

Mercados

informação de negócios



EUA Guia Prático de Acesso ao Mercado

Agosto 2013



aicep Portugal Global

Índice

1. Apresentação do País	3
1.1. Características Gerais	4
1.2. Principais Indicadores Macroeconómicos	5
1.3. Infraestruturas	5
1.4. Outros Indicadores	5
2. Preparação de Viagem	5
2.1. Formalidades de Entrada no País	5
2.2. Viajar para o País	6
2.3. Hora Local	6
2.4. Meios de Pagamento	6
2.5. Horários de Funcionamento	7
2.6. Férias e Feriados	7
2.7. Meios de Transporte Internos	7
2.7.1. Transporte Aéreo	7
2.7.2. Transporte Rodoviário	8
2.7.3. Transporte Ferroviário	9
2.7.4. Transportes Públicos	9
2.7.5. Táxis	9
2.7.6. Aluguer de Viaturas	10
2.8. Alojamento	11
2.9. Corrente Elétrica	11
2.10. Pesos e Medidas	11
3. Aspetos a Considerar no Destino	12
3.1. Línguas Utilizadas	12
3.2. Segurança	12
3.3. Cuidados Médicos	13
3.4. Telecomunicações	14
3.5. Telefones Úteis	15
3.6. Restaurantes	15
3.7. Lugares para Visitar e Serviços Disponíveis	16
4. Recomendações para Negociar com o Mercado	17
5. Principais Feiras	19
6. Endereços Úteis	22

1. Apresentação do País

1.1. Características Gerais



Fonte: Nationalatlas.gov

Área:	9.161.966 km ² de superfície terrestre 664.709 km ² de superfície marítima
Clima:	Sudoeste - quente desértico Sudeste - quente, húmido, subtropical Centro-norte/Centro-oeste/NewEngland - húmido, continental Planícies do Sul/Costa do Atlântico/Planícies Centrais - húmido temperado Noroeste Pacífico - oceânico temperado
Recursos naturais:	Petróleo, gás natural, carvão, madeira, minérios
População:	316.348.000 habitantes (est. 2013)
Densidade populacional:	34,5 hab./km ² (est. 2013)
Estrutura etária:	00-14 anos: 20,0% (m. 32.344.207/f. 31.006.688) 15-24 anos: 13,7% (m. 22.082.128/f. 21.157.025) 25-54 anos: 40,2% (m. 63.802.736/f. 63.581.749) 55-64 anos: 12,3% (m. 18.699.338/f. 20.097.791) => 65 anos: 13,9% (m. 19.122.853/f. 24.774.052)

Esperança de vida:	Mulheres 81 anos; Homens 76 anos (est. 2013)
Designação oficial:	Estados Unidos da América (EUA)
Chefe do Estado/Presidente:	Barack H. Obama
Vice-Presidente:	Joseph R. Biden
Data da atual constituição:	17 de setembro de 1787 (adotada em 4 de março de 1789)
Principais partidos políticos:	Partido Democrata e Partido Republicano
Capital:	Washington, D.C. (5.703.948 hab.)
Outras cidades importantes:	Nova Iorque (18.897.109), <i>Los Angeles</i> (12.828.837), Chicago (9.461.105), <i>Dallas</i> (6.145.037), Filadélfia (7.129.428), <i>Houston</i> (6.371.677), Miami (6.375.434) e Atlanta (6.092.295) (est. 2012)
Religião:	Protestante - 51,3%, Católica - 23,9%, Mórmon – 1,7%, Judia – 1,7%, Budista – 0,7% e Muçulmana - 0.6%
Língua oficial:	Os EUA não decretaram, a nível oficial, uma língua. A língua utilizada é o inglês, predominando também Espanhol em algumas zonas geográficas
Unidade monetária:	Dólar dos EUA (USD)

Fontes: *US Census, US Gov*

1.2. Principais indicadores Macroeconómicos

PIB:	15,9 biliões de USD (10 ¹² ; est. 2012)
Crescimento do PIB:	2,2% (est. 2012)
PIB <i>per capita</i> :	50.700 USD (est. 2012)
PIB por principais regiões:	Califórnia 2.003.479 milhões USD (2012) Texas: 1.397.369 milhões USD (2012) Nova Iorque: 1.205.930 milhões USD (2012)
PIB por setores de atividade:	Agricultura: 1,2% (est. 2012) Indústria: 19,1% (est. 2012) Serviços: 79,7% (est. 2012)
Exportações:	2,1 biliões de USD (10 ¹² ; 2012)
Exportações para Portugal:	1.096.100 de USD (2012)
Importações:	2,6 biliões de USD (10 ¹² ; 2012)
Importações de Portugal:	2.609.800 de USD (2012)
Taxa de inflação:	2,1% (est. 2012)

Taxa de desemprego:	8,2% (est. 2012)
Taxa de financ. interbancária:	0,09% (<i>Federal Funds Rate</i> , agosto 2013)
	3,25% (<i>Commercial Banks Rate</i> , agosto 2013)

Fontes: *U S Department of Commerce, US Census Bureau, Bureau of Economic Analysis, Federal Reserve*

