

Como exportar a Moringa para a Europa

A Moringa está a tornar-se cada vez mais popular no mercado europeu dos suplementos alimentares. As folhas secas da planta são comercializados pelos seus diversos benefícios para a saúde. Esses benefícios baseiam-se no seu alto nível de actividade antioxidante e na sua composição química. A crescente procura global da Moringa pode proporcionar-lhe oportunidades como fornecedor. A Índia é actualmente o principal fornecedor a nível global, mas os compradores europeus questionam se as folhas da Moringa da Índia certificadas como orgânicas são verdadeiramente orgânicas. Um número crescente de fornecedores africanos está a entrar para este mercado que se encontra em fase de crescimento.

1. Descrição do produto

A *Moringa oleifera* é indígena das sub-regiões do Himalaia no norte da Índia e do Paquistão. A planta encontra-se agora distribuída pelas zonas tropicais de África, Ásia, Ilhas do Pacífico e das Caraíbas, e América do Sul. A árvore é cultivada e tornou-se naturalizada no meio selvagem em muitas regiões do mundo.

Os produtos desta árvore têm vários usos, nomeadamente para a saúde, alimentação e cosméticos:

- Produtos para a saúde: os suplementos alimentares constituem o principal mercado para a moringa (pó da folha)
- Alimento: como chá de ervas (folhas secas) e vegetal (vagens frescas com sementes)
- Cosméticos: principal mercado do óleo da semente da Moringa, chamado Behen ou óleo Ben (conhecido desde os tempos do Egipto antigo)

Âmbito do presente estudo

O presente estudo centra-se nas folhas secas da *Moringa oleifera* em pó e o seu uso em produtos benéficos para a saúde. A legislação europeia não permite a utilização da Moringa em produtos medicinais à base de plantas, nem o uso de óleo da semente da Moringa em suplementos alimentares. Por essa razão, o presente estudo não abrange estas aplicações da Moringa.

Os extratos da Moringa e o óleo da semente de Moringa usados nos alimentos (suplemento) são considerados alimentos novos. Isso significa que, antes de serem vendidos em suplementos alimentares europeus, as empresas devem requerer nos termos do [regulamento sobre os Novos Alimentos 2015/2283](#).

Dicas:

- Veja o nosso estudo sobre os [requisitos do comprador relativamente aos ingredientes naturais para produtos saudáveis](#) para mais informações sobre o regulamento de Novos Alimentos.
- Veja os nossos [estudos sobre óleos vegetais para produtos condicionadores do mercado de cosméticos](#) para informações sobre as oportunidades no mercado de óleos da semente da Moringa.

Classificação da Moringa

A Moringa é comercializada como um "super-alimento" no mercado europeu de suplementos alimentares. O termo "super-alimento" é um termo de marketing e não uma categoria de regulamentação. Não existe uma única definição jurídica de super-alimentos. Normalmente, estes tipos de alimentos apresentam altas concentrações de determinados nutrientes benéficos. Além disso, super-alimento não é um termo autorizado para um produto ou para indicar benefício para a saúde na Europa. As empresas europeias somente podem usar tal termo no rótulo do seu produto se este fizer parte do nome da sua marca.

Nos dados sobre o comércio, as folhas secas da Moringa e o pó das folhas da Moringa encontram-se registados em códigos do Sistema Harmonizado ([Trade helpdesk](#)):

- 0712.9090: Outros produtos vegetais secos, inteiros, cortados em pedaços ou fatias, ou ainda triturados ou em pó
- 1211.9086: Outras plantas medicinais e partes de plantas

As folhas da Moringa contêm uma variedade de nutrientes e têm um alto nível de actividade antioxidante. A pesquisa indica que ela até [supera outros super-alimentos com altos níveis de actividade antioxidante](#), como o açaí e as amoras.

De acordo com [vários estudos](#) e a [monografia da Moringa oleifera da Farmacopeia Vegetal Africana](#) as folhas apresentam altos níveis de:

- Vitaminas: A, B, C e E
- Minerais: ferro, cálcio, selénio, fósforo e potássio
- Ácidos gordurosos essenciais: omega-3 e omega-6

- Proteína
- Fibra

Com base nesta composição, a Moringa é comumente comercializada como algo que:

- Fortalece o sistema imunológico
- Melhora o estado geral de saúde
- Aumenta os níveis de energia

Além disso, a Moringa é comercializada para vários outros fins. Estes incluem a gestão do peso, melhoria da digestão, ajuda em relação aos níveis normais de açúcar no corpo.

Os produtores que usam a Moringa nos seus suplementos alimentares não podem alegar benefícios medicinais. Exemplos de alegações não medicinais que podem ser usadas na Europa constam da tabela 1.

Tabela 1: Exemplos de alegações feitas nos suplementos com Moringa

Fortalece o sistema imunológico	Melhora o estado geral de saúde	Aumenta os níveis de energia
<p>'A Moringa ajuda a função anti-inflamatória e a função de um sistema imunológico saudável'</p> <p>'Os benefícios da Moringa incluem o fortalecimento da função de um sistema imunológico saudável'</p>	<p>'A Moringa tem propriedades altamente nutritivas, contendo cálcio, fósforo, ferro, potássio, magnésio, manganésio e vitaminas A, complexo B, C, D, E e K.'</p> <p>'A árvore da Moringa também é conhecida como a árvore do milagre.'</p> <p>'Ajuda o metabolismo saudável'</p>	<p>'Aumenta e sustenta os níveis de energia de forma natural.'</p> <p>'Aumenta a energia natural'</p>

Dicas:

- Não faça alegações de natureza medicinal dos seus produtos da Moringa, pois isso não é permitido. Veja o nosso estudo sobre os [requisitos do comprador relativamente aos ingredientes naturais para produtos saudáveis](#) para mais informações sobre as alegações.
- As alegações autorizadas podem ser diferentes nos vários países europeus, por isso contacte os [organismos nacionais](#) ou consultores para se informar sobre a real situação relativamente as alegações.
- Verifique a [monografia da Moringa oleifera](#) da Farmacopeia Africana de Plantas para obter informações adicionais sobre os componentes e os efeitos da Moringa na saúde. Pode usar isso como uma referência nos materiais promocionais e para as especificações da qualidade.
- Procure fontes de literatura credível sobre os benefícios da Moringa. Use essas referências na documentação do seu produto e no material promocional.

