



Exportação para a Finlândia



Índice

- 3** Prefácio
- 4** A Finlândia como um mercado de exportação
- 9** Conformidade com os requisitos legais
- 15** Normas e códigos do sector privado – uma parte inevitável do negócio actual
- 19** Do preço de exportação para o preço de retalho
- 22** Mais informações

Fotografias: Associação de promoção do Fairtrade na Finlândia: 6, 7, 13 e em Shutterstock

Disposição: Innocorp Oy

Impresso por: Erweko Painotuote Oy
2008

Prefácio

Os países em desenvolvimento estão a tornar-se parceiros de negócios cada vez mais importantes para a Finlândia. Nos últimos anos, as importações de países em desenvolvimento ultrapassaram o crescimento de importações dos países desenvolvidos por uma margem significativa. Uma procura crescente por novos produtos e serviços oferece oportunidades aos pequenos e grandes exportadores de países em desenvolvimento. Ao mesmo tempo, os consumidores finlandeses estão preocupados com a segurança, a sustentabilidade ambiental e com condições de trabalho decentes, e exigem que os produtores e fornecedores de serviços adiram a padrões de elevada qualidade e éticos.

O objectivo desta publicação é o de servir como um manual de fácil utilização aos pequenos e grandes exportadores de países em desenvolvimento, interessados em exportar para a Finlândia. Apesar de o foco ser sobre o favorecimento do comércio de países em desenvolvimento, espero que as informações fornecidas nesta publicação irão beneficiar os exportadores independentemente da sua origem. Esta fornece uma visão geral do mercado finlandês, práticas de negócio, bem como normas e regulamentos exigidos. Os procedimentos relacionados com a exportação para a Finlândia podem parecer complicados, mas é possível obter-se de vários intervenientes auxílio para respeitar as regras e os regulamentos exigidos, bem como para encontrar parceiros potenciais na Finlândia. Mais informações e detalhes de contacto serão fornecidos no final desta publicação.

A Finlândia é um estado membro da União Europeia e é um país relativamente pequeno que pode ser um bom ponto de apoio para exportadores em ascensão para os mercados europeus mais vastos. Os regulamentos e as práticas na Finlândia e na União Europeia estão vastamente harmonizados. Por isso, esta publicação oferece informações úteis também a exportadores interessados noutros países europeus.

Esta publicação é parte dos esforços contínuos da Finlândia em promover o comércio com países em desenvolvimento e de lhes oferecer oportunidades para uma melhor participação na economia global. Espero que seja uma ferramenta útil para empresas, Governos e ONG estrangeiras no sentido de fornecer informações sobre a Finlândia como um parceiro de negócio.



A handwritten signature in blue ink that reads "Paavo Väyrynen". The signature is fluid and cursive, written in a professional style.

Paavo Väyrynen
Ministro do Comércio e Desenvolvimento



A Finlândia como um mercado de exportação

País pequeno, elevado padrão de vida

A Finlândia é o país mais a norte da União Europeia. Os seus vizinhos são a Suécia e a Noruega a Oeste, a Rússia a Este e a Estónia – do outro lado do Golfo da Finlândia – a Sul.

A população é de cerca de 5,3 milhões, dos quais dois terços vivem nas áreas urbanas. A capital da Finlândia, Helsínquia, situa-se na costa sul. Outras grandes cidades são Turku, Tampere, Jyväskylä, Kuopio e Oulu. À volta de um milhão de pessoas vive na área metropolitana de Helsínquia. A densidade populacional é bastante baixa, com 15,5 habitantes por quilómetro qua-

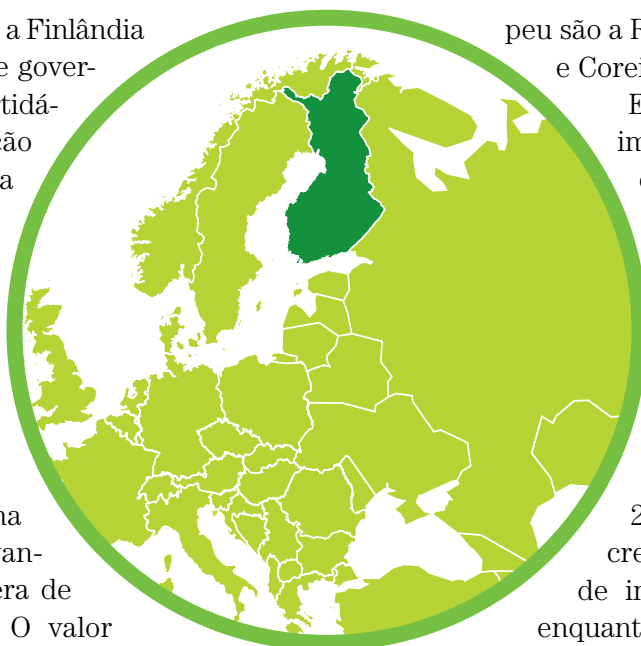
drado. Quanto às suas origens étnicas, a população é muito homogénea, apenas 2% tem origem estrangeira. A língua oficial é o Finlandês – 94% da população fala finlandês como língua mãe – e 6% Sueco.

A história da Finlândia está muito ligada aos seus países vizinhos. No século 12, os primeiros missionários da Suécia atravessaram o Mar Báltico, e a Finlândia passou a fazer parte do reino Sueco. Em 1809, a Suécia entregou a Finlândia à Rússia e em 1917 a Finlândia declarou a sua independência da Rússia. Em 1995, a Finlândia aderiu à União Europeia (UE) e em 2002, juntamente com os outros países da zona Euro, introduziu a moeda única, o Euro.

No que respeita à política, a Finlândia tem uma longa história de governos de coligação multipartidários. Após a última eleição parlamentar na Primavera de 2007, o Governo foi formado pelos maiores partidos, o Partido Central e o Partido de Coligação Nacional; os Social-Democratas são o maior partido na oposição.

A Finlândia tem uma economia industrial avançada. O PIB per capita era de 33,803 euros em 2007. O valor das exportações em 2007 foi de 65,5 mil milhões de euros, sendo o maior grupo o da electrónica, máquinas e electrodomésticos, bem como de produtos metálicos e florestais. Os países da UE representam 63% das exportações e os maiores países fora do Espaço Económico Europeu¹ são a Rússia, China, Japão e os países do Conselho de Cooperação do Golfo (CCG).

O valor das importações foi de 59,5 mil milhões de euros, dos quais 56% eram provenientes da zona da UE. Os principais países importadores fora do Espaço Económico Euro-



peu são a Rússia, China, EUA, Japão e Coreia do Sul.