1.3. Infraestruturas

Infraestruturas rodoviárias:	6.506.204 km
Infraestruturas ferroviárias:	224.792 km
Aeroportos nac./internacionais:	13.513 (2013) Heliportos: 5.287 (2013)
	Principais aeroportos: Chicago, Atlanta, <i>Los Angeles</i> , Dalas, Denver, Nova Iorque e São Francisco
Portos marítimos:	149
	<u>Carga</u> (Tonelagem): <i>Baton Rouge, Corpus Christi, Hampton Roads, Houston, Long Beach, Los Angeles, Nova Orlães, New York, Plaquemines, Tampa, Texas City</i>
	<u>Contentores</u> : (TEU's): <i>Los Angeles, Long Beach, Nova Iorque/New Jersey, Oakland, Savannah, Hampton Roads</i>
	<u>Cruzeiros/Passageiros</u> : <i>Miami, Port Everglades, Port Canaveral, Seattle, Long Beach</i>

Fontes: *US Department of Transportation, CIA The World Factbook*

1.4. Outros Indicadores

Linhas telefónicas:	146 milhões (2011)
Utilizadores de telemóveis:	290 milhões (2011)
Utilizadores de internet:	242.614.880 (2011)
Utilizadores de TV paga:	104 milhões (2012)

Fontes: *NTIA, CIA World Factbook*

2. Preparação da Viagem

2.1. Formalidades de Entrada no País

Os cidadãos portugueses que pretendam deslocar-se aos Estados Unidos da América para visitas de negócios ou turismo, têm de ser portadores de um passaporte válido. As estadias com duração igual ou inferior a 90 dias, não necessitam de visto. No entanto é obrigatório o

preenchimento do ESTA - Sistema Eletrónico para Autorização de Viagem. Para obter esta autorização, requerida e obtida até três dias antes da viagem, deverá ser preenchido o respetivo formulário no [site do Sistema Eletrónico de Autorização de Viagens](https://esta.cbp.dhs.gov/esta/). (<https://esta.cbp.dhs.gov/esta/>).

2.2. Viajar para o País

Existem ligações diretas diárias entre os aeroportos de Lisboa, Porto e São Miguel e Nova Iorque/*Newark*, *Boston* e Miami operadas pelas transportadoras TAP, SATA, *US Airways*, *American* e *United Airlines*.

2.3. Hora Local

Existem seis fusos horários nos EUA: *Eastern*, *Central*, *Mountain*, *Pacific*, *Alaska* e *Hawai*. A diferença horária entre Nova Iorque e Lisboa é de 5 horas, e entre San Francisco e Lisboa é de 8 horas. Para informação adicional consultar o seguinte *site*: <http://www.time.gov/> .

2.4. Meios de Pagamento

A moeda local é o dólar americano. A utilização de cartão de débito ou crédito (Visa, Mastercard, AMEX, Discover) e *traveler's check* são outros métodos usados para pagamentos. As transações estão sujeitas a um imposto (*sale tax*) de valor variável conforme o Estado/municipalidade, pago pelo consumidor, e aplicado na transação do produto ou serviço.

Os principais métodos de pagamento utilizados em transações internacionais são:

- *Cash in advance* – que pode ser na forma de transferência bancária ou através de cheque, normalmente em dólares;
- *Letter of Credit L/C* – carta de crédito subscrita pelo banco do comprador, revogável ou não;
- *Documentary Collection ou Draft* – crédito documentário, saque à vista ou a prazo;
- *Open account* – conta aberta com pagamentos feitos em determinadas datas e com termos acordados.

Outros métodos:

- *Consignment* – à consignação;
- *C.O.D.* – *Cash on Delivery*, pagamento contra entrega da mercadoria;
- *Credit card* – cartão de crédito;
- *Countertrade and Barter* – permuta de serviços ou de mercadorias.

2.5. Horários de Funcionamento

Os horários de funcionamento variam conforme o setor (retalho, serviços banca, etc.), o Estado e até a municipalidade. Na generalidade, são os seguintes:

Serviços públicos:	09:00h-17:00h;
Banca:	08:30h-15:00h;
Centros comerciais:	10:00h-21:30h;
Retalho:	10:00h-19:00h;
Supermercados:	07:00h-24:00h (alguns estão abertos 24 horas).

2.6. Férias e Feriados

O número de dias de férias não é igual para toda a população, variando grandemente conforme os contractos estabelecidos individualmente com o empregado ou negociados com os sindicatos. Dependendo da cada situação, as férias podem variar entre uma semana e seis semanas por ano. Os feriados e outras situações podem também ser negociados.

O Governo federal determina os feriados para os funcionários federais, e cada Estado pode estabelecer também os seus próprios feriados.

Feriados Federais - Datas Fixas

- Ano Novo: 1 janeiro;
- *Independence Day*: 4 julho;
- *Veterans Day*: 11 novembro;
- Natal: 25 dezembro.

Feriados Federais - Datas Móveis:

- *Martin Luther King Jr.*: terceira segunda-feira de janeiro;
- *Presidents Day*: terceira segunda-feira de fevereiro;
- *Memorial Day*: última segunda-feira de maio;
- *Labor Day*: primeira segunda-feira de setembro;
- *Colombo's Day*: segunda segunda-feira de outubro;
- *Thanksgiving Day*: quarta quinta-feira de novembro.

