

- contabilidade e reporting •
- assessoria fiscal •
- recursos humanos •
- corporate finance •
- risco e compliance •
- seguros •
- formação •

moneris

Agricultura Outlook Primavera

Impacto COVID-19

Maio 2020

moneris.pt

Agricultura Outlook

Impacto COVID-19

Ao longo deste documento, existe uma breve análise do setor vegetal e do setor animal sobre o ano de 2019. Face à inexistência de dados concretos, destacam-se alguns impactos de curto prazo gerado pela pandemia e algumas previsões de produção e consumo deste ano de 2020. Procurámos, nas atividades em destaque, aportar uma visão e análise colaborativa de produtores e distribuidores, aos quais uma vez mais agradecemos este importante contributo.

Índice

Introdução	3
Editorial	4
Introdução	5
COVID-19 Síntese	7
Dados gerais agricultura	8
Reflexões do setor	9
Setor vegetal	10
Considerandos	11
Culturas Temporárias: Cereais de Inverno	12
Culturas Temporárias: Culturas de Verão	13
Frutas e Hortícolas	14
Frutas	15
Reflexões do setor	16
Azeite	17
Reflexões do setor	20
Vinho	21
Reflexões do setor	23
Setor Animal	24
Considerandos	25
Setor Animal	26
Reflexões do setor	28
Centros de Competência Agricultura	29

Ficha técnica

Fontes: INE, Banco de Portugal, Observador, Agroportal, APCOR, HiperSuper, Anpromor, IFAP, Instituto Vinho e da Vinha, FAO, Organisation Internationale de La Vigne et du Vin, European Commission, Expresso Economia, Jornal de Notícias, Jornal de Negócios, Agrote, Ricepedia, FIPA, Agrotec, Eurostat, PorData.

Este documento contém unicamente informação de carácter geral, pelo que não pode constituir aconselhamento ou prestação de serviços profissionais pela Moneris. Qualquer indivíduo ou entidade, antes de qualquer ato ou omissão que o(s) possa(m) afetar, deve(m) aconselhar-se com profissionais devidamente qualificados. A Moneris não pode ser responsabilizada por quaisquer danos ou perdas sofridos pelos resultados que advinham da tomada de decisões baseada neste documento. Para informações adicionais, deverá contactar a Moneris.

Agricultura Outlook

Introdução

Editorial	4
Introdução	5
COVID-19 Síntese	7
Dados gerais agricultura	8
Reflexões do setor	9

Uma primavera marcada pelo impacto do COVID-19

Esta Primavera fica sem dúvida marcada pela emergência de saúde pública mundial, causada pelo vírus COVID-19 e pela declaração de pandemia pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no passado dia 11 de março de 2020. A propagação dos impactos fez-se sentir aos mais diversos níveis. A agricultura por si só viu-se confrontada com uma série de desafios e pressões, sobretudo porque na sua génese está a alimentação e, por isso, seria impensável parar e/ou abrandar as atividades do setor. É preciso reposicionar o setor primário e atribuir-lhe o devido valor e, assim, esta crise poderá ser uma oportunidade.

Oportunidade porque independentemente do peso do setor agrícola em Portugal, os outros setores da economia não subsistem sem agricultura. É necessário alimentar toda a economia e o défice alimentar em Portugal continua a ser dos mais altos da UE-28 (10% do total das nossas importações), o que significa que dependemos dos outros países para nos alimentarmos. São dados preocupantes, ainda mais quando esta pandemia demonstrou a interdependência mundial e o que poderia causar um corte nas cadeias de abastecimento alimentar a nível global.

Ainda que sejamos auto-suficientes em determinados produtos, como sejam o vinho e o azeite, é necessário induzir os nossos agricultores numa estratégia de investimento, apoiada nas necessidades do país, visto que o grau de auto-provisionamento é relativamente baixo em determinados produtos, como sejam, os cereais e a carne, fulcrais para a base alimentar da nossa população.

A disrupção na agricultura no período pós-crise prende-se com necessidades imediatas, mas ao mesmo tempo condicionadas pelas questões ambientais e a pressão da produção, por via da incorporação tecnológica e aceleração da agricultura 4.0. Obviamente que a visão dos agricultores se centrará nas oportunidades, e essas poder-se-ão recentrar nas necessidades mais próximas e na auto-suficiência por via de reajustamento de programas estratégicos que acompanhem a tal nova visão emergente da atual crise. Pede-se neste caso estreita colaboração entre os produtores, reguladores e Governo.

Acreditamos que existirá uma geração pós e pré Covid, com novos hábitos, novos costumes, novas visões e crenças, que contribuirão para uma alteração de paradigma na agricultura em Portugal, e na UE e na relação que é estabelecida entre a cadeia de produção, a agro-indústria, a distribuição e um consumidor mais consciente e solidário.

Não haja ilusões que Portugal, a Europa e o Mundo estão a enfrentar uma grave recessão económica, que perdurará ao longo dos próximos anos. É, por isso, premente o reposicionamento e reforço da nossa agricultura.

João Gomes

Partner
Responsável pelo
Centro de Competências
da Agricultura

Posicionamento da agricultura em Portugal

Atendendo à emergência de saúde pública mundial, causada pelo vírus COVID-19, declarada pandemia pela Organização Mundial de Saúde (OMS) no passado dia 11 de março de 2020, importa desde já salientar a importância da agricultura e a sua dependência como necessidade básica.

A agricultura é um setor que, de uma maneira ou de outra, existe para alimentar o mundo e, por isso, seria impensável parar e/ou abrandar as atividades do setor. O agricultor é fulcral no abastecimento das cadeias.

“Prateleiras vazias podem ser assustadoras, mas os campos vazios podem ser devastadores!”
Zippy Duvall - Presidente American Farm Bureau Federation



Imaginemos por exemplo se deixássemos de alimentar os animais?
Se deixássemos de cuidar dos pomares, das hortícolas?
Se não se semeassem os campos?

Um atraso ou um agravamento que dificulte tais atividades levaria a resultados catastróficos para a Humanidade, num curto, médio e longo prazo, pois após uma crise sanitária, assistiríamos a uma crise alimentar.