2. O que torna a Europa um mercado interessante para a Moringa?

O mercado europeu encontra-se pouco desenvolvido relativamente a Moringa.

O mercado europeu da Moringa é ainda incipiente e pouco desenvolvido. São poucos os consumidores que conhecem a Moringa. Por isso, a maioria dos consumidores tem ainda de conhecer os benefícios da Moringa para que possa considerar a compra de Moringa.

Não se encontram disponíveis dados oficiais sobre o tamanho do mercado europeu da Moringa. Os importadores estimavam a procura do mercado em algumas centenas de toneladas em 2017. Os principais mercados na Europa são:

- O Reino Unido;
- Alemanha;
- França.

A produção da Moringa na Europa é insignificante. A sua provisão deve ser feita por via das importações. Globalmente, a Índia é o maior produtor e fornecedor da Moringa. Em 2017, as exportações globais da Moringa (incluindo o pó da sua folha, o óleo das sementes e outros produtos da Moringa) a partir da Índia eram estimadas em cerca de 500 toneladas, das quais cerca de 100-200 toneladas se destinavam a Europa.

De acordo com um importador da Moringa nos Países Baixos, a Índia exporta cerca de 500 toneladas de Moringa para o mercado global anualmente. A Índia é também o principal fornecedor de Moringa na Europa.

Os principais importadores europeus de produtos da Moringa da Índia são:

- Alemanha (35% das exportações da Índia para a Europa em termos de valor)
- Reino Unido (14%)
- Áustria (9%)
- França (8%)
- Espanha (6%)

Visto que a planta cresce em várias regiões do mundo, existe um potencial para os pequenos produtores se estes forem capazes de criar uma Proposta Única de Venda para o seu produto em relação aos produtos provenientes da Índia. Especialmente porque os importadores europeus têm fortes preocupações em relação a qualidade dos fornecimentos da Índia, tais como a contaminação por metais pesados. Os pequenos produtores que estão a entrar para o mercado global incluem vários países africanos, como o Quênia, África do Sul, Malawi e Moçambique.

Dicas:

- Defina como alvo os importadores da Europa Ocidental que adquirem Moringa proveniente da Índia. Estes são provavelmente os principais mercados para a Moringa na Europa.
- Informe os potenciais compradores sobre os usos da Moringa para ajudá-los a promover eficazmente a Moringa e ampliar o interesse pela Moringa no mercado europeu. Mostre os usos tradicionais da Moringa em pó no seu país. Forneça amostras de produtos à base da Moringa para mostrar em que tipo de produtos finais a Moringa pode ser usada.
- Consulte as nossas dicas sobre [Como Encontrar Compradores](#) e [Como Fazer Negócios](#) para mais informações sobre como criar e manter laços com compradores europeus.

Aumento da procura da Moringa na sequência da mudança de percepção em relação a saúde

O mercado da Moringa apresentou um forte crescimento nos últimos dez anos. Uma mudança de percepção entre os consumidores sobre o que significa ser saudável está a impulsionar a procura de produtos saudáveis e estimulou a procura da Moringa. Os consumidores europeus usam produtos saudáveis para a prevenção de doenças e para se sentirem bem, por exemplo, adicionando suplementos a sua dieta regular.

Isso traduz-se num mercado crescente de suplementos alimentares. A Future Market Insights prevê que o [mercado europeu de suplementos alimentares crescerá 7% anualmente](#) entre 2015 e 2025. Em 2025, o mercado poderá ultrapassar os US\$ 60 mil milhões. Ao mesmo tempo, a Technavio espera que o [mercado global dos produtos de Moringa cresça 10% anualmente, entre 2018 e 2022](#).

O sucesso da adopção da Moringa na Europa vai depender muito da forma como o produto será promovido pelos importadores, retalhistas, *bloggers* e pelos órgãos de comunicação social. Artigos em blogs populares como o [Happy Healthy Blog](#) podem ajudar a estimular a procura através da criação de um maior reconhecimento entre os consumidores.

O Desenvolvimento de Novos Produtos pode estimular ainda mais as vendas futuras de Moringa. Especialmente quando grandes fabricantes de alimentos começam a usar a Moringa como ingrediente nos seus produtos, o reconhecimento dos consumidores de Moringa vai melhorar. Isso também irá afectar as vendas de suplementos alimentares com base na Moringa. Por exemplo, na Alemanha, a empresa de ingredientes naturais Naturex desenvolveu um [pó de moringa padronizado com 1% de omega-9 e 600 ppm de vitamina E](#). Tais ingredientes padronizados são particularmente úteis para os fabricantes de alimentos e bebidas. Isso pode estimular a adopção da Moringa por esses fabricantes e dinamizar ainda mais o mercado. Além disso, há um crescente interesse em produtos que podem ser facilmente consumidos na rua, o que poderiam também oferecer oportunidades para a Moringa.

Procura de suplementos alimentares que fortalecem o sistema imunológico

Mais especificamente, regista-se uma crescente procura de suplementos alimentares que fortalecem o sistema imunológico. Os consumidores europeus fazem a ligação entre o sistema imunológico e a saúde preventiva. Isso abre oportunidades para os suplementos produzidos a partir da Moringa.