Em 2007, o valor das importações dos países em desenvolvimento foi de 10,1 mil milhões de euros, ou seja, 17% de todas as importações. A taxa de crescimento de importações de países em desenvolvimento atingiu uma média de 24% por ano entre 2004 e 2007. A taxa de crescimento média do total de importações foi de 13%, enquanto que as importações na

UE cresceram em média 10% durante

o mesmo período. Nos anos vindouros, o potencial de crescimento é semelhante, dando, especialmente aos países em desenvolvimento, oportunidades altamente promissoras no que respeita o aumento do seu negócio com a Finlândia.

Mercado a retalho organizado eficazmente

O valor total do mercado a retalho finlandês é de aproximadamente 34 mil milhões de euros (2007), valor que é partilhado por 29.000 lojas a retalho. Nos últimos 10 anos, o consumo cresceu em média 3% anualmente. Do orçamento doméstico médio, a comida representa agora 12%, apesar da sua proporção estar a diminuir – os grupos de produtos em crescimento são artigos de interiores, domésticos e de saúde.

As grandes superfícies vendem anualmente um valor acima dos 6 mil milhões de euros, as lojas alimentares (incl. hipermercados) acima dos 12 mil milhões de euros, lojas especializadas em vestuário perto de 2 mil milhões de euros e lojas especializadas em artigos desportivos à volta de mil milhões de euros. As grandes cadeias dominam a maior parte dos sectores de retalho. No sector alimentar, as lojas de self-service contabilizam quase 100% do negócio nesse ramo, sendo limitado o montante de lojas especializadas em serviço de bens alimentares.





Os grupos maiores estão a expandir os seus negócios também para os países nórdicos, os países bálticos e para a Rússia, o que significa que negociar de forma bem sucedida com tais grupos retalhistas pode levar a vendas a um mercado muito mais vasto que apenas o finlandês.

Os agentes mais importantes no comércio a retalho

Nos produtos alimentares, os grandes agentes são S-Group, Kesko e Tradeka. O S-Group é uma cooperativa de consumo com uma quota de mercado de 39,9% em 2006, cuja empresa de compra e de logística é a Inex Partners. A Kesko e K-retailers são juntos o segundo maior grupo retalhista (33,4%). A Tuko Logistics que está ao serviço da Tradeka detém uma quota de 11,9% e a cadeia de discount alimentar alemã Lidl 4,1%. Cerca de 10% do mercado é ocupado por empresas menores fora das grandes cadeias.

Os três maiores estabelecimentos comerciais são S-Group (lojas de grande superfície Sokos e hipermercados Prisma), Kesko (hipermercados K-Citymarket, lojas de grande superfície Anttila, Kodin Ykkönen para artigos de casa e decoração de interiores) e Stockmann.

No sector vestuário, o mercado é dominado pelas grandes superfícies. Dentro das empresas especializadas em vestuário, as maiores são H&M, Texmoda Fashion Group, Seppälä e Lindex (as duas últimas pertencem ao grupo Stockmann).

Dentro do sector dos artigos desportivos, a Kesko com os seus comerciantes e grandes superfícies Intersport dominam o mercado.

A compra e outros apoios a lojas são organizados centralmente

Todas as grandes cadeias têm conceitos de loja restrita, mesmo que as lojas sejam geridas por empresários privados. O planeamento do espaço da loja, a compra, a logística, a classificação básica, o marketing e até as decisões na determinação dos preços são feitos na organização central. Isto facilita a vida aos fornecedores já que os parceiros de negócio nestas condições são poucos e os volumes de compra em cada cadeia podem ser centralizados. Por outro lado, conseguir que um produto seja escolhido para uma classificação básica da cadeia requer volumes maiores do que vender a apenas uma ou poucas lojas, o que coloca os pequenos fornecedores em desvantagem.

Uma parte crescente das classificações básicas de retalhistas são as suas próprias marcas, feitas em conformidade com as especificações do grupo retalhista. Tais marcas são típicas, especialmente no sector alimentar e de produtos de consumo diário, mas cresce também no sector vestuário, de têxteis para casa e de outros artigos especiais.

Uma classificação básica de uma cadeia cobre normalmente 60 a 80% das vendas, mas os reta-



lhistas membros podem escolher individualmente muitos produtos para as suas próprias classificações específicas da loja. Eles compram tais produtos principalmente de fornecedores próximos ou, no caso de produtos importados, do assim chamado classificados de armazém que a organização central oferece para este propósito. Tais fornecedores que são demasiado pequenos para servir toda a cadeia têm ainda numerosas possibilidades de vender através da classificação de armazém.

Ligações a alianças europeias

A compra é centralizada dentro de cada cadeia não só a nível nacional, mas em muitos casos ao nível europeu. A Kesko Food é um membro da AMS (Associated Marketing Services), uma aliança de compra estratégica com sede nos Países Baixos. O S-Group tem os seus próprios canais através de CoopNorden, a Tuko Logistics é um membro da United Nordic Inc., Bigs e EMD, Intersport Finland está ligado ao Intersport International etc. Tudo isto significa que algumas decisões de compra são tomadas em tais alianças de compra, e existem também marcas próprias por toda a Europa, tal como Euroshopper para os membros da AMS.

Empresas de importação ao serviço de grupos retalhistas e retalhistas individuais

Os grandes grupos retalhistas compram pelo menos metade dos artigos importados directamente aos seus fornecedores estrangeiros e assumem o reencaminhamento dos artigos e toda a burocracia de importação. Podem também comprar a estabelecimentos comerciais estrangeiros que representam vários fornecedores de pequena e média dimensão.

Além de tais parceiros estrangeiros, existem também muitas empresas de importação e agentes especializados em certos sectores, com base na Finlândia, que importam e vendem produtos a grupos retalhistas e a outros clientes. A maior



parte deles são empresas familiares relativamente pequenas e, por esse motivo, habituadas a trabalhar tanto com fornecedores pequenos como com clientes retalhistas mais pequenos. Praticamente todos estes agentes são membros da Federação de Agentes Comerciais Estrangeiros da Finlândia, uma associação de agentes, distribuidores e importadores comerciais. Na sua página da web (www.agenttiliitto.fi) pode encontrar os membros classificados por grupos de produtos. Os maiores dos 18 grupos representam vestuário e calçado; tecidos, couro e acessórios para a indústria de vestuário; e mobiliário e artigos domésticos.

Os finlandeses são parceiros de confiança

A cultura de negócio finlandesa baseia-se em ética e padrões elevados; os Finlandeses cumprem suas promessas e seguem as regras e a legislação. Eles assumem um compromisso de elevado nível de integridade, e as taxas de corrupção

e suborno têm sido sempre muito baixas. Em negociações comerciais, os finlandeses não aprovam conversas mundanas, tendem preferencialmente manter a distância e irem directamente ao assunto. São muito pontuais nas horas combinadas e muito íntegros ao lidar com questões, sendo o seu 'sim' definitivamente um 'sim', e um 'não' nunca é um 'talvez'. A sua franqueza pode às vezes ser um pouco indelicada, mas após criar o hábito, a comunicação com eles é directa e simples.