2.7. Meios de Transporte Internos

2.7.1. Transporte Aéreo

Viajar de avião é o método preferido pelos americanos para cobrir longas distâncias nos EUA. O país está coberto por uma boa rede de ligações aéreas, internas e internacionais.

Desde setembro de 2001 que a vigilância nos aeroportos é bastante apertada, mesmo em viagens internas. Na maioria dos casos, é pedido aos passageiros para tirarem os sapatos, casacos, cintos, artigos de adorno, etc. Equipamento eletrónico, como *laptop* e telefones, são inspecionados separadamente. Passageiros e bagagem podem ser também selecionados para inspeções.

Principais Sites para Reservas Online

<i>Expedia</i>	http://www.expedia.com
<i>Hotwire</i>	http://www.hotwire.com
<i>Orbitz</i>	http://www.orbitz.com
<i>Priceline</i>	http://www.priceline.co

Principais Companhias Aéreas Internas

<i>AirTran Airways</i>	http://www.airtran.com
<i>Alaska Airlines</i>	http://www.alaskaair.com
<i>American Airlines</i>	http://www.aa.com
<i>Delta Airlines</i>	http://www.delta.com
<i>JetBlue Airways</i>	http://www.jetblue.com
<i>Southwest Airlines</i>	http://www.southwest.com
<i>United Airlines</i>	http://www.united.com
<i>US Airways</i>	http://www.usairways.com

2.7.2. Transporte Rodoviário

Os EUA possuem uma boa rede rodoviária. Uma grande parte das autoestradas, pontes e túneis, estão sujeitas ao pagamento de portagens, que são na sua generalidade elevadas.

Os limites de velocidade máxima são estabelecidos pelos Estados tendo em consideração o tipo de estrada e as condições do terreno, variando entre 55 e as 75 milhas por hora. Alguns Estados também têm limites de velocidade mínima.

O controlo de velocidade, dependendo do Estado e tipo de estrada, pode ser visível ou não. Em zonas menos populosas, não é estranho efetuarem-se grandes percursos sem se encontrarem patrulhas de polícia. As multas são muito elevadas.

Empresas que Operam Linhas de Autocarros

<i>Coach US</i>	http://www.coachusa.com
<i>Greyhound</i>	http://www.greyhound.com
<i>Megabus</i>	http://www.megabus.com
<i>Peter Pan</i>	http://www.megabus.com

2.7.3. Transporte Ferroviário

A Amtrak (<http://www.amtrak.com>) é a empresa ferroviária nacional mais importante e cuja rede abrange a totalidade do território nacional. A utilização de transporte ferroviário para cobertura de longas distâncias não é popular nos EUA, dada a vastidão do país e as enormes distâncias entre as cidades.

Existem ainda dezenas de empresas ferroviárias a operarem localmente e que são da responsabilidade de entidades oficiais locais. As principais redes ferroviárias, por número de utilizadores, são as de Nova Iorque, Chicago, Filadélfia, *Boston*, São Francisco, *Los Angeles*, e *Miami*, entre outras.

2.7.4. Transportes Públicos

As cidades mais importantes nos EUA providenciam diferentes tipos de transporte público, como sendo as redes de autocarros, táxis, comboios e metropolitano. Porém, na maioria das áreas suburbanas o sistema é deficiente, pelo que a população utiliza transporte próprio, na maioria dos casos.

Muitos transportes públicos locais (autocarro, metro, *ferry*) requerem compra de bilhete antes do embarque, ou *exact change* quando adquirido junto do condutor. Aconselha-se a consulta dos mapas publicados pela empresa transportadora, que providencia informação no que se refere aos horários, preços e itinerários.

2.7.5. Táxis

Com exceção das grandes cidades e nos aeroportos, não se encontram táxis (*cab*) estacionados na rua, sendo necessário telefonar para uma central de táxis. Quando se entra no táxi, o taxímetro apresenta a bandeirada inicial, mas há que ter em atenção que podem existir outros custos adicionais, tais como portagens, bagagem extra, taxa de aeroporto, etc. Em Nova Iorque, por exemplo, a bandeirada começa normalmente em 2,50 USD, e entre 1,50 a 2 USD por cada milha percorrida. Nas grandes cidades é possível efetuar o pagamento com cartão de crédito.

Serviço de Táxis e Limusinas

<i>Anchor Limousine Service</i>	www.anchorlimo.com
<i>Titanium Limousine</i>	www.titaniumLimo.com
<i>Dial 7 Car Limousine</i>	www.dial7.com
<i>Carmel Limousine Service</i>	www.carmellimo.com

2.7.6. Aluguer de Viaturas

A maioria das empresas de aluguer de viaturas nos EUA tem agências nos aeroportos, dentro das cidades e em hotéis. O sistema de reservas é idêntico ao praticado noutros países e as reservas podem ser feitas via internet ou telefone.