Globalmente, o mercado de suplementos alimentares que fortalecem o sistema imunológico deverá [crescer 7% ao ano entre 2017 e 2025](#), atingindo a cifra de \$ 25 mil milhões em 2025. Os suplementos vitamínicos detinham um terço do mercado em 2017 (\$ 5,3 mil milhões), mas os suplementos a base de plantas detinham a segunda maior quota de mercado.

Dicas:

- Consulte o nosso estudo sobre [super-alimentos na Europa](#) para mais informações sobre o mercado e as tendências. Preste atenção a forma como reivindica o estatuto de super-alimento nos seus materiais promocionais. Não é autorizada a expressão *super-alimento* para se alegarem benefícios

para a saúde na Europa. As empresas europeias somente podem usar tal termo no rótulo do seu produto se este fizer parte do nome da sua marca.

- Para mais informações sobre a investigação dos benefícios para a saúde da Moringa, aceda aos recursos científicos, por exemplo, através do [Elsevier Science Direct](#) (que não é grátis), o [Google Scholar](#) ou o [Examine.com](#).

A procura de produtos que aumentam os níveis de energia

A mudança de percepção sobre a saúde também leva os consumidores a usarem produtos energéticos como contributo para um estilo de vida activo. Regista-se uma crescente procura destes produtos em todo o mundo, o que abre oportunidades para a Moringa. Especialmente as bebidas energéticas e os suplementos alimentares, que constituem uma fonte alternativa de energia em relação a cafeína, estão a tornar-se cada vez mais populares entre os consumidores europeus.

Globalmente, o [mercado de nutrição desportiva e dos suplementos de alto valor energético](#) deverá crescer 10% anualmente entre 2014 e 2020. Em 2020, este mercado deverá atingir o valor de US\$ 66 mil milhões (€59 mil milhões).

Dicas:

- Não faça alegações de benefícios medicinais da sua Moringa na documentação do produto ou no material promocional. Os suplementos alimentares não estão autorizados a conter alegações de benefícios medicinais.
- Considere a possibilidade de tornar-se membro da [Sociedade de Plantas Medicinais e de Pesquisa de Produtos Naturais \(GA\)](#) para aceder ao seu trabalho de investigação.
- Consulte o nosso estudo sobre [suplementos alimentares energéticos](#) para mais informações sobre este mercado.

Interesse na Moringa orgânica e de comércio justo certificado

Presentemente, especialistas do sector referem que o fornecimento global do pó orgânico das folhas é insuficiente para satisfazer a procura no mercado. Isso abre oportunidades para os (novos) produtores em condições de fornecer Moringa orgânica.

Os consumidores de suplementos alimentares são conscientes em relação a sua saúde. Eles procuram produtos que contribuem para um estilo de vida saudável e, de um modo geral, preferem produtos naturais e orgânicos, que acreditam ser mais saudáveis. Como consequência, muitos consumidores preferem comprar suplementos alimentares orgânicos da Moringa.

A certificação de comércio justo também pode ajudar a mostrar ao seu comprador que a sua Moringa gera renda nas zonas rurais e não prejudica as comunidades locais.

Dicas:

- Procure as empresas que comercializam a Moringa certificada através da Internet ou nas feiras comerciais. Por exemplo, procure os [expositores da feira comercial de produtos orgânicos Biofach](#) ou a Vitafoods, ou [faça a busca de importadores de produtos orgânicos](#) no sítio da internet do Centro de Comércio Internacional.
- Caso a sua Moringa não esteja certificada, promova os aspectos da sustentabilidade e da ética do seu processo de produção. Os compradores podem pedir-lhe para corroborar as suas alegações com a certificação ou documentação sobre as suas práticas de obtenção do produto e/ou de Responsabilidade Social Empresarial (RSE).
- Veja o nosso estudo sobre os [requisitos do comprador relativamente aos ingredientes naturais para produtos saudáveis](#) para mais informações sobre as normas de certificação.

3. Quais os requisitos que devem ser cumpridos pela Moringa para que possa entrar no mercado europeu?

A sua Moringa deve ser obtida de forma sustentável. Deve certificar-se de que pode fornecer a Moringa de forma estável aos seus compradores, tanto em termos de qualidade como de quantidade. Isso pode fazer com que seja mais fácil concorrer com os fornecedores da Índia que produzem a Moringa em grandes plantações.

Somente pode exportar a Moringa para o mercado europeu de suplementos alimentares se cumprir com os [requisitos legais dos ingredientes naturais para produtos saudáveis](#). Relativamente aos suplementos alimentares, estes incluem:

- [A legislação europeia para suplementos alimentares](#) (requisitos de composição e rotulagem)
- [Legislação Alimentar Geral](#)
- Segurança dos Alimentos

Os suplementos da Moringa devem ser seguros para o consumo humano para poderem entrar no mercado europeu. Os fornecedores devem ter um sistema de gestão da segurança dos alimentos, para se tornarem bem-sucedidos na Europa. Os compradores exigem prova da segurança do seu produto, e prova de que o seu produto cumpre com os requisitos de qualidade antes de os comprarem. Se as empresas ou autoridades europeias constatarem que a segurança da sua Moringa não pode ser garantida, vão retirar o produto do mercado.