É preciso reposicionar o setor primário e atribuir-lhe o devido valor, e esta crise será uma oportunidade. Desta forma, devemos sintetizar alguns impactos que esta pandemia provocou, analisar as preocupações geradas que levaram à adoção de medidas imediatas e refletir sobre futuras ameaças ao setor e previsões de consumo.

Sabemos que, em valores reais, a indústria agrícola pesa 1.1% do PIB UE-28, mas ela é indispensável ao funcionamento de todos os outros setores. Em Portugal, representa 1.7% do PIB e emprega 7% do total da população empregada.

As medidas de confinamento, para proteção da população, e consequente abrandamento da propagação do vírus, levam à falta de mão-de-obra generalizada e a falhas de recursos essenciais, não garantindo os ciclos produtivos.

Para além da proteção extraordinária que as empresas devem assegurar aos seus trabalhadores no exercício das suas funções, soma-se o desafio da falta de recursos humanos, pelo que foram adotadas medidas de apoio à contratação para empresas agrícolas e do setor agroalimentar, de modo a evitar interrupções na produção e no abastecimento regular de alimentos à população.

Outro problema prende-se com o câmbio da procura causado pelas alterações e padrões de consumo de curto prazo, que resultam num excedente de alguns dos bens não essenciais e a falhas de bens.

Desta forma, é essencial repensar nos canais de distribuição e em novos modelos de negócios, para que se possa escoar o excedente e produzir o que está em falta, garantindo a sobrevivência de pequenos e médios produtores.

Neste cenário, existem diferentes perspetivas de análise:

- Aqueles cuja produção depende dos mercados externos e se viram obrigados a interromper essa distribuição, pelas limitações fronteiriças e quebras abruptas na procura externa; ou
- Aqueles produtores que dependiam do canal HORECA e de pequenos comércios repensaram em novos canais de distribuição para garantir o escoamento da sua produção minimizando o desperdício.

No caso dos produtores de flores e plantas ornamentais, o mercado ficou suspenso na totalidade e, infelizmente, o resultado é absolutamente destruidor, com quebras de 80-85% das vendas, sendo que o maior volume de vendas ocorre entre as semanas 10 a 23, coincidente com a pandemia.

Em 2019 em Portugal, um dos principais produtos responsáveis pela evolução positiva das exportações foram as frutas (+58,4M€), com destaque para os frutos de pequena baga. A exportação do vinho, até outubro de 2019, bateu recordes, atingindo valores de 678 milhões de euros, um crescimento de 4%, em que os principais destinos fora da UE foram e são os EUA, Brasil e Angola. Infelizmente, prevê-se que este saldo positivo não se vá repercutir este ano.

Portugal é também o terceiro maior exportador de azeite na UE e, só em 2019, exportou 56 mil toneladas para fora da UE, correspondendo a 257,1 milhões de euros para os produtores nacionais, sendo que a maior parte destas exportações têm como destino principal os EUA, Brasil e Japão, cujas fronteiras estão, neste momento, condicionadas. No entanto, os maiores consumidores são os principais produtores e, com hábitos de consumo diferentes, a procura destes países deverá cair, pelo que sabemos de antemão que haverá um excedente de produção mundial de azeite, e consequentemente uma descida nos preços. No mercado interno, Portugal exportou 321 milhões de euros.

Os pequenos produtores nacionais, cuja produção só dependia do canal HORECA, como é o caso dos queijos, ovinos, caprinos e os leitões, esta Primavera saíram altamente prejudicados e, imediatamente repensaram em novos canais de distribuição. Ainda assim, o grande problema prende-se com o facto do comportamento do consumidor em casa ser totalmente diferente dos hábitos alimentares num hotel (enquanto estamos de férias), num restaurante (enquanto desfrutamos de uma refeição fora de casa) e até mesmo nos cafés. Mesmo que toda a população esteja a consumir mais em casa, nunca será compensatório ao que se consumia fora de casa, para certos mercados. E mesmo quando tudo voltar à “normalidade” o consumo será diferente.

Os consumidores procuram o comércio online e vão menos vezes às compras, pelo que a sua compra é mais racional, preferem produtos com uma maior longevidade, o que afeta os bens perecíveis.

Proteger o pequeno agricultor tem efeitos bilaterais muito positivos. Para além de sustentarem a economia local e a promoção nacional, existe uma contribuição geral para a pegada carbónica generalizada.

Tem existido, de facto, uma escolha emotiva e racional do consumidor na procura de bens de proximidade e esperemos que esse hábito se mantenha e que se possa proteger e manter o que é nacional.

O défice alimentar em Portugal continua a ser dos mais altos da UE-28. 10% do total das nossas importações são agrícolas (4º setor que mais importa), o que significa que dependemos dos outros países para nos alimentarmos. Ainda que em 2018, continuemos autosuficientes em vinho, azeite, leite, mel, ovos, hortícolas, arroz e tomate, não é suficiente na nossa cadeia de alimentar. O grau de autoaprovisionamento nos cereais está abaixo de 25%, na carne abaixo de 76% e nas frutas de 68% (ainda que em algumas frutas sejamos autosuficientes).

Em 2019, ainda que com uma ténue melhoria, mantivemos o saldo da balança alimentar negativo.



Iremos aproveitar esta crise para repensar no modelo de produção agrícola de Portugal, combatendo a dependência alimentar exterior?

A inflação em Portugal mantém-se com valores nulos. A descida acentuada dos preços dos produtos energéticos anulou o efeito do aumento dos preços dos alimentos. Segundo dados mais atuais do INE, os preços energéticos caíram em abril 9.1%, após uma queda de 3.7% no mês de março. Já os produtos alimentares subiram 8.4% em abril, devido à forte procura registada, levando ao maior consumo destes alimentos por parte dos portugueses.

Ainda, e não menos importante, a disrupção na agricultura no período pós-crise prende-se com a necessidade imediata em proteger o ambiente: incorporando a tecnologia, atingindo níveis de produção cada vez maiores, mas com menores fatores de produção. Existirá uma geração pré e pós Covid. Existem novos hábitos, novos costumes e maior consciência.