Principais Empresas de Aluguer de Viaturas

<i>Álamo</i>	https://www.alamo.com
<i>Avis</i>	http://www.avis.com
<i>Budget</i>	http://www.budget.com
<i>Dollar</i>	http://www.dollar.com
<i>Enterprise</i>	http://www.enterprise.com
<i>Hertz</i>	https://www.hertz.com
<i>National</i>	https://www.nationalcar.com
<i>Thrifty</i>	http://www.thrifty.com

É necessário carta de condução válida e um cartão de crédito. Normalmente a idade mínima requerida para alugar um carro é de 25 anos, embora em certas circunstâncias as empresas aceitem os 21 anos. Embora possa não vir a ser necessário, recomenda-se a obtenção no país de origem do documento *International Driving Permit*, a ser fornecido pela entidade que emitiu a carta de condução ou pela associação nacional de automobilistas (Automóvel Clube de Portugal).

É aconselhável adquirir um seguro (*liability insurance* ou *comprehensive insurance*). Convém certificar-se se o cartão de crédito usado providencia este tipo de seguro, não havendo assim necessidade de incorrer em custos adicionais.

Chama-se ainda a atenção para as regras de condução e limites de velocidade, que podem variar, quando em viagem em Estados diferentes. Alguns Estados não permitem que seja o condutor a encher o depósito da gasolina.

Notar ainda que a maioria dos carros nos EUA é de mudanças automáticas.

Para informação adicional sobre os aspetos a ter em consideração na condução nos EUA, consultar: <http://www.usa.gov/Topics/Foreign-Visitors-Driving.shtml>.

2.8. Alojamento

A importância do turismo nos EUA exerce um forte impacto sobre a sua indústria hoteleira. O setor conta com mais de 52.000 estabelecimentos e cerca de 4,9 milhões de quartos.

O preço médio por quarto foi, em 2011, de 101,70 USD/dia, mas os preços nas cidades mais importantes como Nova Iorque, Chicago ou São Francisco é consideravelmente superior.

Principais Cadeias Hoteleiras

Best Western	http://www.bestwestern.com
Comfort Inn	http://www.comfortinn.com
Crown Plaza	http://www.crowneplaza.com
Holiday Inn	http://www.holidayinn.com
Hilton	http://www3.hilton.com
Marriott	http://www.marriott.com
Hyatt	http://www.hyatt.com
Radisson	http://www.radisson.com

2.9. Corrente Elétrica

O sistema de corrente elétrica nos EUA é de 110 volts e 60 Hz. A ficha elétrica é diferente da portuguesa, pelo que convém adquirir um adaptador dado que a maioria do equipamento eletrónico funciona em ambos os sistemas de corrente (110V/60Hz ou 220V/60Hz).

O sistema de televisão é NTSC (*National Television System Committee*).

2.10. Pesos e Medidas

Os EUA são um dos poucos países que não adotaram o sistema métrico, continuando a usar o sistema de pesos e medidas designado por *US Customary Units*. Porém, existem indústrias e setores que usam o sistema métrico, como sejam a medicina, a ciência e o próprio Governo americano, incluindo as Forças Armadas.

Exemplos de Equivalências

1 inch (in)	2.54 cm
1 foot (ft)	0.304 m
1 yard (yd)	0.914 m
1 mile (mi)	1.6 km
1 ounce (oz)	28.3g
1 pound (lb)	453.5 g
1 gallon (gl)	3.78 l
1 pint (pt)	0.473 l
1 quart (qt)	0.946 l

Tabela de conversão de temperatura:

$$\text{Número de graus Fahrenheit} = (\text{C}^{\circ} \times 9/5) + 32$$

$$\text{Número de graus Celcius} = (\text{F}^{\circ} \times 5/9) - 32$$

3. Aspetos a Considerar no Destino

3.1. Línguas Utilizadas

Os EUA não têm, a nível federal, uma língua nacional, embora o Inglês seja o idioma utilizado no país. Uma percentagem significativa da população também fala espanhol.

3.2. Segurança

Depois do 11 de setembro de 2001, as medidas de segurança no país foram redobradas e as entidades oficiais estão constantemente a apelar para a vigilância e intervenção da população.

Viajar nos EUA é seguro. Todas as cidades têm áreas boas e más, e especialmente os grandes centros urbanos podem apresentar alguns desafios em termos de segurança, pelo que o uso de bom senso e precaução é sempre de acautelar. Nova Iorque, por exemplo, é uma cidade perfeitamente segura onde os visitantes se devem sentir à vontade.

No aeroporto, deve evitar convites de transporte não identificado, designados normalmente por “gypsy cabs”. Recomenda-se que mantenha a bagagem permanentemente em seu poder. No hotel, deve guardar valores no cofre e identificar sempre a pessoa que bate à

porta do quarto. Na cidade, deve transportar o mínimo de dinheiro, preferindo a utilização de cartão de crédito, e nunca deve ter em sua posse documentos oficiais, usando em seu lugar, por exemplo, uma fotocópia do passaporte.

Em caso de urgência o número de telefone a usar é o 911.

3.3 Cuidados Médicos

A maioria esmagadora dos hospitais e clínicas nos EUA são privados e como tal a assistência médica é muito cara.