Especificamente, os requisitos da segurança dos alimentos compreendem:

- [Os Limites Máximos de Resíduos](#) (LMR: relativamente a pesticidas e [hidrocarbonetos aromáticos policíclicos \(HAP\)](#)). Pode ficar a conhecer os limites máximos de resíduos das vagens de Moringa (nº 0260030-005), sementes de Moringa (0401070-001) e folhas de Moringa (0632030-003).
- [Os contaminantes presentes nos géneros alimentícios](#) e [a contaminação microbiológica dos alimentos](#) (o problema mais comum de segurança do alimento para o pó da folha de Moringa é a contaminação pelo micro-organismo patogénico Salmonela). Para mais informações, consulte o [Sistema de Alerta Rápido para Géneros Alimentícios e Ração Animal](#), e pesquise os resultados para 'moringa'.
- [Higiene dos géneros alimentícios](#) (Análise de Risco e Pontos Críticos de Controlo)
- [Solventes de extracção](#)
- [Irradiação dos alimentos](#)
- [Rastreabilidade](#)

Dicas:

- Crie um sistema de rastreabilidade e guarde amostras de cada um dos seus fornecedores para rastrear a origem da Moringa, na eventualidade de surgirem problemas de qualidade.
- Mantenha as suas instalações limpas, definindo procedimentos operacionais rigorosos, tais como um plano de limpeza do seu equipamento de processamento. Consulte o Codex Alimentarius para [obter informações detalhadas sobre higiene alimentar](#).
- Reduza a quantidade de pesticidas na sua Moringa através da [Gestão Integrada de Pragas](#) (GIP). A GIP é uma estratégia de controlo de pragas que afectam a agricultura, que recorre a estratégias complementares, incluindo a gestão de produtos químicos.
- Aplique boas práticas de secagem, como o aquecimento indirecto para manter os hidrocarbonetos aromáticos policíclicos (HAP) abaixo dos níveis máximos. O nível máximo de benzo(a)pireno é de 10 µg/kg; e para a soma de benzo(a)pireno, benzo(a)antraceno, benzo(b)fluoranteno e criseno: 50,0 µg/kg.

Requisitos adicionais

Muitos compradores têm exigências de qualidade adicionais. Elas podem ir para além da legislação e das normas. As mesmas são descritos nas especificações do comprador. São exemplos os requisitos relacionados com:

- Conteúdo de nutrientes ou ingredientes activos
- Teor de humidade
- Contaminantes
- Resíduos

Para mostrar que cumpre as especificações dos compradores, tem de constituir uma empresa devidamente estruturada e possuir informações sobre o produto. Isso inclui as Fichas de Dados Técnicos detalhados, bem como certificações dos processos e do produto.

Dicas:

- Consulte as nossas [dicas para fazer negócios](#).
- Consulte o nosso manual sobre a [preparação de uma Ficha de Dados Técnicos](#) para obter mais informações e dicas.

A indústria alimentar europeia exige cada vez mais a conformidade com a gestão da qualidade e da segurança dos alimentos. Os exemplos incluem:

- [A norma ISO 9001:2008](#) (necessário para ingredientes saudáveis)
- [Sistema de Certificação da Segurança dos Alimentos](#) (FSSC22000), principalmente para os fornecedores de ingredientes que serão processados adicionalmente.
- [A norma ISO 22000](#) (Gestão da Segurança dos Alimentos)
- [A norma ISO 31000](#) (Gestão do Risco)

- [Normas Internacionais de Segurança dos Alimentos](#) (IFS), [Consórcio Britânico de Retalho](#) (BRC) e [Alimentos Seguros e de Qualidade](#) (SQF), para os fornecedores de produtos finais na Europa

Requisitos para os mercados de nicho

As normas e os requisitos para a sustentabilidade social e ambiental incluem:

- Produção orgânica, como especificado no [Regulamento da União Europeia Nº 834/2007](#)
- Verificação e/ou certificação de produção sustentável: isso inclui [FairWild](#), [Fairtrade International](#), [Fair for Life](#), [UNCTAD BioTrade Initiative](#), [Union for Ethical BioTrade](#). Actualmente, 9 fornecedores de Moringa da Índia, Sri Lanka e Egipto têm um certificado de Comércio Justo ([FLO-Cert](#), 2018) e [5 fornecedores de Moringa](#) têm o certificado da "Fair for Life".
- Códigos de conduta das empresa e dos fornecedores
- Implementação com base na [norma ISO 26000 de orientação](#) sobre a responsabilidade social

Dicas:

- Verifique junto do seu comprador que normas estes exigem, dentre as enunciadas acima.
- Consulte o [Mapa de Sustentabilidade](#) para obter informações adicionais sobre normas voluntárias.

Requisitos de qualidade

O uso da Moringa baseia-se na sua composição. Por isso, os compradores europeus têm requisitos específicos sobre a composição e o perfil nutricional. Os compradores geralmente solicitam um Certificado de Análise para verificar se a sua Moringa satisfaz os seus requisitos de qualidade.

Tabela 2: Modelo de Certificado de Análise

Tipo de Especificação	Exemplo de especificação	Explicação da especificação
Aparência	Pó fino	
Cor	Verde	O pó seco deve aparentar estar "fresco"
Sabor	Características	O sabor é subjectivo
Teor de humidade	8-10%	Um baixo teor de humidade evita o mofo e a coloração castanha
O tamanho das partículas	50-100 µm	As preferências do tamanho das partículas diferem entre compradores
Metais pesados		
<i>Chumbo (Pb)</i>	<3,0 mg/kg.	Limite legal para suplementos alimentares
<i>Cádmio (Cd)</i>	<1,0 mg/kg.	Limite legal para suplementos alimentares
<i>Mercúrio (Hg).</i>	<0,1 mg/kg.	Limite legal para suplementos alimentares
Actividade microbiológica		
Contagem total em placa	Max 1 000 ufc/g	n.d.
<i>Leveduras e bolores</i>	Max 100 ufc/g	n.d.
<i>Salmonela</i>	Ausente	n.d.
<i>E.Coli.</i>	Ausente	n.d.

O teor de humidade deve oscilar entre os 8-10% para evitar mofo e a cor acastanhada. Os compradores apreciam os elevados níveis de nutrientes na Moringa e especialmente os altos níveis de actividade antioxidante. O perfil nutricional é o seu principal argumento de vendas para o pó de Moringa.