Sabemos desde já, que Portugal, a Europa e o Mundo estão a enfrentar uma grave recessão económica, que perdurará ao longo dos próximos anos. É premente que o Mundo se una, proteja, promova, e repositone a agricultura, pois só ela poderá alimentar o Mundo!



“The farmer is the only man in our economy who buys everything at retail, sells everything at wholesale, and pays the freight both ways.”
John F. Kennedy

Fontes:

INE, Banco de Portugal, Observador, Agroportal, jornal de Negócios, Expresso

COVID-19 - Síntese

A propagação continua a aumentar em termos mundiais. Portugal superou os 21 mil infetados, mas com taxas de crescimento muito inferiores aos restantes países. Da crise sanitária nasceu uma crise económica mundial.

Mundo

+ 3,6 M
de infetados

+ 250 mil
mortes

Portugal

+ 25 mil
confirmados

+ 250 mil
suspeitos

+ 1000
mortes

+ 1700
recuperados

Previsões

-8%
FMI

-3,7, -5,7%
PIB

-12,1%
Exportações

+10%
Desemprego

Fontes:

Dados atualizados a 7 de Maio, Direção Geral de Saúde e OMS, Projeções Económicas 2020 - Banco de Portugal

Dados gerais Agricultura

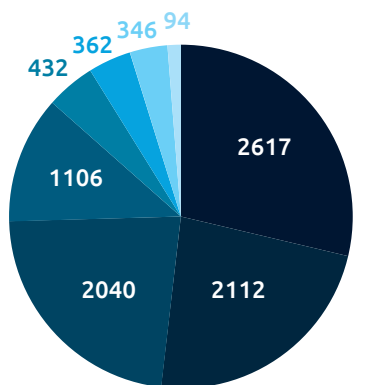
Produção Agrícola 2019 +2,8%
em volume e +0,7% em preços,
dados provisórios INE

PIB 1,7%
10.º país com valor + elevado
(1,5% PIB UE-28)

Emprego 7%
(4,1% média UE-28)

+5,8% Rendimento atividade agrícola 2019 (vs. 2018)

Produção Agrícola 2018 (mil ton.)



■ Cultura permanente
■ Hortícolas
■ Leite fresco
■ Cereais
■ Cultura temporária
■ Carne suína
■ Carne aves
■ Carne bovino

Défi-
ce
alimentar

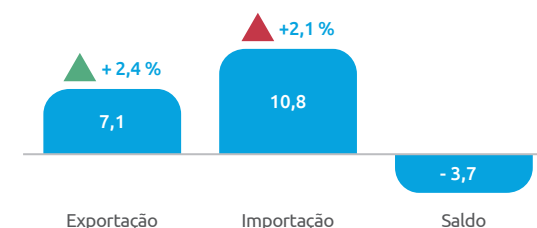
Autoaproveitamento de Balança Alimentar



86% Autoaproveitamento

10% do total das importações agricultura (4.ª posição)

Comércio Internacional
produtos alimentares e bebidas em 2019



Principais produtos responsáveis pela evolução positiva das exportações: frutas (+58,4M€, a destacar frutos pequena baga), madeira, carvão, bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres (+53,8M€), hortícolas (+37,6 M€) e preparação à base de cereais (+27,1%).

Fontes:

Produção Agrícola: European Commission "Agriculture 2018" | Comércio Internacional: INE GPP | Autoaproveitamento: INE

Produção nacional como ferramenta na recuperação.

Numa época de confinamento, onde as pessoas passam a maior parte do seu tempo em casa e as suas prioridades são revistas, verifica-se naturalmente uma alteração nos hábitos de consumo do cliente. Por outro lado, sobretudo pelo encerramento da restauração, os clientes são obrigados a fazer mais e novas refeições em casa e estão a consumir muito mais. Consequentemente, as categorias que têm sentido mais impacto nesta fase, na área dos Produtos Frescos, são as de Gastronomia, Pastelaria e Padaria que contrariam as tendências de aumentos nas restantes, como as frutas e verduras, talho, peixaria, charcutaria e queijaria.

Numa primeira fase da pandemia, houve uma tendência para o aumento da procura de produtos de sobrevivência – os ditos bens de primeira necessidade – seguido de produtos de degustação e de entretenimento. O boom da confecção de pão em casa é um bom exemplo desta nova realidade. Segundo um estudo, nas primeiras duas semanas do surto, existiu um aumento de 100 a 130% nas vendas de comida já preparada, congelados, frescos, água engarrafada e produtos básicos como arroz, conservas, leite, legumes, massa, etc.

Apesar do contexto de quase «necessidade de sobrevivência», nesta fase o comprar o que é nosso tem sido uma preocupação do consumidor. No entanto, esta é uma tendência que já se tem verificado há algum tempo. Hoje, dado o impacto económico da pandemia, tem-se verificado uma maior onda solidária em torno

da produção nacional. No entanto, para a Auchan esta não é uma preocupação nova. Sempre privilegiámos os produtos nacionais, com especial atenção à produção local. Prova disso é que cerca de 90% dos nossos produtos são comprados a fornecedores portugueses e a maioria dos nossos produtos frescos são portugueses.

Mas a nossa aposta na valorização do que é nacional e, sobretudo, do que é Local não é de agora. É uma militância que já dura há 25 anos, numa relação com pequenos produtores, num raio de proximidade das lojas de 50 km, que respeita os negócios de cada um e garante que todos colhem os frutos justos do seu trabalho. E mantemos uma busca constante de parceiros locais que nos garantam os produtos mais frescos e com a maior qualidade. Hoje trabalhamos com centenas de produtores locais, cujas entregas são feitas loja a loja e que produzem mais de 700 artigos que comercializamos nos nossos espaços de norte a sul do país.

Para além disso, temos uma produção controlada, assente numa política de responsabilidade social que apoia a comunidade e os pequenos produtores, numa estratégia com respeito pelas pessoas que produzem os seus produtos, no que diz respeito ao emprego, equidade e sustentabilidade. A parceria com os produtores é igualmente baseada numa política económica viável e sustentável a longo termo para todos, com um preço acessível para o consumidor.