Se pretender vender produtos a parceiros finlandeses, é recomendável aprender o que eles valorizam quando negociam: negociações eficientes, propostas e termos explícitos, qualidade regular, pontualidade, bem como conformidade com a lei, contratos e outros requisitos especificados. Se os finlandeses encontrarem fornecedores de confiança, que visem entregas seguras e pontuais e ofereçam excelente relação preço/qualidade/ética, tendem a construir relações comerciais a longo prazo.



Conselhos práticos dados por compradores finlandeses

- Os consumidores finlandeses têm consciência da qualidade e estão familiarizados com alta tecnologia
- A língua oficial é o Finlandês e o Sueco, mas o Inglês é muito falado
- As informações fornecidas relativamente aos produtos e serviços de consumidores devem estar em Finlandês e Sueco ou, se aplicável, transmitidas em sinais e símbolos de instrução ou caução conhecidos mundialmente
- Todos os documentos pedidos pelo comprador devem ser anexados às facturas e guias de transporte
- Os produtos devem ser equipados com autocolantes ou etiquetas requisitadas pelo comprador
- Os códigos de barras são utilizados em todos os produtos de retalho
- No que respeita a vestuário e calçado, devem ser utilizados os tamanhos/unidades de medida finlandeses
- É recomendável utilizar as dimensões de embalagem exigidas pelo comprador
- As embalagens têm de estar em conformidade com os requisitos ambientais
- As embalagens de transporte e de comércio grossista têm de estar em conformidade com as dimensões standard
- Devido à população em pequena escala, as quantidades encomendadas são menores que para muitos outros países da UE
- A responsabilidade social na cadeia de fornecimento é altamente estimada e favorecida
- Com volumes pequenos é recomendável cooperar com outros pequenos exportadores ou trabalhar com um estabelecimento comercial ou um agente
- Exposições internacionais podem servir como um ponto de contacto útil



Conformidade com os requisitos legais

A exportação para a Finlândia está sujeita não só à legislação finlandesa, como também à da UE, o que poderá tornar as coisas complicadas. No entanto, todos os obstáculos podem ser ultrapassados após ter encontrado um cliente que esteja seriamente interessado nos seus produtos, que confie na sua qualidade e capacidade de entrega e que ache os seus preços competitivos. Como o seu cliente é, na maioria dos casos, considerado como o importador dos seus produtos, ele ou ela lhe dirá o que é exigido.

A legislação da UE determinou a elaboração de provisões respeitantes aos padrões de protecção dos consumidores, do trabalho e do ambiente. A alimentação é o grupo de produtos de maior

exigência, sendo que a legislação específica do sector em muitos produtos de especialidade é muito mais flexível. Claro que quanto mais forem cumpridos os padrões europeus no início da realização da exportação, mais fácil será vender aos clientes finlandeses e a outros clientes europeus. E quando o negócio finalmente se inicia não há escolha – os requisitos têm de ser satisfeitos.

A legislação da UE é promulgada em forma de regulamentos e directivas. Os regulamentos estão directamente em vigor como tal nos Estados Membros da UE, sendo que as directivas têm de ser transpostas em forma de legislação nacional vinculativa em cada Estado Membro. É impossível descrever nesta publicação toda



a legislação respeitante a exportações para a Finlândia. Por isso, são mencionados apenas os regulamentos essenciais, juntamente com as respectivas páginas da web para informações mais detalhadas sobre estas questões. Em qualquer caso, os direitos e as obrigações legais relevantes devem ser verificados a partir dos actos legislativos oficiais.

Segurança dos produtos

A UE possui legislação geral sobre segurança dos produtos: A directiva 2001/95/CE² proíbe a colocação no mercado de produtos que coloquem a saúde dos consumidores em risco, devido a substâncias perigosas ou fabrico pouco seguro. A directiva aplica-se a todos os produtos do mercado de consumo. Como pode ser vista como uma directiva-quadro, é completada com directivas de segurança específicas de produtos, tais como aquelas que cobrem a segurança de produtos alimentares, brinquedos, artigos para crianças, electrodomésticos, etc. As directivas CE (ou nova Abordagem)³ dão cobertura a mais de 20 grupos de produtos diferentes, o que representa um risco potencial para o cliente. O importador é responsável por ter tais produtos marcados com o símbolo CE.

Existem também muitas normas técnicas sobre os requisitos de produto. Cada Estado Membro da UE tem órgãos de normas nacionais, mas como todos as normas nacionais têm a mesma origem, o texto de normas obtido na Finlândia é válido em outros países da UE e vice-versa.

Se a produção incluir químicos, é necessário estudar a regulamentação da EU sobre químicos e seu uso seguro. A Directiva (CE 1907/2006) é chamada de REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemical substances – Registo, Avaliação, Autorização e Restrição de substâncias químicas⁴) e o seu objectivo é o de melhorar a protecção da saúde humana e do ambiente. Os produtores e importadores terão uma maior responsabilidade em gerir os riscos dos químicos e em registar informações requisitadas numa base de dados central orientada pela ECHA (European Chemicals Agency - Agência de Químicos Europeia) em Helsínquia, Finlândia.

Os produtores, importadores e distribuidores têm de cooperar para fornecer aos consumidores a informação necessária sobre a segurança do produto, através da etiquetagem ou dando ins-



truções claras de utilização. Os importadores e distribuidores necessitam de monitorizar a segurança dos produtos que estão a vender e tomar as medidas necessárias para evitar ameaças. Isto pode significar retirar o produto do mercado, informar os consumidores, recolher os produtos que já foram fornecidos aos consumidores, etc.

As autoridades de fiscalização do mercado nacional na UE estabeleceram uma rede europeia RAPEX⁵, o sistema de alerta rápido da UE para todos os produtos perigosos, excepto para alimentos, medicamentos e dispositivos médicos. A Comissão da UE publica uma síntese semanal sobre notificações da RAPEX.

Responsabilidade de produtos

A segurança dos produtos deve ser sempre controlada antes do produto entrar no mercado, de forma a evitar casos de responsabilidade de produtos. Se o consumidor conseguir provar que um produto defeituoso lhe tenha causado danos pessoais ou materiais, ele ou ela pode procurar compensação financeira em primeiro lugar por parte do distribuidor, segundo a Directiva de Responsabilidade de Produtos Europeia⁶. O distribuidor ficará então habilitado a passar a reclamação ao importador, produtor ou quem estiver em primeiro lugar na cadeia de distribuição. A directiva cobre todos os produtos industriais, mas a agricultura, por exemplo, não está incluída mas coberta por uma legislação separada.