Principais Clínicas e Hospitais Privados em Nova Iorque

<i>Beth Israel Medical Center</i>	Tel: 212-420 2000	10 Nathan D. Perlman Place New York, NY 10003
<i>Memorial Sloan-Kettering Cancer Center</i>	Tel: 212-639 2000	1275 York Avenue (New York, NY 10065)
<i>Mount Sinai Medical Center</i>	Tel: 212-241 6500	One Gustave L. Levy Place New York, NY 10029-6574
<i>Bellevue Hospital Center</i>	Tel: 212-562 4141	462 1st Ave, New York, NY 10016
<i>MedRite Urgent Care</i>	-/-	http://www.medriteurgentcare.com
<i>CityMD Urgent Care</i>	-/-	http://citymd.reachlocal.net
<i>DR Walk-in Medical Care</i>	-/-	http://www.drwalkin.com

Todos os visitantes deverão adquirir seguro temporário de saúde (*visitors short term medical insurance*). O seguro comprado no país de origem, é mais barato do que o adquirido junto da empresa americana. No entanto, o seguro americano permite um processo mais simplificado e rápido.

As condições da apólice do seguro deverão estar claramente entendidas a fim de evitar problemas futuros. No caso em que o seguro é comprado no próprio país, as despesas são pagas na totalidade pelo utente e reembolsadas posteriormente no país de origem. No caso de o seguro ter sido comprado a empresa americana, a maioria dos médicos (*physicians*) exige a apresentação do cartão do seguro, identificação pessoal, e a conta será enviada diretamente à empresa seguradora local, sendo que o paciente deverá pagar somente a sua participação, que pode variar entre 10 e 50,00 USD.

O recurso a serviço de emergência no hospital (ER) deve ser restrito a casos de comprovada urgência e necessidade, uma vez que os custos são elevados. Quando admitido na sala de

urgências, são feitos bastantes testes e mesmo que exista seguro de saúde, a participação do paciente acaba por ser muito elevada, atingindo facilmente a ordem dos milhares de dólares.

A secção de farmácia das *drugstores* aviam receitas médicas prescritas exclusivamente por um médico, e a grande maioria só aceita prescrições escritas nos EUA. Medicamentos considerados *over the counter* não necessitam de receita médica. O farmacêutico poderá orientar unicamente sobre medicamentos *over the counter*, mas nenhum outro empregado pode dispensar qualquer conselho médico.

Em caso de urgência o número de telefone a usar é o 911.

3.4 Telecomunicações

Se possuir telemóvel, antes do embarque, deverá ser contactada a empresa de telecomunicações em Portugal, à qual deverá ser comunicada a intenção de viajar e solicitar informação sobre os procedimentos necessários para utilização do telemóvel nos EUA, tais como modo de ligação, *roaming*, tarifas internacionais via telemóvel ou telefone de rede fixa.

Convém obter informação sobre os métodos mais convenientes e económicos, seja através dos serviços de telemóvel ou de internet, ou aquisição de cartão (*international calling card*) que é normalmente mais barato.

Para qualquer chamada internacional a partir dos EUA deverá ser usado 011 + código do país que no caso de Portugal é 351.

As principais operadoras de telecomunicações a operar nos EUA são as seguintes:

Telemóveis

<i>AT&T Mobility</i>	www.wireless.att.com/learn/international/long-distance/in-the-us.jsp
<i>MetroPCS</i>	www.metropcs.com/rates/findrate.aspx www.metropcs.com/products/world/
<i>Sprint Nextel</i>	shop.sprint.com/en/services/worldwide/ratesfromus.shtml
<i>T-Mobile</i>	www.t-mobile.com/International/LongDistanceOverview.aspx
<i>US Cellular</i>	www.uscellular.com/uscellular/common/common.jsp?path=/services/international/countries.html
<i>Verizon Wireless</i>	b2b.vzw.com/international/inside_us.html

VoIP e Outros

<i>Google Voice</i>	www.google.com/googlevoice/about.html International Rates: https://www.google.com/voice/rates
<i>Skype</i>	www.skype.com/intl/en-us/home International Rates: www.skype.com/intl/en-us/prices/payg-rates
<i>Vonage</i>	www.vonage.com/ International rates: www.vonage.com/international_perminute_rates/?lid=sub_nav_international_rates&refer_id=WEBSR0706010001W1

Cartões Pré-pagos (*International prepaid calling cards*)

<i>STI Prepaid</i>	http://www.stiprepaid.com
<i>Union Telecard</i>	http://www.uniontelecard.com/phonecards

3.5 Telefones Úteis

Em caso de situações com caráter de urgência, e em qualquer parte do país, deverá ser marcado **911**.

Para aceder a um Diretório telefónico deve marcar o código da área onde se encontra + 555 1212.

3.6 Restaurantes

A oferta de restaurantes e tipos de cozinha nas cidades mais importantes é enorme, com vários estilos internacionais, mas nas áreas suburbanas ou do interior do país, é mais limitada.

A “gorjeta” (*tip*), que conforme o tipo de restaurante pode variar entre 10% e 20% do valor da refeição, é um comportamento estabelecido e institucionalizado na sociedade dos EUA.

A não ser por razões profissionais ou especiais, o americano não perde muito tempo com o almoço e o jantar nunca acontece a horas tardias, ocorrendo normalmente entre as 18:00h e as 20:00h.

Indicam-se de seguida algumas das muitas publicações onde se pode encontrar informação sobre restaurantes.