Nuno Henrique Passadinhas

Fresh Food Director,
Auchan



Agricultura Outlook

Setor Vegetal

Considerandos	11
Culturas Temporárias: Cereais de Inverno	12
Culturas Temporárias: Culturas de Verão	13
Frutas e Hortícolas	14
Frutas	15
Reflexões do setor	16
Azeite	17
Reflexões do setor	20
Vinho	21
Reflexões do setor	23

Reposicionar o setor primário.

É preciso reposicionar o setor primário e atribuir-lhe o devido valor e, assim, esta crise será uma oportunidade.

A agricultura é um setor que, de uma maneira ou de outra, existe para alimentar o mundo e, por isso, seria impensável parar e/ou abrandar as atividades do setor.

Para alguns produtores que dependiam de outros setores, como a restauração e o turismo, esta crise tem tido efeitos nefastos, o que implica a sua reinvenção e a procura de apoios por parte dos mesmos.

Sabemos que, em valores reais, a indústria agrícola em Portugal representa 1.7% do PIB (1.1% UE-28a e emprega 7% do total da população empregada. O défice alimentar em Portugal continua a ser dos mais altos na Europa e, só em 2019, 10% do total das nossas importações são agrícolas, o que reflete uma dependência alimentar.

Ainda que em 2018 sejamos autosuficientes em vinho, azeite, leite, mel, ovos, hortícolas, arroz e tomate, não é suficiente! O grau de autoaprovisionamento nos cereais está abaixo de 25%, na carne, abaixo de 76% e nas frutas é de 68% (ainda que em algumas frutas sejamos autosuficientes).

Em 2019, apesar de uma ténue melhoria, mantivemos o saldo da balança alimentar negativo.

Iremos aproveitar esta crise para repensar no modelo de produção agrícola de Portugal, combatendo a dependência alimentar exterior?

Também, e não menos importante, a disrupção na agricultura no período pós-crise prende-se com a necessidade imediata em proteger o ambiente: incorporando a tecnologia, atingindo níveis de produção cada vez maiores, mas com menores fatores de produção. Existirá uma geração pré e pós Covid. Existem novos hábitos, novos costumes e maior consciência.

Portugal, a Europa e o Mundo estão a enfrentar uma grave recessão económica, que perdurará ao longo dos próximos anos. É, por isso, premente que o Mundo se una, proteja, promova, e reposicione a agricultura, pois só ela poderá alimentar o mundo!

Teresa Lemos

*Manager de Risco &
Compliance (Estratégia)*

Culturas Temporárias: Cereais de Inverno

As estimativas de produção de cereais são favoráveis, tendo sido pouco afetadas pelo COVID-19. De acordo com os dados partilhados pela Comissão Europeia, prevê-se que a produção de 20/21 atinja um novo pico. Na Europa, atingiram 294 M t em produção (-2,2%) ligeiramente abaixo do ano anterior, mas acima da média dos últimos 5 anos: trigo 131 e milho com 70 Mt.

Estima-se algum dinamismo no lugar das exportações, com +30M t de trigo e do lado das importações +19M t (+34% vs. os últimos 5 anos).

A área de cereais de outono/inverno cultivada em Portugal em 2019 foi a menor dos últimos 100 anos.

Em Portugal, com as sementeiras praticamente concluídas e o desenvolvimento vegetativo a decorrer normalmente, estima-se, pelo sétimo ano consecutivo, uma redução da área instalada de cereais de inverno, nomeadamente no trigo mole e aveia (-5%), no triticale e cevada (-10%) e no trigo duro (-15%).

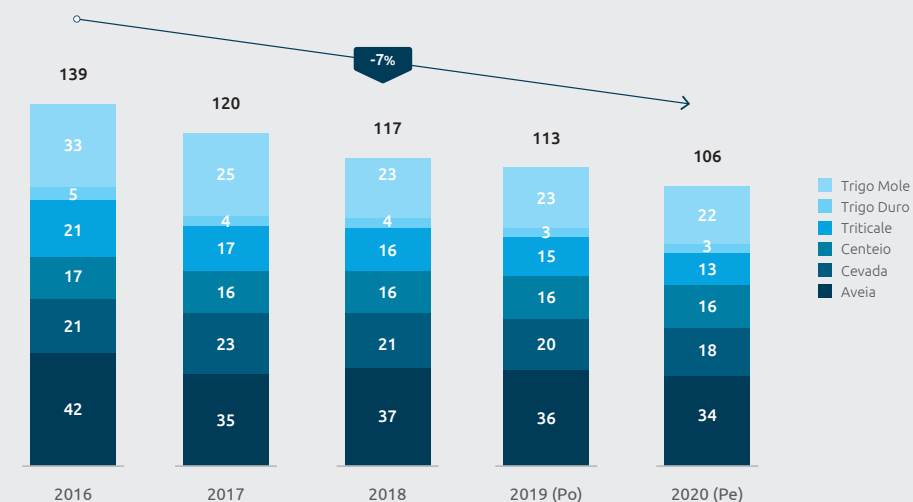
Portugal é altamente deficitário em cereais, um dos países com o menor grau de aprovisionamento de cereais (<23% das necessidades), apesar de nos últimos anos exportar milho e arroz. A redução de produção deve-se sobretudo à valorização de culturas permanentes, como é o caso do olival e do amendoal.

Ainda assim, as previsões agrícolas, em 31 de março, apontam para um aumento generalizado da produtividade dos cereais de outono/inverno face à campanha anterior (+5% no trigo e aveia e +10% no triticale), consequência de condições meteorológicas favoráveis que conduziram a um avanço de duas semanas no ciclo de desenvolvimento vegetativo das culturas.

Fontes: INE, Agrotec, Eurostat

Produção Europeia – Previsão Primavera

Cereais	19/20	20/21
Produção	↑ +9,4%	● -2,2%
Exportações	↓ -20%	● -2,2%
Importações	↓ -8,3%	↓ -12%
Consumo	↑ +40%	↓ -18%



Culturas Temporárias: Culturas de Verão

Em 2018, os cereais representaram cerca de 3,4% da produção agrícola nacional, constituindo o milho em grão a componente com maior peso na produção cerealífera (58%), seguido do trigo (17%) do arroz (16%).