Segurança alimentar

Como a segurança alimentar é uma questão muito importante na Europa, os produtos alimentares são governados por um extenso conjunto de regulamentos. O último quadro-geral que foi implementado em todos os Estados Membros da UE e que levou a uma completa harmonização é o Regulamento da Legislação Alimentar CE178/2002⁷. O objectivo da legislação alimentar é o de assegurar um elevado nível de protecção da vida e saúde humana, com a devida consideração pela saúde e bem-estar dos animais, pela saúde das plantas e pelo ambiente. Esta



abordagem integrada "do campo para o prato" é considerada um princípio geral para a política de segurança alimentar da UE.

Esta legislação respeitante aos produtos alimentares continuará a ser desenvolvida. Os requisitos do produto abrangem áreas como agentes contaminadores, níveis máximos de resíduos, higiene (Regulamentos de Higiene Alimentar da UE CE 852, 853 e 854/2004 e sistemas HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point)), irradiação, etiquetagem e muito mais, dependendo do produto. Por exemplo, produtos alimentares de origem animal têm de provir de um estabelecimento aprovado pela CE, em alguns casos são exigidos certificados especiais de saúde, e os muitos produtos são inspeccionados e testados na chegada, sendo necessária a sua aprovação antes de serem lançados.

Os géneros alimentícios vendidos como "orgânicos" têm de estar em conformidade com os regulamentos da UE (E CE 2092/91) e ser certificados por um órgão independente e etiquetados em conformidade com o mesmo. Os requisitos especiais para exportações de produtos orgânicos de países em desenvolvimento estão determinados no regulamento de Conselho CE 1788/2001⁸.

Acondicionamento e etiquetagem

O objectivo principal do acondicionamento é assegurar que a qualidade e a higiene originais do produto se mantenham até chegar ao consumidor. Existe também um número de requisitos legais para acondicionar e etiquetar diferentes produtos, dependendo se estão destinados ao uso industrial ou de consumo. Novamente, o propósito é o de proteger a saúde e segurança do consumidor e fornecer-lhe informações relevantes sobre os produtos.

Um grupo de directivas da UE (regulamento-quadro CE 1935/2004)⁹ especifica que materiais, tipos de plástico e cartão podem ser utilizados no acondicionamento em contacto directo com géneros alimentícios. A directiva de acondicionamento¹⁰ contém providências sobre a prevenção de resíduos de embalagem, sobre a reutilização de embalagem e sobre a recuperação e reciclagem de resíduos de embalagem – o importador é responsável pela implementação desta directiva. Existe também uma directiva sobre Nomes de Têxteis¹¹ que determina regras para a etique-

Regras gerais de etiquetagem

- Os produtos de consumo têm de ser etiquetados na(s) língua(s) nacional(ais) do país de mercado, ou – quando aplicável – com sinais ou símbolos de instrução ou caução mundialmente conhecidos
- Etiquetas e marcações têm de descrever de forma exacta o conteúdo da embalagem
- O peso e as medidas têm de estar estabelecidos no sistema métrico
- Tem de estar incluída informação sobre segurança, se aplicável
- Alguns géneros alimentícios têm de estar marcados com o país de origem
- A marca CE é obrigatória em muitos produtos

tagem obrigatória de têxteis, bem como numerosas directivas sobre etiquetagem de produtos alimentares, etiquetagem do país de origem, etc.

Demonstração de conformidade

Os importadores têm de documentar a conformidade com requisitos legais. Para produtos de baixo risco nem sempre existem requisitos específicos e uma Declaração de Conformidade do fornecedor é muitas vezes suficiente. No caso dos produtos de alto risco, as propriedades do produto podem ter de ser verificadas através da produção de relatórios de teste de laboratório ou relatórios de inspecção. Em alguns casos (por exemplo produtos orgânicos) é necessária uma certificação independente. Os requisitos respeitantes à demonstração de conformidade são determinados nas directivas e em outra legislação da UE, mas os procedimentos práticos poderão variar de país para país.

Devem ser utilizados laboratórios e órgãos de certificação europeus para relatórios de teste e certificados. A acreditação por um órgão de acreditação reconhecido internacionalmente confirma a competência da organização em questão e sublinha o valor do seu relatório de



teste ou certificado. Se as autoridades europeias não reconhecerem um determinado documento, poderá ser exigido um teste ou uma inspeção adicional aquando da chegada do produto à Europa, o que leva a atrasos e custos extra. Em alguns casos, a UE poderá enviar inspetores ao país de origem.

Direitos aduaneiros da UE

Na área de mercado único da UE não existem direitos aduaneiros sobre a venda de produtos produzidos num país europeu e vendidos a outro. A importação de produtos para a UE de um país fora da UE poderá estar sujeita a direitos aduaneiros e, em alguns casos, também a quotas de importação, apesar destas estarem frequentemente num nível mais modesto. Porém, existem acordos de comércio livre entre países que não são da UE e a UE, bem como preferências autónomas dadas pela UE. Os direitos aplicam-se frequentemente à percentagem do valor de consumo dos artigos. No caso de produtos agrícolas, poderão ser aplicados direitos específicos baseados na quantidade ou no peso ou na combinação de direitos baseados na percentagem e no peso. Uma vez que os produtos provenientes de países fora da UE tenham chegado à zona da UE e as formalidades aduaneiras tenham sido concluídas, os produtos são lançados para a circulação livre na área de mercado único.

Os países em desenvolvimento beneficiaram de tratamento preferencial da sua exportação para países desenvolvidos durante cerca de 40 anos. Um dos acordos é o SPG (Sistema de Preferências Generalizado). No regime SPG estão garantidas reduções de tarifa aos produtos importados para a UE de países em desenvolvimento. Os produtos incluídos no regime estão divididos em categoria sensível e em não sensível. Os bens industriais – com excepção dos têxteis – são essencialmente produtos não sensíveis e sujeitos a isenção de direitos. A maior parte dos produtos biológicos pertence à categoria sensível em que são aplicadas reduções de tarifa limitadas.

Para além disso, os países beneficiários do acordo de incentivo especial para o desenvol-



vimento sustentável e boa governação (SPG+) gozam de acesso à isenção de direitos aduaneiros em todos os produtos, incluindo produtos sensíveis.

As melhores condições são concedidas aos Países Menos Desenvolvidos (PMD), que recebem acesso isento de direitos e quotas para todos os produtos, com a excepção de armamento, ao abrigo do acordo Tudo Menos Armas da UE. Isto também inclui acesso isento de direitos e quotas para produtos agrícolas com algumas excepções (arroz e açúcar, que será eliminado progressivamente até ao final de 2009).