O plantio, a colheita, o processamento e a embalagem influenciam o perfil nutricional do pó da Moringa. O processo de secagem tem um efeito particularmente grande nos nutrientes da Moringa. Por isso, os compradores preferem os métodos de secagem que preservam a quantidade máxima de nutrientes. As

temperaturas mais baixas (~40 graus Celsius) e a exposição ao calor por menos tempo (<24 horas) geralmente resultam na preservação de mais nutrientes.

Dicas:

- Padronize e minimize as variações significativas da qualidade da sua Moringa. Fiscalize as práticas da colheita e pós-colheita. Desenvolva procedimentos operacionais padrão (SOPs), e dê formação aos trabalhadores dos campos agrícolas e das fábricas de processamento. Use incentivos para garantir que estes cumpram com as suas especificações nos processos da colheita e pós-colheita. Veja exemplos de procedimentos operacionais padrão para o cultivo e processamento da moringa da [Moringa Association of Ghana](#) e da [Africa Moringa Hub](#).
- Primeiro, concentre-se no seu mercado nacional, que é mais fácil de aceder do que o mercado europeu. Isso irá permitir à sua empresa desenvolver-se gradualmente e alcançar a alta qualidade e consistência da qualidade exigidas no mercado europeu.
- Considere a possibilidade de se tornar membro de uma associação ligada a Moringa no seu país. Os exemplos incluem a [Association Béninoise du Moringa](#) ou a [Moringa Development Association of South Africa](#).
- Colabore com uma universidade ou laboratório local para testar a sua Moringa. Eles podem ajudar a determinar a composição química do seu produto. Isso deve ser incluído na documentação do seu produto. Foram realizados vários estudos sobre a composição química e as actividades da *Moringa oleifera*, que podem ser usados como referência. Pode também consultar a monografia da farmacopeia de ervas da [Farmacopeia Africana de Plantas](#).
- Informe o seu comprador se adicionar substâncias ao seu produto para efeitos de conservação. Indique isso claramente na documentação do seu produto. Se não proceder desse modo, os compradores podem considerar isso adulteração da sua Moringa.

Os requisitos de rotulagem

Para comercializar a sua Moringa no mercado europeu tem de cumprir com os seguintes requisitos de rotulagem:

- Crie um sistema de registo de cada lote da sua Moringa, quer se trate de produtos misturados ou não. Assinale-os devidamente para permitir a sua rastreabilidade.
- Rotule os seus produtos em Inglês, salvo se o comprador quiser que use um outro idioma.

Os rótulos devem incluir:

- Nome do produto
- Código do lote
- Local de origem
- Nome e endereço do exportador
- Data de fabrico
- Data de validade
- Peso líquido
- Condições de conservação recomendadas

Caso forneça a Moringa orgânica, o rótulo deve conter o nome/código do organismo de fiscalização e o número de certificação.

Deve entregar ao seu comprador a seguinte documentação:

- Ficha de Dados Técnicos (TDS) (veja este exemplo do [pó da folha da Moringa](#))
- Número CAS
- Os Certificados de Análise (veja este exemplo do [pó orgânico da Moringa](#))
- Certificado de OGM (se solicitado)
- Certificado de Origem

O pó da folha da Moringa não é classificado como perigoso, pelo que não são necessários símbolos de perigo no rótulo.

Requisitos de embalagem para a embalagem de produtos a granel

Os requisitos da embalagem podem variar de acordo os diferentes compradores. No entanto, existem alguns requisitos gerais que tem de se levar em conta e que se encontram incorporados nas normas. Veja as dicas abaixo.

Dicas:

- Pergunte sempre ao seu comprador quais as suas exigências específicas de embalagem.
- Reutilize ou recicle os materiais de embalagem. Por exemplo, utilize sacos ou recipientes de materiais recicláveis (como o papel kraft).
- Embale as folhas ou o pó da Moringa em material impermeável. Por exemplo, use sacos de papel revestidos com plástico. De preferência, use revestimentos amigos do ambiente (tais como revestimentos biodegradáveis ou recicláveis).
- Guarde os sacos ou recipientes em lugar seco e fresco para evitar a deterioração da qualidade.
- Se tiver Moringa orgânica certificada, separe-a fisicamente da Moringa que não esteja certificada.

4. Que concorrência enfrenta no mercado europeu da Moringa?

As barreiras de entrada no mercado

As barreiras de entrada no mercado do pó da folha da Moringa são relativamente reduzidas. Isto também significa que se podem esperar muitos novos operadores.

As principais barreiras à entrada no mercado são os requisitos tecnológicos para a secagem da Moringa, bem como requisitos para a certificação orgânica:

- A secagem de folhas de Moringa requer conhecimento, equipamento de secagem e condições logísticas adequadas. As folhas de moringa devem ser processadas prontamente após a colheita para evitar a deterioração da qualidade.
- A maioria dos compradores europeus que actuam no mercado de suplementos alimentares exigem a Moringa certificada como sendo orgânica. Se fornece Moringa orgânica evita também a concorrência directa relativamente ao preço com a Índia. No entanto, a agricultura orgânica limita as possibilidades de uso de fertilizantes, pesticidas e outros agentes de protecção das culturas. Isso pode complicar a produção, se não tiver conhecimento suficiente sobre a agricultura orgânica. Por outro lado, a certificação orgânica é cara, especialmente quando os inspectores têm de percorrer longas distâncias para visitar o seu local de produção.