Em 2018, foram exportadas cerca de 305 mil toneladas, 89% das quais milho. Nos últimos 4 anos, as exportações de milho quase que quadruplicaram.

Em 2019, as temperaturas mais amenas e menor luminosidade do mês de julho e agosto foram os principais motivos para a diminuição da produção da cultura do arroz (menos 5% face à campanha anterior), atingindo cerca de 153 mil toneladas e posicionando a campanha como a menos produtiva da última década.

A produtividade das searas do milho colhidas estima-se que foi muito semelhante à da campanha anterior, atingindo as 700 mil toneladas.

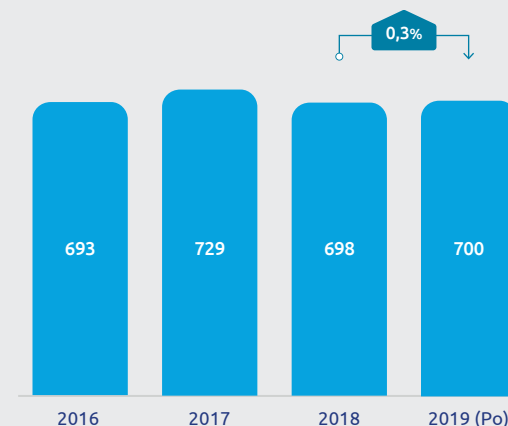
Para 2020, estima-se que, em termos de níveis de produtividade, estas culturas não sejam afetadas. Apenas por questões meteorológicas, existe um atraso nas sementeiras que resultará num atraso nas colheitas, equiparando à colheita de 2018.


No entanto, pode existir alguma volatilidade nos preços praticados, uma vez que se tratam de *commodities*.

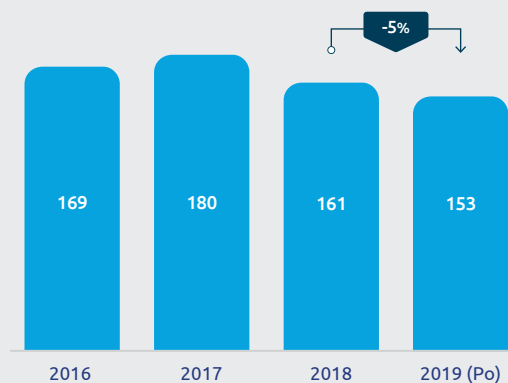
Fontes: INE, Agrotec, Anpromis

Produção Portugal (1000t)

 Milho



 Arroz



Frutas e Hortícolas

Em 2019, a produção vegetal aumentou em +4.8%, o que contribuiu para os valores positivos na produção agrícola nacional em +2.8%.

Este setor, tem tido uma evolução muito positiva ao longo dos últimos 10 anos: atingiu os 3,6 M€ e +50% da sua produção é para exportação.

A evolução dos hortícolas frescos, nos quais se inclui o tomate, registou um acréscimo de 12,4% face ao período anterior. No caso particular do tomate para indústria, as produtividades médias alcançadas estarão ao nível das mais elevadas, perspetivando-se um acréscimo de volume de produção (+17,4%) e uma descida de preço (-10,3%).

A colheita de tomate para a indústria ultrapassou os 1.4 milhões de toneladas, atingindo o nível de produtividade mais elevada da série estatística 1968-2018.

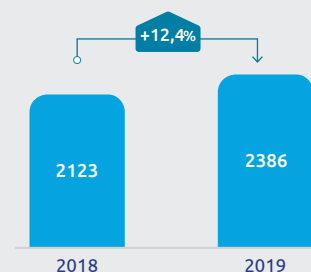
Nos hortícolas frescos, relativamente ao comércio internacional, Portugal tem um saldo negativo de (-) 406 683 toneladas e (-) 90,8 M€. Pelo contrário, nos hortícolas congelados, Portugal tem um saldo positivo de 15 755 toneladas e 11,3 M€.

O principal importador de frutas e legumes portugueses continua a ser a Espanha, seguida pela França, Países Baixos e Reino Unido. A Alemanha completa o top cinco.

No início da crise COVID-19, a procura das hortícolas não perecíveis, como a batata, cebola, cenoura e tomate, aumentou de forma abrupta e os preços valorizaram muito. São frescos de despensa e com elevada procura. Quanto às hortícolas mais perecíveis, como a alface, a procura diminuiu e, em alguns casos, os preços desceram. A perceção errada de serem produtos transmissores da COVID-19 levou a esta redução.

Fontes: INE, Eurostat

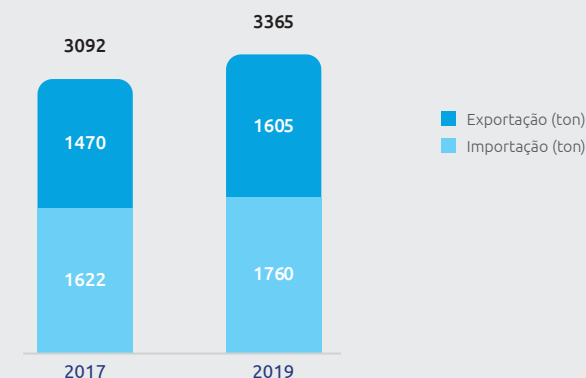
Produção Nacional Hortícolas (1000 ton) ^{Pe}



+ 17% de Tomate p/Indústria

Representa +55% do volume de culturas hortícolas

Balança Comercial Frutas e Hortícolas (M€)



Frutas

2/3 da produção de frutas da Europa está concentrada em Espanha, Itália e na Polónia, com 33%, 22% e 13%, respetivamente. Portugal ocupa o 7º país com maior dimensão de pomares.

A campanha de maçãs de 19/20 da UE prevê uma queda de 7%, 10% abaixo da média dos últimos 10 anos. Ao inverso, espera-se um aumento da procura em +12% face ao período homólogo, devido às alterações de consumo provocadas pela pandemia. No entanto, prevê-se uma quebra na exportação de maçãs.