Para além destes, a UE cede igualmente preferências autónomas a Países e Territórios Ultramarinos (PTU)¹². Geralmente isso significa acesso isento de direitos aduaneiros ao mercado da UE.

Existem igualmente acordos de comércio livre entre a UE e os países ACP (ACP= Estados da África, das Caraíbas e do Pacífico) baseados nos Acordos de Parceria Económica (APE) ou acordos de acesso ao mercado temporários que precedem os APE, anteriormente conhecidos como Acordo de Cotonou. Para além disso, existem igualmente regimes de direitos preferenciais ao abrigo dos Acordos de Comércio Livre (ACL), por exemplo com o México, Chile, África do Sul e alguns países mediterrâneos (acordos Euro-Mediterrânicos).

Quando o código correcto de um produto no Sistema Harmonizado de Descrição e Codificação de Mercadorias (código HS) é conhecido, as preferências e direitos podem ser verifica-

Como beneficiar de direitos aduaneiros mais baixos

- o produto tem de ter origem num país em desenvolvimento que seja beneficiário de um dos acordos preferenciais da UE (SPG, SPG+, TMA, APE ou ACL)
- o produto tem de estar incluído na gama de produtos cobertos pelo esquema relevante
- o produto tem de cumprir as regras dos critérios de origem, complementadas por documentação satisfatória
- têm de ser utilizados diferentes certificados de origem emitidos por autoridades competentes no país de exportação: formulário A (SPG) ou certificados EUR.1 (APE e PTU)
- o transporte tem de ser directo do país de origem para a Finlândia (ou através de outro país da UE ou Suíça)
- o importador tem de reivindicar tratamento preferencial na apresentação à alfândega

das num Export Helpdesk da UE (<http://exporthelp.europa.eu>). A base de dados também pode ser pesquisada por nome de produto. Os exportadores de produtos alimentares são também aconselhados a familiarizarem-se com as regras sobre as licenças de importação e títulos (www.mavi.fi), mesmo que, normalmente, seja o comprador na Finlândia a encarregar-se desses acordos.

Regras de origem

Para beneficiar de tratamento preferencial, o produto de exportação tem de ter origem num país coberto por um acordo de comércio livre ou um acordo preferencial. Um produto é geralmente considerado como originário de um país beneficiário se for completamente obtido ou suficientemente processado nesse país. Se contiver elementos de outros países ou for processado parcialmente noutro local, as regras de origem definem a origem do produto.

Países que pertencem a determinados grupos: Associação de Nações do Sudeste Asiático (ASEAN), Associação para a Cooperação Regional do Sul da Ásia (SAARC) e Comunidade Andina (na América do Sul) têm o direito de utilizar material de outros países no seu grupo sem perderem o estatuto de país de origem. Nalguns casos, às exportações de PMD, países APE ou PTU para a UE podem ser concedidos afrouxamentos das regras de origem.

Para provar que as regras de origem são cumpridas, o exportador tem de fornecer a documentação necessária: para o tratamento SPG o certificado de origem formulário A ou uma declaração de factura para remessas mais pequenas, e para outros regimes de tratamento preferencial principalmente o certificado EUR.1 ou uma declaração de factura.

Espera-se que a Comissão da UE renove as Regras de Origem quando decidir sobre a decisão SPG para 2009-2012. Isto pode levar a mudanças no que foi explicado acima. O Export Helpdesk da UE também fornece informações sobre as regras de origem.





Normas e códigos do sector privado – uma parte inevitável do negócio actual

Grupos retalhistas finlandeses, bem como grupos semelhantes por toda a UE, têm muito interesse em salvaguardar as suas reputações. Os interessados querem saber todos os detalhes do comportamento da empresa em diferentes situações, e exercem muita pressão sobre os legisladores para produzirem mais regras e regulamentações para controlar empresas. Os média estão activos e mantêm estas questões no centro das atenções, especialmente se descobrirem alguma não-conformidade com as regras ou qualquer outro comportamento pouco ético. Adicionalmente, por exemplo, os consumidores prestam cada vez mais atenção às condições na cadeia de fornecimento, especialmente aos efeitos da produção

sobre o ambiente e o trabalho. Mesmo não sendo exigida por lei, a conformidade com as normas do sector privado é, na prática, frequentemente exigida pelas empresas privadas como pré-requisito.

A responsabilidade social das empresas é promovida

A palavra-chave é responsabilidade social das empresas, que assenta em três pilares: responsabilidade económica, ambiental e social. Em 2003-2004, a Comissão Europeia estabeleceu um grupo de trabalho, chamado “EU Multi-



stakeholder Forum on Corporate Responsibility”, de modo a reunir todos os interessados relevantes para procurar resolver a questão. O resultado destas discussões foi uma confirmação de que todas as regras necessárias já existem: leis nacionais, Directivas da UE, acordos internacionais em matéria de ambiente, convenções da OIT (Organização Internacional do Trabalho), Declaração Universal dos Direitos Humanos, Convenção sobre os Direitos da Criança, etc. O problema básico é que muitas das convenções e acordos internacionais que visam proteger o ambiente e os empregados não foram implementados eficazmente na legislação nacional de muitos países em desenvolvimento.

Normas e códigos são ferramentas úteis

O grupo de trabalho da UE decidiu estimular os negócios para fortalecerem os esforços voluntários existentes e para criarem novos. As medidas voluntárias típicas são a utilização de normas de qualidade, ambientais e sociais, e linhas de orientação para a elaboração de relatórios, bem como participação em iniciativas globais, nacionais ou sectoriais. Em muitos casos, os compradores utilizam normas como parte dos seus requisitos básicos para os fornecedores. Mesmo que não seja oficialmente exigido, um fornecedor certificado é sempre preferido em comparação a um fornecedor não-certificado. A certificação é sempre efectuada por auditores especializados e formados por um órgão neutro de certificação de normas. No que se refere a normas ISO, pode encontrar os órgãos estabelecadores de normas em www.iso.org.

Muitas empresas com experiência no comércio internacional começaram a publicar Códigos de Conduta. Estes documentos incluem normalmente os requisitos sobre as leis do trabalho e determinadas questões ambientais que as empresas exigem aos fornecedores, e expressam igualmente as regras éticas pelas quais os compradores têm de se reger quando lidam com os fornecedores. Frequentemente os Códigos são baseados em normas, uma vez que as empresas não querem desviar-se muito dos princípios aceites internacionalmente. Os Códigos também são auditáveis; frequentemente a empresa compradora fiscaliza os fornecedores, mas estas fiscalizações também podem ser deixadas a cargo de um órgão independente.