Publicações sobre Restaurantes

<i>ZAGAT</i>	www.zagat.com
<i>Michelin Guide</i>	http://www.viamichelin.com/web/Restaurants
<i>The US Restaurant guide</i>	www.restaurant-guide.com

Alguns dos restaurantes portugueses em Nova Iorque são os seguintes:

Restaurantes Portugueses em Nova Iorque

Pão <i>Restaurant</i>	Tel.: 212 334 5464	322 Spring Street, New York
Alfama	Tel.: 212.759.5552	214 East 52nd Street, New York
Aldea	Tel: 212- 675-7223	31 West 17th Street, New York
Louro	Tel.: 212.206.0606	142 West 10 th Street, New York
<i>City Sandwich</i>	Tel.: (646) 684-3943	649 Ninth Ave, New York

3.7 Lugares para Visitar e Serviços Disponíveis

A vastidão do país oferece uma variedade e diversidade enorme de pontos de interesse para qualquer tipo de visitante, desde famosos parques naturais como o *Grand Canyon*, monumentos históricos como a *Statue of Liberty*, cidades emblemáticas como *Las Vegas*, ou até os planaltos férteis do *Kansas*, os pântanos da Louisiana e o desértico Nevada.

Sugestão de Lugares a Visitar

Parques Naturais	<i>Grand Canyon (NV), Yellowstone (WI), Niagara Falls (NY), Zion Park (UT)</i>
Monumentos	<i>Statue of Liberty (NY), Mount Rushmore National Memorial (SD), Lincoln Memorial (DC), Montezuma Castle (AZ)</i>
Museus	<i>MoMA (NY), The Art Institute of Chicago (AIC), Boston Museum of Fine Arts, Metropolitan Museum of Art, NY, National Gallery of Art (Washington), Philadelphia Art Museum, J. Paul Getty Museum (LA), San Francisco Museum of Modern Art</i>
Jardins Botânicos	<i>San Francisco Botanical Garden Society, New York Botanical Garden, Boston Public Garden, Atlanta Botanical Garden</i>
Aquários	<i>Shedd Aquarium Chicago, Monterey Bay Aquarium, Georgia Aquarium (Atlanta), Oregon Coast Aquarium, Baltimore National Aquarium, Audubon Aquarium of the Americas New Orleans</i>
Parques de diversão	<i>Disney World, Epcot Center, Universal Studios, (Flórida e Califórnia).</i>
Estradas panorâmicas	<i>Pacific Coast Highway (Highway 1, Califórnia), Interstate 70: Denver/ Glenwood Springs (Colorado), Blue Ridge Parkway (North Carolina e Virgínia), Going-To-The-Sun Road (Montana).</i>
Outros	<i>Cape Canaveral Launch Pad / Space Center</i>

Todas as áreas de interesse turístico espalhadas pelo país estão bem exploradas e assinaladas, dispondo normalmente de bons serviços informativos, incluindo acesso *on-line*. Em todo o país existem redes de excursões organizadas que permitem ao visitante uma visão mais personalizada da experiência turística.

Todos os *hubs* de transportes (aeroportos, estações ferroviárias e rodoviárias, etc.) dispõem de locais de informação turística. Quando em viagem rodoviária, e nas principais autoestradas, existem vários postos de informação turística à entrada de cada Estado. Além disso, todos os *websites* dos diferentes Estados têm uma página com informação completa sobre a oferta turística local.

Para informação adicional sobre a oferta turística deve consultar a página oficial do Governo dos EUA e os *sites* seguintes:

Sites de Turismo

Turismo EUA	http://www.usa.gov/Citizen/Topics/Travel-Tourism/State-Tourism.shtml
Visiting National Parks	http://www.nps.gov/findapark/index.htm

4. Recomendações para Negociar no Mercado

O mercado dos EUA é o maior do mundo mas também o mais competitivo. É um mercado aberto e recetivo à inovação, criatividade e originalidade. Exportar para os EUA envolve considerável regulamentação que legisla, restringe ou proíbe a entrada de produtos, mercadorias ou serviços no país.

Alguns aspetos a ter em consideração:

- Conhecer o mercado, a concorrência, entendimento e cumprimento das práticas comerciais e legais, familiarização;
- Deter capacidade de investimento e tolerância de risco;
- Interagir com o mercado através de visitas de prospeção, participações em feiras e comunicação regular, e apresentar produtos adaptados à sua especificidade;
- Aprender a realidade e entender que o preço é, provavelmente, um dos fatores mais importantes de decisão. A qualidade e inovação são, igualmente, fatores determinantes na seleção do produto;
- Oferecer um produto com valor e qualidade, imediatamente identificável, apresentar uma política de preço adequada, literatura promocional e técnica detalhada e serviços de pós-venda e assistência técnica;
- Cotar preços sempre em dólares; FOB não é uma opção bem aceite e os clientes americanos preferem as entregas diretamente ao domicílio, sendo o cumprimento de prazos de entrega fundamental;

- Assegurar uma forma de pagamento credível, seguros da mercadoria e do seu transporte e proteção da propriedade intelectual;
- Preparar toda a documentação necessária, em inglês, de forma completa, clara e legível; observar requisitos de rotulagem, de empacotamento, bem como as leis especiais que regulamentam a importação de alguns produtos e serviços, observando as medidas de segurança.