A produção de laranja foi pouco ou nada afetada pela pandemia. No entanto, o seu consumo aumentou, provocando aumento generalizado nos preços.

Em 2019, Portugal aumentou 15% a produção da maçãs. Já a produção de pêras caiu cerca de 6% e 10% em relação à média dos últimos 5 anos. Portugal tem um grau de autoaprovisionamento de maçãs de 101,3% e um grau de abastecimento de 78%. Os principais destinos são Espanha, Brasil e Reino Unido.

Relativamente à produção de pêra, Portugal tem um grau de autoaprovisionamento de 189,6% (dados de 2018). Os principais destinos são Brasil (39%), Reino Unido (17%) e França (12%). Na produção da laranja, Portugal tem um grau de autoaprovisionamento de 97%.

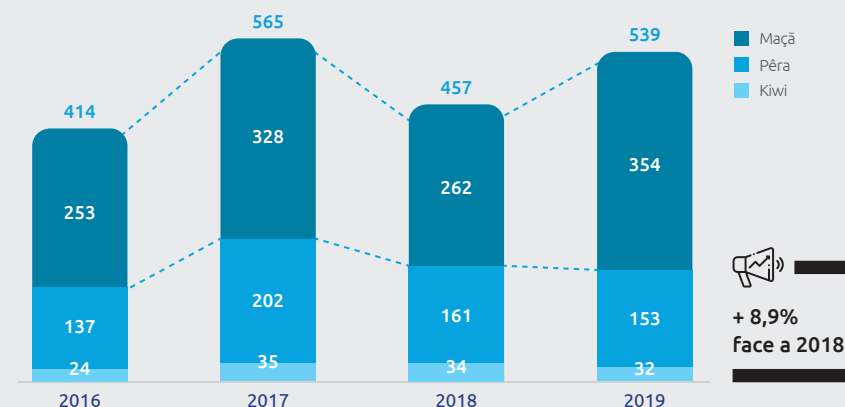
As cotações da framboesa, como é um produto de fraca conservação, desvalorizaram. Portugal ocupa o 7º lugar em volume de produção.

Fontes: INE, Eurostat

Produção Europeia – Previsão Primavera

	🍏 Maçãs		🍊 Laranjas	
	18/19	19/20	18/19	19/20
Produção	+24% ↑	-7.0% ↓	+4.3% ➡	-2,1% ➡
Exportações	+52% ↑	-26% ↓	+11% ↑	-5% ↓
Importações	-13% ↓	-3.0% ➡	-3.1% ➡	0% ➡
Consumo	+3.1% ↑	+12% ↑	+2.5% ➡	1.5% ➡

Produção Nacional Frutas (1000 ton) Pe



Produção nacional como ferramenta na recuperação.

Segundo um estudo realizado pela maior feira mundial do setor - (*Fruit Logistica Trend Report 2*) - as compras de frutas e legumes no mundo atingiram 2,1 triliões de euros em 2015 e este valor crescerá para 4,8 triliões de euros em 2030. Este crescimento gigantesco nos próximos dez anos está relacionado com o aumento da população mundial, principalmente na Ásia, e uma maior consciência por parte dos consumidores em privilegiarem dietas mais equilibradas e saudáveis onde as frutas e legumes terão um aumento da procura. A Europa foi responsável por 21% das compras em 2015 mas estima-se que o seu peso vai decrescer para 16% em 2030. A Ásia que em 2015 registou 46% das compras, em 2030 irá representar 56%. O consumo de frutas e legumes crescerá em Portugal e na Europa mas o seu peso nas compras mundiais diminuirá devido ao nosso decréscimo demográfico.

O valor da produção do setor das frutas, legumes e flores em Portugal passou pela primeira vez os três mil milhões de euros em 2019 (3.079 M€). O setor exportou 52% do que produziu duplicando o valor das exportações, na última década, que passou de 780 milhões de euros em 2010 para 1.605 milhões de euros em 2019. O primeiro trimestre de 2020 registou um aumento das exportações de 10% em valor.

Portugal exporta principalmente para países da União Europeia. Em 2019 apenas 15% do valor das exportações do setor foram para países terceiros, tendo 85% seguido para países da UE. Espanha lidera com cerca de 31% (491M€), seguido de França com 13% (204M€), da

Holanda com 10% (152M€), do Reino Unido com 9% (143M€) e da Alemanha com 7% (110M€). O canal horeca, o “*food service*”, e os mercados abastecedores têm uma grande importância nestes mercados europeus, como também o têm em Portugal, tendo a procura decrescido fortemente nestes canais de venda. O setor teve que se adaptar a esta nova realidade e procurou alternativas de escoamento recorrendo ao *on-line* e a novos clientes no canal do retalho e da indústria, principalmente em geografias europeias. A reputação ao nível da qualidade, serviço e segurança alimentar que os produtores e exportadores portugueses construíram na última década, com investimento em inúmeros eventos internacionais, muito contribuiu para conseguirmos alternativas de mercado. Os mercados estão a retomar lentamente a sua normalidade e acreditamos que os consumidores continuem a privilegiar uma dieta equilibrada e saudável onde os produtos do nosso setor farão parte das suas prioridades. O maior desafio será a retoma do poder de compra de muitos dos consumidores europeus que prevemos que seja demorada.

O sub-setor das plantas ornamentais e flores foi o mais afetado com esta pandemia devido ao cancelamento total de encomendas por parte de clientes de Espanha, França, Alemanha e Reino Unido nas últimas duas semanas de março e quase a totalidade do mês de abril. Este período de cinco semanas tem um peso de 20% (120 M€) sobre o valor total da produção que atingiu, em 2019, 602 milhões de euros. Neste contexto desafiante e difícil que o país, a Europa e o Mundo atravessam, as medidas rapidamente adotadas pelas empresas a nível das suas equipas, das colheitas, da normalização, da expedição e de alternativas

de escoamento foram decisivas para minimizar os impactos negativos da pandemia. A disponibilidade de mão-de-obra, a disponibilidade e acesso a água e o apoio ao investimento são os três pilares que necessitamos assegurar, esta década, a fim de mantermos este setor atrativo e em crescimento. O setor agroalimentar irá contribuir para aumentar a sustentabilidade do planeta, a nível ambiental, sem nos esquecermos que a sustentabilidade económica e social são igualmente importantes.