Os grupos retalhistas finlandeses, bem como indústrias que utilizem subcontratantes, estão muito satisfeitos com as normas e códigos, uma vez que estes trazem uma linguagem comum e requisitos comuns às negociações, e não existe necessidade de estabelecer regras próprias. Para os fornecedores, faz igualmente sentido evitar uma monitorização em excesso procedendo a apenas uma única auditoria, que depois é válida para todos os clientes.

Gestão da qualidade de processo

O sistema de gestão de qualidade mais comum é a norma ISO 9000 internacional – actualmente existem mais de 500000 organizações certificadas em todo o mundo. Na ISO 9000 existem requisitos que incidem sobre a gestão e organização, documentação, gestão de recursos, controlo processual e melhoramento. A implementação bem sucedida da norma melhora a qualidade do produto e do processo, a eficiência e a segurança.

Especialmente no sector alimentar, a segurança de um produto é uma questão extremamente importante em toda a cadeia. O sistema de Análise dos Perigos e Controlo de Pontos Críticos (HACCP) é, em muitos casos, um requisito legal, mas, devido à crescen-

te pressão de mercado, também é aplicado voluntariamente.

Os fornecedores alimentares também são aconselhados a familiarizarem-se com os princípios e normas da Iniciativa Global de Segurança Alimentar da responsabilidade da CIES -The Food Business Forum, uma organização global de grupos de retalhistas alimentares e da indústria alimentar. Todas as grandes empresas, juntas perfazendo 400, são membros da CIES (www.ciesnet.com).

Gestão ambiental

A segunda norma ISO mais conhecida é a norma ISO 14000 de gestão ambiental, com quase 70000 certificações. De acordo com a norma ISO 14000, as organizações têm de identificar e monitorizar os seus aspectos ambientais relevantes, desenvolver políticas e um programa ambientais, e melhorar o desempenho. Porém, não são exigidos objectivos específicos.

Todos os principais retalhistas de frutas e vegetais finlandeses aplicam o protocolo de certificação EUREPGAP como pré-requisito de compra. A iniciativa foi desenvolvida pelos maiores retalhistas europeus, e o protocolo define os elementos das boas práticas agrícolas (BPA). As normas BPA sobre sustentabilidade ambiental, económica e social são aplicadas aos processos de exploração agrícola e pós-processamento. Para além das frutas e vegetais, o EUREPGAP tem normas específicas para a alimentação, gado e café. Existem aproximadamente 65000 explorações agrícolas certificadas pelo EUREPGAP, a maioria delas situada fora da Europa. É importante observar que em 2007 a norma chamava-se GLOBALGAP.

Nalguns produtos alimentares encontrará esquemas de certificação de dimensão mais reduzida, como, por exemplo, a Rainforest Alliance (principalmente café e frutas) e UTZ CERTIFIED coffee, etc. A UE e a maioria dos outros países possuem critérios detalhados para a produção orgânica, especificando pré-requisitos para a concessão da etiqueta “orgânica” ao produtor.

Condições laborais

Uma parte cada vez mais importante da responsabilidade da empresa e da gestão da cadeia de fornecimento é o controlo da qualidade social de fornecedores. Isto é especialmente verdade em países em desenvolvimento. A qualidade social refere-se a condições de trabalho decentes, incluindo saúde e segurança, e condições de emprego justas.

Ao nível internacional, foi acordado pelas Nações Unidas e pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) que os padrões de trabalho mínimos serão implementados na legislação nacional. Os grupos de retalhistas finlandeses e as suas congéneres europeias querem garantir que os fornecedores estão em conformidade com os padrões da OIT, leis nacionais aplicáveis e regulamentações e outros requisitos previstos pela lei, os que forem mais rigorosos. Esses requisitos são uma base típica para códigos de empresas, iniciativas de qualidade social e padrões sociais. A lista de questões a serem monitorizadas é constituída pela liberdade de associação, trabalho infantil, trabalho forçado, horário laboral, compensação, discriminação, bem como saúde e segurança.

A maior iniciativa europeia sobre a qualidade social é a Business Social Compliance Initiative (BSCI), com aproximadamente 100 cadeias de retalhistas como membros, entre as quais a Kesko, Inex Partners, Intrade Partners, Stockmann e Tuko Logistics da Finlândia. A BSCI tem um manual muito exaustivo, para a indústria de processamento e produção primária, que os membros da BSCI distribuem aos fornecedores que pretendem cooperar com o esquema. O processo tem início no preenchimento de um formulário de auto-avaliação, que é praticamente similar ao questionário de auditoria e ajuda o fornecedor a implementar os ajustes necessários





antes de convidar o auditor. As auditorias da BSCI são sempre efectuadas por órgãos de certificação internacionais, e os relatórios da auditoria são inseridos numa base de dados comum no sítio da Web da BSCI, permitindo que todos os membros interessados no fornecedor vejam os resultados da auditoria e, dessa forma, evitem múltiplas auditorias.

As auditorias da BSCI não dão origem a uma certificação, porque não cobrem sistemas de gestão e documentação tão exaustivamente como as normas ISO. Se um fornecedor pretender certificar-se, o passo que se segue à aprovação da BSCI é desenvolver o sistema de gestão exigido e solicitar que o mesmo auditor efectue uma

auditoria de Social Accountability SA 8000 (Responsabilidade Social). A SA 8000 é uma norma social global desenvolvida por uma organização norte-americana chamada Social Accountability International.

No sector alimentar, a certificação Fair Trade é constituída principalmente pelas mesmas questões sociais que a SA 8000 e a BSCI, com a diferença que a certificação Fair Trade inclui requisitos ambientais e garante aos produtores um preço mínimo regular e um determinado prémio a ser utilizado para projectos de desenvolvimento social. Em 2007, cerca de 300 produtos Fair Trade diferentes foram vendidos na Finlândia por variados agentes licenciados (todas as grandes cadeias retalhistas, bem como muitas lojas mais pequenas), perfazendo um valor total de 30 milhões de euros. Para além de géneros alimentícios, a classificação Fair Trade inclui actualmente flores, cosméticos e roupas de algodão.

O consumo ético abre novos mercados

As empresas de importação finlandesas já constituíram parcerias com empresas de países em desenvolvimento. Uma empresa grossista e de importação de chá importa chá de mais de 20 países. Para evitar intermediários, esta empresa compra directamente aos países produtores de chá, e os produtos são aromatizados e embalados na sua fábrica na Finlândia. Alguns dos produtos são exportados para a Rússia, Suécia, Suíça, Bélgica e países Bálticos.

