o quinto maior mercado de consumidores da América Latina, situando-se à frente da Venezuela e logo depois do Brasil, México, Colômbia e Argentina. Tem uma vasta dimensão territorial, que equivale, aproximadamente, à Península Ibérica e França juntas. O Perú é atualmente, de acordo com o World Bank, a 50ª economia mundial, e apresenta um ambiente de negócios encorajador, com sólidas perspectivas de crescimento e numa perspetiva muito alargada. Além disso, é membro ativo da Aliança do Pacífico - área político-económica que reúne as economias latino-americanas mais dinâmicas e abertas. Este país é devidamente tido com investment grade, altamente solvente, e com fortes garantias de consideração pelo investimento estrangeiro.

Área: 1.285.000 km²
População: 32,002 milhões habitantes
Densidade Populacional: 24,2 habitantes/km²

COMO EXPORTAR PARA O PERÚ?

Abordagem ao Mercado: Antes de realizar negócios no Perú, é importante:

- Conhecer os costumes locais;
- Ter presente que os empresários são cumpridores, pontuais e muito educados quando fazem negócios;
- Ter em conta uma apresentação pessoal correta, assim como a entrega de cartões de visita na reuniões de negócios;
- Aquando de um projeto conjunto com um empreendedor peruano, deverá estar consciente do nível de compromisso, responsabilidade e risco que está disposto a assumir, bem como, o nível de participação de cada parceiro e qual a forma contratual ou o tipo de acordo comercial que melhor se adapta aos seus interesses. Todos esses aspetos devem ser especificados nos acordos ou contratos estabelecidos, uma vez que serão de vital importância em caso de conflitos legais;
- Ter presente que, embora o quadro económico facilite muito os investimentos no país, o sistema jurídico é lento e caro, o que torna muito difícil resolver conflitos com outras empresas, tanto ao nível de acordos de co-investimento quanto a problemas de incumprimento.

Documentação necessária: Fatura comercial; Certificado de Origem; Manifesto de Carga; Declaração aduaneira única (DUA); Conhecimento de Embarque e/ou uma Carta de Transporte Aéreo; Certificado de Seguro e Licença de exportação.