De notar que o contacto inicial com o empresário americano, quando não da sua iniciativa, é um processo muito lento, difícil, e com alguns desapontamentos, o que requer um planeamento realista, rigoroso e persistente. As reuniões deverão ser solicitadas e planeadas com algumas semanas de antecedência.

Outras circunstâncias a ter em conta:

- O conceito “*time is money*” é tomado à letra. Os executivos estão habituados a tomar decisões rápidas e preferem informação objetiva e clara;
- O “*dinheiro*” é a prioridade máxima no negócio. O empresário americano é objetivo e persistente, e assume qualquer risco para conseguir o negócio mais vantajoso para a sua empresa;
- O empresário português deverá estar preparado para responder cabalmente a todo o tipo de questões sobre o produto ou serviço, incluindo preços e custos (sempre em dólares);
- A concorrência no mercado é muito grande pelo que uma boa apresentação da empresa, do produto e/ou serviço é fundamental;
- O americano é muito direto e os executivos estão habituados a tomar decisões rápidas, não hesitando em discordar frontalmente do seu eventual parceiro de negócios;
- A marcação antecipada de reuniões é fundamental. É normal as reuniões de negócios terem lugar durante o pequeno-almoço, almoço (formal ou ligeiro) ou jantar, que é a refeição principal do dia;
- O horário de trabalho decorre normalmente entre as 8:30h – 18:00h, de segunda a sexta-feira (evitar marcar reuniões para este dia). Ao Domingo não são conduzidos negócios;
- Um aperto de mão cordial é a forma preferencial de apresentação, acompanhado de um olhar direto ao seu interlocutor;
- Para o americano a falta de pontualidade é sinónimo de desrespeito. Deve comunicar antecipadamente sempre que se encontre atrasado;
- Os EUA são a sociedade mais litigiosa do mundo. Um bom relacionamento profissional com um advogado é a principal forma de salvaguardar os seus interesses;
- O americano é inundado diariamente de ofertas e de *junk mail* pelo que a correspondência não solicitada nem sequer é aberta;
- O americano é por norma afável e simpático, com senso de humor.

5. Principais Feiras

FEIRA	SETOR	LOCAL	WEBSITE
<i>Coverings</i>	Material construção	Atlanta	www.coverings.com
<i>PCBC The Western Building Show</i>	Material construção	<i>San Diego</i>	www.pcbc.com
<i>K.BIS</i>	Equip. casa banho/cozinha	Nova Orleães	http://www.kbis.com/
<i>National Hardware Show</i>	Maq. ferram., mat. construção	<i>Las Vegas</i>	http://www.nationalhardwareshow.com/
<i>ICFF</i>	Mobiliário	Nova Iorque	http://www.icff.com/
<i>World Market Center Las Vegas</i>	Mobiliário	<i>Las Vegas</i>	www.lasvegasmarket.com
<i>ADHD-Architectural Digest Home Design Show</i>	Mobiliário	Nova Iorque	http://www.archdigesthomedesign.com/
<i>High Point Market/Home Furnishings Market</i>	Mobiliário	<i>High Point</i>	http://www.highpointmarket.org/
<i>NeoCon World's Trade Fair</i>	Mobiliário	Chicago	http://www.neocon.com/
<i>IMTS – International Manufacturing Show</i>	Equipamento industrial	Chicago	www.imts.com
<i>International Boston Seafood Show</i>	Produtos alimentares	<i>Boston</i>	http://www.bostonseafood.com/
<i>International Fancy Food & Confection Show</i>	Produtos alimentares	<i>NY & SF</i>	www.fancyfoodshows.com
<i>NRA Show</i>	Produtos alimentares	Chicago	www.restaurant.org/show
<i>International Restaurant & Food Service of NY</i>	Produtos alimentares	Nova Iorque	http://www.internationalrestaurantny.com/
<i>The International Hotel/Motel & Restaurant Show</i>	Produtos alimentares	Nova Iorque	http://www.ihmrs.com
<i>NRA Show</i>	Produtos alimentares	Chicago	www.restaurant.org/show
<i>International Restaurant & Food Service of NY</i>	Produtos alimentares	Nova Iorque	http://www.internationalrestaurantny.com/
<i>The International Hotel/Motel & Restaurant Show</i>	Produtos alimentares	Nova Iorque	http://www.ihmrs.com