A gama de produtos da empresa inclui 11 tipos de chá produzidos em plantações na Índia e na África do Sul que receberam certificação FairTrade. A marca FairTrade num produto garante que as comunidades produtoras em países em desenvolvimento recebem um pagamento justo pelo trabalho que efectuam.

De acordo com o Director Administrativo da empresa, a certificação FairTrade abre novas oportunidades de mercado para novos produtos, porque os finlandeses valorizam e exigem métodos de produção éticos e sustentáveis.

Apesar da sua natureza ética, aplicam-se aos negócios FairTrade as mesmas regras económicas como a qualquer outro tipo de negócio. “Se a qualidade do produto não for boa, o consumidor apenas comprará o produto produzido eticamente uma vez. É por isso que, para nós, o mais

importante é o sabor do chá – o valor acrescido fornecido pelo aspecto ético não tem validade se as coisas básicas não estiverem em ordem,” explica o Director Administrativo. Esta é uma razão porque a empresa seleccionou os seus primeiros chás FairTrade entre os mesmos produtores com quem já tinham negócios.

Os produtores FairTrade são frequentemente de pequenas dimensões, e isso pode ser um desafio do ponto de vista do importador. “Se os volumes dos produtores FairTrade não satisfizerem a procura, devem unir forças ou trabalhar com um agente de exportação que também lide com produtos correntes,” afirma o Director Administrativo. Desta forma, as comunidades produtoras mais pequenas também acumulam experiência sobre questões relacionadas com a qualidade e a padronização.

“Se uma empresa pretender exportar para a Finlândia, tem de se dar a conhecer vindo até cá, por exemplo, frequentando as feiras comerciais relevantes. Outra opção é participar nas maiores feiras comerciais na Europa, e convidar os parceiros de negócios finlandeses para o evento. Fazer negócios é sempre mais fácil se se conhecer adequadamente os parceiros de negócios e os produtos disponíveis,” afirma.



Do preço de exportação para o preço de retalho

Antes de um produto estar à venda numa loja de retalho finlandesa, foram tomadas muitas medidas práticas, a maioria das quais também têm uma influência no preço de retalho final.

Condições de entrega e pagamento

Nas negociações com os fornecedores são discutidos não só o preço de exportação, mas também os termos da entrega, transporte e paga-

mento. As decisões tomadas nesse momento irão determinar sobre qual das partes recairá a responsabilidade pelos custos provenientes do carregamento e descarregamento, transporte, pagamentos de direitos, seguro, etc., e quais os custos que o fornecedor terá de adicionar ao preço de exportação.

A Incoterms 2000, desenvolvida pela Câmara de Comércio Internacional (CCI), é uma ferramenta reconhecida internacionalmente para esclarecer as responsabilidades. São geralmente aplicadas diferentes condições de entrega,



como FOB, CIF, EX-WORKS e FAS. Para obter mais informações acerca de Incoterms, consulte <http://www.iccwbo.org/incoterms>

O importador frequentemente paga o transporte e, se for novo no mercado, pode desejar informações e recomendações do fornecedor acerca das opções existentes.

Em alternativa, todas os encargos de percurso até ao destino final poderão ser suportados pelo vendedor. Seja qual for a parte a assumir a responsabilidade pelo transporte, é aconselhável utilizar os serviços de um agente de um transitário ou agência de transporte.

A entrega rápida e de confiança é da maior importância nos dias que correm. A maioria dos clientes finlandeses tem uma tolerância próxima do zero para atrasos, e falhas nesta área podem, em pouco tempo, levar ao cancelamento de encomendas e ao fim da cooperação.

No que diz respeito ao pagamento, o importador está interessado em obter as melhores condições de crédito possíveis, por oposição o exportador pretende pagamento rápido e de confiança. As condições de pagamento internacionais mais comuns e os respectivos riscos para

vendedores e compradores podem ser estudadas em www.foreign-trade.com/reference/payment.cfm, por exemplo.

Direitos aduaneiros, Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA), sobretaxas

Como explicado na página 13, as exportações para Estados Membros da UE estão sujeitas a direitos aduaneiros, com algumas exceções, especialmente dos PMD. A taxa de direitos varia habitualmente entre 5 a 14% para produtos industriais. Para produtos agrícolas o sistema é um pouco mais complicado.

Os direitos são cobrados quando o produto entra no país. Ao contabilizar os direitos, os custos de transporte para a UE são contabilizados no preço de importação. Outro custo na fronteira é o Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA), que na Finlândia é de 17% para produtos alimentares e 22% para outros produtos. Antes de contabilizar o IVA de um produto importado, os direitos, possíveis sobretaxas e transporte para o destino são adicionados ao preço de importação. Os importadores, grossistas e retalhistas pagam IVA sobre o respectivo valor que adicionam ao preço.

Na Finlândia existem igualmente sobretaxas sobre alguns produtos, como o álcool e o tabaco. Estes impostos podem ser ainda mais elevados que o IVA.



Margens comerciais

O preço retalhista final pago pelos consumidores depende do número de intermediários na cadeia do produto, do tipo de produto e mercado, e da situação competitiva.

Actualmente, os retalhistas finlandeses tendem a reduzir o número de intermediários para manterem os preços mais baixos. Por isso, muitos grupos retalhistas de grandes dimensões contornam os grossistas e compram directamente aos importadores, ou contornam também os importadores separados e, em vez disso, importam eles próprios directamente dos fornecedores. Tal como explicado na página 5, o mercado finlandês desenvolveu-se muito no sentido da integração do comércio grossista e retalhista, o que faz baixar os custos e melhora a competitividade.

As margens retalhistas típicas são de 30 a 40% do preço de venda em produto de especialidade, como roupas, têxteis para casa, calçado, artigos desportivos, etc., e 20 e 30% em géneros alimentícios e outros produtos de consumo diários.



Um exemplo de determinação de preços

Preço de exportação do fornecedor (FOB) + frete, seguro, etc. 15,00	100,00
Preço CIF na fronteira finlandesa + direito aduaneiro (normalmente 5 a 14%)	115,00 15,00
Custo desembarcado	130,00
Margem do grupo retalhista (importação própria) + margem de 40% do preço de retalho	86,67
Preço de retalho (excluindo IVA) + IVA 22% 47,67	216,67
Preço de venda ao consumidor	264,34

¹ O Acordo que cria o Espaço Económico Europeu cobre Noruega, Islândia e Liechtenstein, para além da UE.