As barreiras à entrada no mercado tornam-se maiores se quiser produzir produtos finais, tais como cápsulas contendo pó de folha de Moringa . Deve incluir os custos para o:

- Desenvolvimento do produto
- Fabricação de cápsulas por uma empresa com um sistema avançado de gestão da segurança dos alimentos (como a [British Retail Consortium](#) ou a [International Featured Standards](#)) e Boas Práticas de Fabricação,
- Autorização de introdução no mercado
- Marketing

Isto também significa que a ameaça de estreantes diminui substancialmente dado que pode produzir um produto final que está em conformidade com os requisitos legais e do comprador. Pode ser difícil a produção de produtos finais, pois isso, muitas vezes, fica fora do alcance da maioria das empresas em muitos países em vias de desenvolvimento.

É preciso estar ciente de que muito poucas empresas europeias estão interessadas em comprar produtos finais fabricados a partir da Moringa directamente dos produtores dos países em vias de desenvolvimento. A maioria das empresas europeias prefere serem elas próprias a fabricar os produtos finais ou prefere comprar produtos finais de empresas consagradas e baseadas na Europa. Elas têm mais confiança em empresas que estão sob o controlo das autoridades europeias.

Dicas:

- Antes de se envolver no cultivo da Moringa, faça um estudo de viabilidade, em termos de retorno sobre o investimento e da sua capacidade em termos de recursos financeiros e recursos humanos para produzir de acordo com os requisitos dos compradores internacionais.
- Igualmente, reserve fundos suficientes para o marketing. Obtenha informações sobre o mercado através da pesquisa documental e entrevistas. Desenvolva materiais promocionais e um sítio na internet, ou crie uma presença nas redes sociais. Procure exemplos europeus de materiais promocionais para descobrir o que os compradores esperam em termos de marketing. Isso pode ser caro, mas é essencial para promover o seu produto.

- Visite ou participe em feiras comerciais para apurar se o mercado está aberto para o seu produto, obtenha informação sobre o mercado e identifique potenciais compradores. As feiras comerciais mais relevantes na Europa são [Health Ingredients Europe](#), [Biofach](#) (para produtos orgânicos) [Vitafoods](#) e [SANA](#).
- Consulte as nossas dicas sobre como [identificar compradores](#) para informações adicionais.
- Se apenas pode cultivar em pequena escala, junte-se a outros produtores para atingir uma escala que seja adequada.

Quais são os produtos substitutos da Moringa?

Produtos substitutos da moringa usados para o fortalecimento do sistema imunológico

Para o fortalecimento do sistema imunológico, as vitaminas e os minerais são os principais suplementos alimentares usados como substitutos sintéticos da Moringa oleifera. Estes produtos representam cerca de metade do mercado europeu de suplementos alimentares. Vai ser difícil competir com tais produtos em termos de preço, pois são muito mais baratos do que os produtos da Moringa. Entretanto, é possível competir enfatizando que os produtos da Moringa são uma fonte natural de uma vasta gama de nutrientes e desempenham importantes actividades antioxidantes.

Diversos produtos naturais são comercializados para o fortalecimento do sistema imunológico e para o bem-estar geral. Estes incluem:

- Vitaminas derivadas de plantas ou produtos com materiais vegetais que são ricos em vitaminas
- Probióticos e prebióticos frequentemente consumidos como iogurte (bebidas)
- Os antioxidantes à base de frutos, tais como amoras, bagas de sabugueiro e frutos de açaí

As plantas comumente usadas para fortalecer o sistema imunológico incluem as seguintes:

- Equinácea (*Echinacea purpurea*)
- Ginseng (*Panax quinquefolius* e *P. ginseng*)
- Chá verde (*Camellia sinensis*)
- Gengibre (*Zingiber officinale*)
- Unha de gato (*Uncaria tomentosa*)
- Eleuthero (*Eleutherococcus senticosus*)

Outros "super-alimentos" e, em particular, os super-alimentos em pó representam uma forte concorrência. Estes são muitas vezes usados para melhorar o estado geral de saúde ou para fortalecer o sistema imunológico, especialmente se estes possuem um perfil nutricional saudável, como vitaminas ou altos níveis de actividade antioxidante. Os exemplos incluem:

- [Açafrão](#) (*Curcuma longa*)
- Pó do fruto do embondeiro (*Adansonia digitata*)
- [Amoras](#) (*Morus spp.*)
- Spirulina (*Arthrospira plantensis*)
- Pó da planta de cevada (*Hordeum vulgare*)
- Planta de trigo (*Triticum aestivum*)
- Maca (*Lepidium meyenii*)

Produtos substitutos da Moringa usados para aumentar a energia

Existe diversos produtos no mercado europeu usados como suplementos que incrementam os níveis de energia. Estes incluem alternativas naturais assim como sintéticas.

As principais alternativas sintéticas são:

- Bebidas energéticas cafeinadas
- Vitaminas e minerais
- Produtos à base de proteínas

As alternativas naturais para o incremento da energia são cada vez mais populares. Muitos destes ingredientes são também comercializados por causa de outros benefícios para a saúde como, por exemplo, o aumento da concentração. Estes incluem:

- "Super-frutos", como o fruto do guaraná e bagas de goji
- Produtos botânicos, tais como [erva-mate](#), [Rhodiola rosea](#) e [chá verde](#)
- Outros produtos naturais, como por exemplo, a geleia real

Dicas:

- Faça pesquisa de mercado dos potenciais produtos substitutos mencionados acima. Descubra, por exemplo, como a Moringa se equipara em termos de perfil químico, preço, garantia/sustentabilidade de fornecimento e facilidade/custos de substituição. Certifique-se de que tem esses resultados preparados quando falar com os potenciais compradores para responder às suas perguntas.
- Diversifique a carteira dos seus produtos para reduzir os riscos. Os produtos comercializados como super-alimentos enfrentam um maior risco de serem substituídos por outros super-alimentos. As vendas desses produtos dependem muito das tendências do momento, que podem mudar com o surgimento de um novo super-alimento.
- Demostre que está devidamente informado sobre os desenvolvimentos no seio dos seus concorrentes na sua comunicação e materiais promocionais.
- É necessário construir uma história de marketing para a sua Moringa que mostre quão diferente ela é em relação aos produtos concorrentes. Pode concentrar-se na composição do seu produto ou no modo como é usado tradicionalmente para promover a saúde.
- Realize um estudo da literatura sobre o potencial de Moringa no fortalecimento do sistema imunológico. Use isso na documentação do seu produto e no material promocional.
- Veja o nosso estudo sobre a [concorrência no mercado europeu de ingredientes naturais para produtos saudáveis](#).
- Veja as nossas [dicas para fazer negócios com compradores europeus](#) de ingredientes naturais para produtos saudáveis.
- Veja os nossos estudos sobre o [fortalecimento imunológico](#), [super-alimentos](#), e [energia](#) para mais informações sobre as fontes da concorrência dos produtos.

Concorrência empresarial

A Índia é o principal fornecedor de Moringa em todo o mundo. Ela é responsável pela satisfação de cerca de 80% da procura global de Moringa. Na Índia, a maioria da Moringa é produzida em grandes plantações como um ingrediente convencional. Isso torna possível a venda do produto a preços baixos.

Os principais actores na Índia incluem a:

- [Veg India Exports](#)
- [Green India](#)
- [Aayuritz](#)
- [Mother Herbs](#)
- [Organic India](#)

Para os fornecedores de menor dimensão será muito difícil concorrer em termos de preço com as empresas da Índia. Por isso, terá de desenvolver um argumento único de venda (USP) para a sua Moringa. Poderá fazer isso com:

- A alta qualidade: Os compradores europeus têm enfrentado problemas para encontrar fontes de Moringa de alta qualidade. Isto é, Moringa com uma alta concentração de nutrientes (por exemplo, para as actividades de antioxidantes e vitaminas), de cor esverdeada com brilho e não de tom acastanhado ou amarelado, e com um perfil de bom paladar.
- Certificação orgânica: A Índia domina o mercado de pó de folhas convencional, mas tem dificuldade em cumprir com as rigorosas exigências europeias para a Moringa orgânica. De acordo com a importadora holandesa [Z-company](#), várias remessas de Moringa orgânica da Índia continham pesticidas que não são permitidos no mercado europeu de produtos orgânicos. Esses problemas resultaram num controlo mais rigoroso das remessas de Moringa orgânica da Índia, e criaram oportunidades para outros fornecedores com certificado orgânico.
- História de Marketing: por exemplo, se trabalha com os pequenos produtores ou se ajuda as comunidades rurais

Nos últimos anos, registou-se um número crescente de empresas africanas que entraram para o mercado da Moringa. Por exemplo, da:

- África do Sul (e.g. [Botanica Natural Products](#))
- Gana (e.g. [Moringa Connect](#))
- Moçambique (e.g. [MoSagri](#))
- Quênia

- Malawi (e.g. [Moringa Malawi](#))
- [Zâmbia](#)

Estas empresas diferenciaram os seus produtos da Moringa em relação aos produtos da Índia no mercado, concentrando-se na qualidade do produto e numa história de marketing interessante. Existe também um [produtor de Moringa orgânica certificada](#) na ilha de Tenerife, que faz parte da União Europeia. Esta empresa usa a sua localização europeia como o seu argumento único de venda (USP). Outros produtores que estão a surgir localizam-se nas Américas, como em El Salvador, Nicarágua ou nos [Estados Unidos](#).

As empresas de processamento europeias jogam um papel relativamente pequeno na cadeia de valor da Moringa. Dado que as folhas de Moringa devem ser processadas pouco depois da colheita, grande parte do processamento ocorre no país de origem. Os processadores europeus, por vezes, envolvem-se na padronização do pó da folha de Moringa, por exemplo, em relação ao [teor de proteínas](#) ou de [omega-9 e da vitamina E](#).

As empresas indianas também competem a este nível de processamento. Algumas até produzem ingredientes registados como propriedade intelectual. Por exemplo, a empresa Sabinsa desenvolveu um [ingrediente padronizado a partir das folhas secas da Moringa oleifera](#) com um nível mínimo padronizado de actividades antioxidantes. As empresas indianas também produzem produtos finais com base na Moringa, como no caso da empresa [Grenera](#).

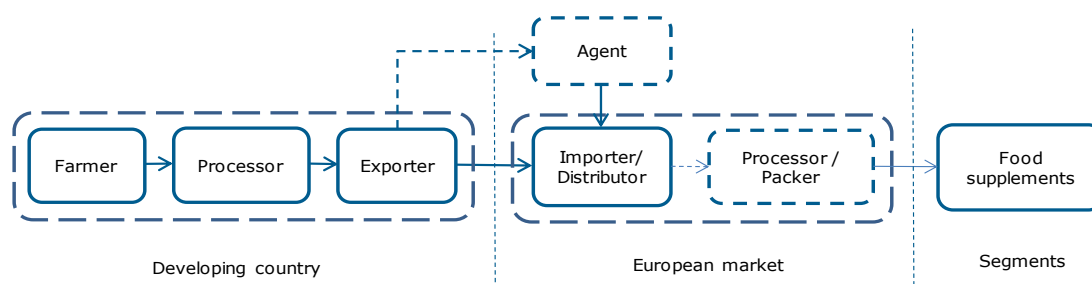
Dicas:

- Assegure uma boa colheita, pós-colheita e o processamento e documentação/certificação adequada para explorar oportunidades de agregar valor ao seu produto. Use isso para competir com a Índia. Crie um argumento único de venda (USP) com base na qualidade dos seus produtos, na certificação orgânica ou na sua história de marketing.
- Certifique-se de que consegue obter um retorno adequado dos investimentos usando a melhoria da qualidade. Melhore a qualidade de acordo com os requisitos do seu comprador (especificações). Explore o que estes estão dispostos a pagar.
- Assegure a rastreabilidade do seu produto. Seja franco em relação a qualidade e a quantidade que pode fornecer, e a que preço.
- Verifique sempre se o seu comprador europeu está interessado em Moringa certificada (orgânica).
- Ajude os fabricantes a fazer a sua história. Por exemplo, através da documentação e visualização do seu produto e da proposta de valor único da empresa. Os fabricantes de produtos finais que se posicionam como um negócio sustentável podem usar isso para promover o produto final na Europa.
- Consulte as nossas [dicas para fazer negócios](#) para mais informações.