Gonçalo Santos Andrade

CEO & President,
Portugal Fresh

Azeite

A campanha de 2019 superou, pelo 3º ano consecutivo, os 3M t de azeite, ainda que destes três últimos anos, 2019 tenha sido o ano com menor produção.

Da produção não europeia, destacamos a Tunísia e a Turquia, com níveis de produção muito superiores aos de Portugal. Só em 2019, prevê-se que a Tunísia atinja 300 mil toneladas e a Turquia a rondar as 200 mil.

A produção de azeite europeu, que representa mais de 60% da produção mundial, registou uma quebra de -15%, tendo na sua totalidade rondado os 2Mt de azeite. Esta queda deve-se ao maior produtor, Espanha, que atingiu o nível mais baixo de produção nos últimos 5 anos, com uma queda de -35% do total de azeite produzido. Esta queda não foi compensada pelo aumento de produção registada nos restantes países europeus: Itália, Grécia e Portugal.

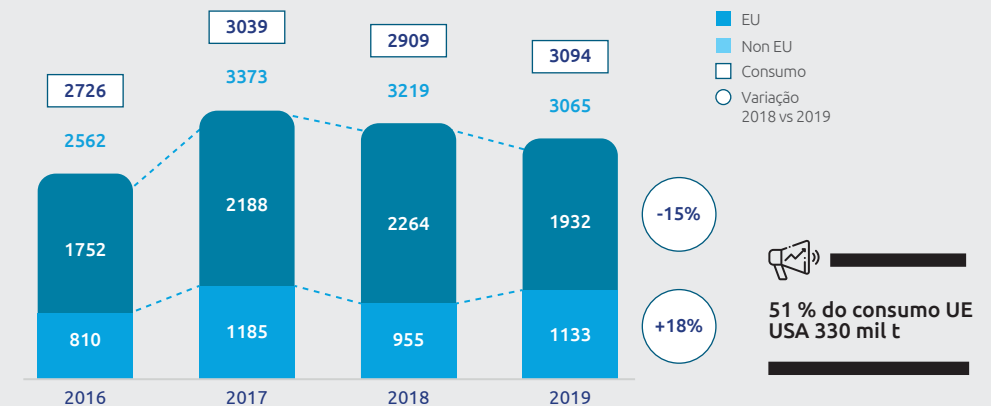
Apesar do excedente de *stock* ter efeitos imediatos sobre o preço praticado, com uma queda de quase 40% face à média dos últimos 5 anos, os preços têm vindo a estabilizar.

Também, em termos de exportações, a Europa continua a crescer em volume, mas a decrescer em valor.

Sendo os EUA o maior importador de azeite europeu, e mediante as tarifas impostas face ao Covid-19, prevê-se uma diminuição da procura.

Fontes: International Olive Council, Eurostat

Produção Azeite Mundial (1000t)

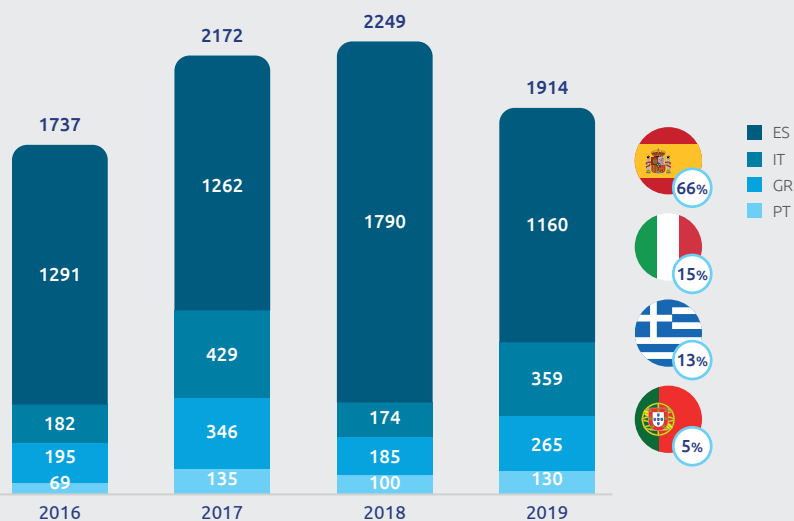


Exportações (1000 t)	17/18	18/19	19/20
USA	60,3	71,4	66,8
Brasil	25,5	22,8	34,5
Japão	15,4	19,0	22,0
China	14,8	16,3	16,6
Canadá	8,7	9,1	10,6

Representam 66 % das importações mundiais

Azeite

Produção Europeia (1000t)
(+60% da Produção mundial)



Produção Europeia — Previsão

Azeite	19/20	20/21
Produção	+3,4 %	-15 %
Exportações	+14 %	-8,3 %
Importações	-19 %	-4,8 %
Consumo	-5,8 %	+5,2 %

Transações internas (1000 t)

	ES	IT	GR	PT
ES	—	1,8	1,4	33,4
IT	84,3	—	22,5	11,3
GR	0,2	0,0	—	0,0
PT	38,4	0,0	0,0	—

Preços praticados (19/02/2020)

€/100 kg	ES	IT	GR	PT
EVOO	2,15	3,36	2,19	2,85
VOO	1,87	1,88	1,22	—

Valores até
19/02/2020

Fontes: International Olive Council,
Eurostat

Azeite

Em 2019, o teor de azeite das azeitonas foi muito superior ao da campanha anterior, e a entrada em produção ou em plena produção dos novos olivais, contribuiu para um aumento muito significativo da produção de azeite (+45%, face a 2018) ultrapassando, pela primeira vez nos últimos 105 anos, os 1,5 milhões de hectolitros.