² http://ec.europa.eu/consumers/safety/prod_legisl/index_en.htm

³ ec.europa.eu/enterprise/newapproach/

⁴ ec.europa.eu/environment/chemicals/

⁵ ec.europa.eu/consumers/safety/

⁶ ec.europa.eu/enterprise/regulation/goods/liability_en.htm

⁷ ec.europa.eu/food/food/

⁸ <http://eur-lex.europa.eu/en/index.htm>

⁹ http://ec.europa.eu/food/food/chemicalsafety/foodcontact/eu_legisl_en.htm

¹⁰ ec.europa.eu/environment/waste/

¹¹ ec.europa.eu/enterprise/textile/

¹² Os 21 países e territórios ultramarinos (PTU) pertencem a quatro Estados Membros da UE: Dinamarca, França, Países Baixos e Reino Unido. Para mais informações, consulte <http://europa.eu/scadplus/leg/en/s05034.htm>

Mais informações

O Ministério dos Negócios Estrangeiros promove importações para a Finlândia de acordo com o Programa de Políticas de Desenvolvimento do Governo Finlandês (2007) e o Programa de Políticas de Comércio do Governo (2005). Isto acontece através da tomada de medidas com vista a remover obstáculos ao comércio, e através do fornecimento de serviços de informação. A capacidade comercial dos países em desenvolvimento é fortalecida através da alocação de recursos da cooperação para o desenvolvimento para vários fins. O Ministério recebe com prazer relatórios sobre as restrições ao comércio encontradas por importadores e exportadores.

Ministry for Foreign Affairs
Department for External Economic Relations
Unit for Market Access
tradebarrier@formin.fi
Tel. +358 9 160 55524
Fax +358 9.160 55599
<http://formin.finland.fi/tradepolicy/importpolicy>
(acesso a um formulário electrónico para notificações sobre restrições ao comércio)

Pode igualmente contactar a **embaixada finlandesa** no seu país. Uma lista de todas as embaixadas está disponível em:
<http://formin.finland.fi/embassies>

Finnpartnership é um programa de parceria empresarial finlandês que proporciona às empresas finlandesas um portal para iniciar actividades comercialmente viáveis em cooperação com intervenientes de países em desenvolvimento.

Finnpartnership – Finnish Business Partnership Programme
P.O.Box 391 (Uudenmaankatu 16 B)
FI-00121 Helsinki, Finland
Tel. +358 9 3484 3314
Fax +358 9 3484 3346
www.finnpartnership.fi

A **Finpro** e a sua rede global de 50 “Finland Trade Centers” em mais de 40 países fornecem serviços de contacto empresariais para empresas estrangeiras em todo o mundo, serviços de call center e informações sobre exportadores finlandeses na Internet.

P.O.Box 358, FI-00181 Helsinki, Finland
Tel. +358 204 6951, Fax +358 204 695 200
info@finpro.fi, www.finpro.fi

Association for Promoting Fairtrade in Finland (Associação para a promoção de comércio justo na Finlândia)

Paasivuorenkatu 2 A
FI-00530 Helsinki, Finland
Tel. +358 9 5658 680
Fax +358 9 5658 6850
www.reilukauppa.fi

Confederation of Finnish Industries EK

P.O.Box 30 (Eteläranta 10)
FI-00121 Helsinki, Finland
Tel. +358 9 42020
Fax +358 9 4202 2299
www.ek.fi/www/en/

Federation of Finnish Commerce

P.O.Box 340 (Eteläranta 10)
FI-00121 Helsinki, Finland
Tel. +358 9 172 850
Fax +358 9 1728 5120
www.suomenkauppa.fi/www/en

A **National Board of Customs** fornece informações sobre requisitos detalhados relacionados com importações.

National Board of Customs
Customs Information Service
P.O.Box 512 (Errottajankatu 15-17 A)
FI-00101 Helsinki
Tel. +358 20 690 600
Fax +358 20 492 1812
www.tulli.fi

O **Export Helpdesk** é um serviço online, fornecido pela Comissão Europeia. Este serviço único gratuito e de fácil utilização fornece informações relevantes exigidas por exportadores de países em desenvolvimento interessados em fornecer para o mercado europeu.
<http://exporthelp.europa.eu>

O **Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries** (CBI) oferece informações de mercado sobre o mercado da UE, bem como formação para organizações de países em desenvolvimento.
www.cbi.eu

Outras fontes de informações úteis:

- The Finnish Foreign Trade Agents Federation
www.agenttiliitto.fi

Legislação europeia

- Segurança dos produtos + RAPEX
ec.europa.eu/consumers/safety/
- Directivas CE
ec.europa.eu/enterprise/newapproach/
- REACH (químicos)
ec.europa.eu/environment/chemicals/
- Responsabilidade de produtos
ec.europa.eu/enterprise/regulation/goods/liability_en.htm
- Regulamento da Legislação Alimentar
ec.europa.eu/food/food/

- Directiva de acondicionamento
ec.europa.eu/environment/waste/
- Directivas sobre têxteis
ec.europa.eu/enterprise/textile/
- Toda a legislação
eur-lex.europa.eu/en/index.htm
- Acordos SPG (incl. SPG+, PMD)
ec.europa.eu/trade/issues/global/gsp/index_en.htm
- Licenças de importação de alimentos
www.mavi.fi
- Controlo fronteiriço veterinário
http://ec.europa.eu/food/animal/bips/index_en.htm

Normas e códigos

- International Organization for Standardization (Organização Internacional para Padronização)
www.iso.org
- SA 8000
www.sa-intl.org
- BSCI audits (Auditorias BSCI)
www.bsci-eu.org
- EUREPGAP/GLOBALGAP
www.globalgap.org
- Incoterms
www.iccwbo.org
- Condições de pagamento
www.foreign-trade.com/reference/payment.cfm
- CIES – The Food Business Forum
www.ciesnet.com

As informações contidas nesta publicação foram verificadas e estavam correctas na altura da publicação. Uma vez que existem muitos detalhes e regulamentos associados à exportação para a Finlândia e outros países da UE, apresentar informações exaustivas e actualizadas é impossível num espaço tão limitado. Por esse motivo, os autores e editores não se responsabilizarão pelas informações contidas nesta publicação, mas o leitor é aconselhado a verificar sempre todos os detalhes que dizem respeito ao caso presente.

Esta publicação foi financiada pelo Ministério dos Negócios Estrangeiros e pelo Finnpartnership, e preparada em parceria com a Federation of Finnish Commerce e a Fair Trade Finland.



Finnpartnership



SUOMEN KAUPAN LIITTO

**Ministry for Foreign Affairs of Finland
Development Policy Information Unit**

Endereço: Kanavakatu 4 a, 00160 Helsinki

Endereço postal: Box 176, 00161 Helsinki

Telefone: + 358 9 1605 6370

Fax: + 358 9 1605 6375

Central telefónica: + 358 9 16005

Endereço de e-mail: keoinfo@formin.fi

Internet: <http://formin.finland.fi>



**MINISTÉRIO DOS NEGÓCIOS
ESTRANGEIROS DA FINLÂNDIA**