5. Através de que canais pode introduzir a Moringa no mercado europeu de produtos saudáveis?

Canais de mercado

Figura 3: Canais do mercado para a Moringa usada para os suplementos alimentares



Fonte: ProFound

A figura acima mostra que a agricultura, o processamento e a exportação são actividades que nos países de origem, muitas vezes, encontram-se combinadas na mesma empresa. Muitos importadores europeus também combinam diferentes actividades. Muitas vezes, colocam a Moringa em embalagens de consumo ostentando a sua própria marca ou a marca do seu cliente.

Os importadores são essenciais no actual mercado da Moringa na Europa. O mercado é ainda bastante pequeno e consiste em muitos pequenos retalhistas e fabricantes. Estas empresas de um modo geral não estão interessadas em ser elas próprias a importar. Elas adquirem pequenas quantidades e preferem comprar a importadores reputados que possam oferecer preços baixos e reduzir os riscos.

Assim, os importadores e os distribuidores são o ponto de entrada mais importante para o mercado europeu da Moringa. Eles podem comercializar até 500 ingredientes naturais, juntamente com outros ingredientes (sintéticas). Eles concentram-se em:

- Aquisição a partir de qualquer parte do globo,
- Análise e controlo da qualidade,
- Padronização,
- Embalagem,
- A documentação do produto, e
- Vendas aos processadores e fabricantes de suplementos alimentares.

O comércio directo com os retalhistas e fabricantes só se tornará efectivamente viável quando o mercado da Moringa se expandir, e estes actores incrementarem as suas aquisições de Moringa. Poderá então usar as economias de escala para a aplicação de preços mais baixos.

Dicas:

- Invista na qualidade dos seus produtos antes de entrar para o mercado. Deve ter pelo menos um sistema HACCP para a gestão da segurança dos alimentos. Deve demonstrar a conformidade do seu produto com as normas internacionais tendo como suporte o certificado de análise. Muitos compradores europeus perdem interesse quando um novo fornecedor entrega um produto de baixa qualidade; por isso, dispõe de uma oportunidade de convencer estes compradores relativamente a sua empresa e o seu produto.
- Faça uso da experiência e conhecimento dos importadores e agentes europeus especializados, em vez de abordar directamente os fabricantes de suplementos alimentares.
- Considere a possibilidade de trabalhar com um agente ou representante, que goze de boa reputação, para ajuda-lo a entrar para o mercado,
- Veja os nossos estudos sobre os [canais e segmentos de mercado de ingredientes naturais para produtos saudáveis](#) e [dicas para identificar compradores](#) para mais informações.

6. Quais são os preços de mercado finais da Moringa?

Sendo o principal fornecedor de Moringa, a Índia dita o preço global do produto. Vai ser difícil competir em termos de preço com a maioria dos produtores de Moringa da Índia. Dado que as empresas indianas operam em grande escala, elas conseguem praticar preços baixos. Os principais preços de importação para o mercado europeu são:

- Grandes lotes (>1 tonelada) de pó de moringa (da Índia): em média, cerca de € 5 /kg
 - o O pó de moringa convencional (não-certificado) geralmente tem um preço mais baixo: da ordem de 4 € /kg.
 - o O pó de moringa orgânica certificada é habitualmente vendido a preço mais alto: podendo chegar a € 7 /kg.
- Pequenos lotes (< 1 tonelada) de pó de moringa: em média, cerca de € 10 /kg
 - o Pó de moringa convencional: cerca de € 8-10 /kg
 - o Pó de moringa orgânica certificada: os preços podem chegar a € 10-12 /kg.

Os preços das folhas de moringa são ligeiramente inferiores em relação ao preço do pó.

Devido ao comércio altamente fragmentado da moringa, alguns retalhistas (online) oferecem preços ao consumidor tão elevados que podem atingir 135 € /kg de Moringa em pó. Estes preços altos são o resultado de volumes de vendas de retalhistas online e da ineficiência da sua logística. A tabela abaixo explica como tais preços são formados.

Tabela 3: Análise de preços indicativos de 1 kg de pó de moringa a retalho na Europa

Componente do preço	Comparticipação em €
Exportadores	5
Importador no país de trânsito (incluindo frete)	10
Tarifa de importação (0% no Sistema de Preferências Generalizadas)	0
Importador no país de destino (incluindo frete)	10
Embalador e distribuidor	20

Translation supported by

giz Deutsche Gesellschaft
für Internationale
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



CBI
Ministry of Foreign Affairs

Retalhista on-line (incluindo os custos de entrega)	49
IVA (6%)	6
Total	100

Fonte: ProFound

Dicas:

- Certifique-se de que o seu preço reflecte os níveis de qualidade e as condições de entrega.
- Mantenha-se informado sobre a situação da colheita, particularmente na Índia. A Isto irá ajudá-lo a antecipar a evolução dos preços da Moringa. Pode pedir essa informação aos importadores.
- Verifique se os preços que pode oferecer reflectem o seu cálculo dos custos, incluindo um preço decente para os seus fornecedores.

Leia a nossa [exoneração de responsabilidade em relação as informações do mercado](#).