FEIRA	SETOR	LOCAL	WEBSITE
<i>The JCK Las Vegas</i>	Ourivesaria	<i>Las Vegas</i>	http://lasvegas.jckonline.com/
<i>JA New York - Jewelers of America</i>	Ourivesaria	Nova Iorque	www.ja-newyork.com
<i>NY NOW EXTRACTS</i>	<i>Aromatia, higiene pessoal</i>	Nova Iorque	http://www.nynow.com/
<i>San Francisco International Gift Fair</i>	Utilid.dom./decorativas	São Francisco	http://www.sfigf.com/
<i>NY NOW (ex-NYIGF)</i>	Utilid.dom./decorativas	Nova Iorque	http://www.nynow.com/
<i>International Home & Housewares Show</i>	Utilid.dom./decorativas	Chicago	http://www.housewares.org/
<i>Atlanta Intl Gift & Home Furnishings Market</i>	Utilid.dom./decorativas	Atlanta	http://www.americasmart.com/
<i>NY NOW (ex-NYIGF) AT HOME</i>	Têxteis-lar	Nova Iorque	http://www.nynow.com/
<i>New York Home Fashions Market Week</i>	Têxteis-lar	Nova Iorque	http://www.homefashionproducts.com/
<i>Boston Wine Expo</i>	Vinhos	<i>Boston</i>	http://www.wine-expos.com/Wine/expo/
<i>Washington Intl Wine & Food Festival</i>	Vinhos	<i>Washington</i>	http://www.wineandfooddc.com/
<i>New York Wine Expo</i>	Vinhos	Nova Iorque	http://www.wine-expos.com/Wine/NY/
<i>Food & Wine Classic at Aspen</i>	Vinhos	<i>Aspen</i>	www.foodandwine.com/ext/classic
<i>Première Vision & Indigo</i>	Têxteis não confeccionados	Nova Iorque	http://www.premierevision-newyork.com/
<i>Techtextil North America</i>	Têxteis não confeccionados	<i>Anaheim</i>	Anaheimwww.techtextilNA.com
<i>Magic Market Place</i>	Vestuário	<i>Las Vegas</i>	www.magiconline.com
<i>The Children's Club</i>	Vestuário Infantil	Nova Iorque	http://www.enkshows.com/childrensclub/
<i>CURVE EXPO</i>	Vestuário	Nova Iorque	http://www.curvexpo.com/
<i>ISAM</i>	Vestuário de praia, cruzeiro	<i>Las Vegas</i>	http://www.isamla.com/

FEIRA	SETOR	LOCAL	WEBSITE
<i>ENK WSA - World Shoe Association</i>	Calçado	Las Vegas	www.wsashow.com
<i>FFANY</i>	Calçado	Nova Iorque	www.ffany.org
<i>COTERIE + Sole Commerce</i>	Calçado	Nova Iorque	http://www.enkshows.com
<i>SAE World Congress</i>	Automóvel	Chicago	http://www.sae.org/congress
<i>PACK EXPO INTERNATIONAL</i>	Embalagem	Las Vegas	http://www.packexpo.com/
<i>TIA – Toy Industry Association</i>	Brinquedos	Nova Iorque	http://www.toyassociation.org/
<i>Bio International Convention</i>	Biotecnologia	Chicago	http://convention.bio.org
<i>SPI - Solar Power International</i>	Energias renováveis	Chicago	http://www.solarpowerinternational.com/
<i>Wind Power Expo</i>	Energias renováveis	Chicago	http://www.windpowerexpo.org/
<i>NPE</i>	Moldes	Orlando	http://www.npe.org/
<i>Consumers Electronic Show</i>	TIC	Las Vegas	http://www.cesweb.org/
<i>Mac World Expo</i>	TIC	São Francisco	http://www.macworldiworld.com/

6. Endereços Úteis

aicep Portugal Global - Nova Iorque

866 Second Avenue, 8th floor
New York, NY 10017
Tel: 00-1-646-723 0299 / 00-1-646-732 0200
Fax: 00-1-212-575 4737
E-mail: aicep.newyork@portugalglobal.pt
Http: www.portugalglobal.pt

aicep Portugal Global - São Francisco

Portuguese Trade and Investment Office
3298 Washington Street
San Francisco, CA 94115 - USA
Tel: 00-1-415 -706-4374
Fax: 00-1-415-346-1440
E-mail: aicep.s.francisco@portugalglobal.pt;
Http: www.portugalglobal.pt

Embaixada de Portugal nos EUA
2012 Massachusetts Avenue, NW
Washington, DC 20036
Tel: 00-1-202-350 5400
Fax: 00-1-202-462 3726
E-mail: info@embassyportugal-us.org
Http: <http://embassyportugal-us.org/>

Missão Permanente de Portugal junto das Nações Unidas

866 Second Avenue, 9th floor
New York, NY 10017 – USA
Tel: 00-1-212-759 9444
Fax: 00-1-212-355 1124
Http: <http://www.missionofportugal.org/mop/>

Portugal-US Chamber of Commerce

590 Fifth Ave., 3rd Floor
New York, NY 10036
Tel: 00-1-212-354-4627 | Fax: 1-212-575-4737
Http: www.portugal-us.com

Fontes de informação sobre o país:

<i>The White House</i>	http://www.whitehouse.gov/
Página Oficial dos EUA	http://www.firstgov.gov
Arquivos da CIA	http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/us.html
<i>Federal Reserve</i>	http://www.federalreserve.gov
<i>US Department of Commerce</i>	http://www.commerce.gov/
<i>Bureau of the Census</i>	http://www.census.gov/
<i>Bureau of Economic Analysis</i>	http://www.bea.gov/
<i>US International Trade Commission</i>	http://www.usitc.gov/
<i>US Chamber of Commerce</i>	http://www.uschamber.com
<i>US Customs and Border Protection</i>	http://cbp.gov/
<i>U.S. Citizenship and Immigration Services</i>	http://www.uscis.gov/portal/site/uscis