Face à quebra da produção nacional registada na campanha anterior, as importações portuguesas de azeite virgem extra e virgem aumentaram em volume mais que as exportações, relativamente ao período homólogo da campanha anterior. Ambos os fluxos diminuíram em valor, o que reflete a baixa do preço do azeite no mercado mundial.

Num mercado dominado por Espanha, Portugal é o 5º exportador mundial de azeite, tendo atingido em 2017 €500 milhões em exportações, representando 10% do total das exportações de azeite europeu.

Face às medidas de confinamento de reação ao COVID-19, as vendas de retalho dispararam, particularmente nos maiores produtores europeus de azeite, apesar da queda e interrupção da atividade de restauração, que representa 15% da compra de azeite.

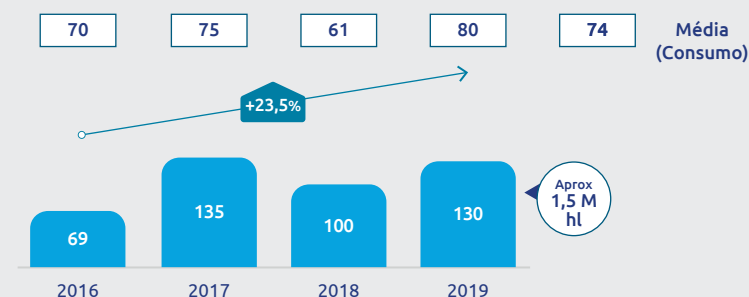
De acordo com um estudo realizado pela Comissão Europeia, prevê-se um aumento de consumo de 13% nos principais produtores.

No entanto, as mesmas medidas aplicadas pelos restantes países (não produtores de azeite) irão refletir uma quebra de -9% do consumo, com a diminuição de importação de azeite pelos países não produtores.

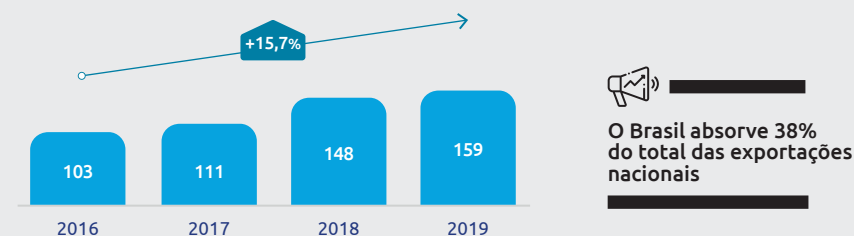
Para a campanha de 2020, o INE prevê uma subida de produção de azeitona para azeite e uma consequente diminuição de preços.

Fontes: Casa do Azeite,
International Olive Council, Eurostat

Produção de Azeite (1000t)



Exportações nacionais de Azeite (1000t)



Futuro incerto no consumo do azeite.

Atravessamos um cenário de uma enorme incerteza. Os mercados estão expectantes e as empresas muito atentas ao desenvolvimento desta crise.

A par disto, a área de olival plantada a nível mundial continua a aumentar, tendo-se plantado cerca de 250.000ha por ano nos últimos cinco anos, sendo que 150.000ha são novos (80% moderno) e 100.000ha convertidos (tradicional para moderno). É, atualmente, a cultura permanente mais presente no mundo representando 1% da superfície plantada do planeta. A tendência de produção de azeite é, consequentemente, crescente ainda que nos últimos anos o efeito da safra e contrassafra tenha sido muito acentuado. O consumo não tem acompanhado esta tendência e tem-se mantido relativamente estável ao longo dos últimos cinco anos, inclusivamente com alguma retração nos mercados produtores maduros. Há ainda um caminho longo para fazer pois o azeite representa apenas 1,54% do consumo de gorduras vegetais e animais e 1,87% do consumo de gorduras vegetais no mundo. É, por isso, necessário continuar a investir na promoção do consumo e na abertura de novos mercados.

O mercado atual tem apresentado estabilidade em preço. Dado que vivemos tempos de elevados *stocks* de azeite e, de momento, as expectativas de produção dos principais países produtores são positivas, (sendo ainda muito cedo para apontar números) prevê-se, a curto-médio prazo, a continuidade desta estabilidade. A precipitação é um fator fundamental e crucial nos movimentos de mercado tendo

em conta que cerca de 75% do olival plantado, a nível mundial, é de sequeiro. Além disso, Espanha, produtor de cerca de 50% do azeite a nível mundial, está numa situação de défice hidrológico tendo vindo a recuperar com as chuvas das últimas semanas.

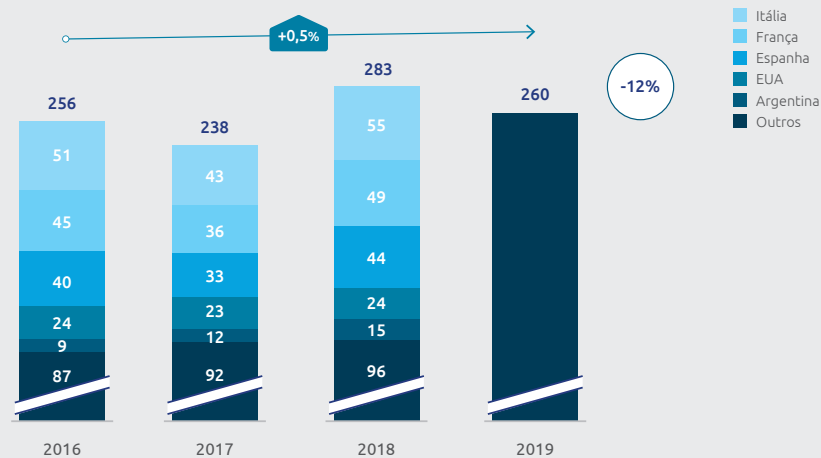
O COVID-19 provocou um aumento pontual das vendas de azeite em meados de março, fruto do açambarcamento generalizado por parte da população, mas também pelo facto do nível de preços ser considerado acessível, não se refletindo em alterações substanciais no mercado – preço e/ou quantidade – nas semanas seguintes. No entanto, com o evoluir da crise, a escolha por outras gorduras vegetais mais baratas poderá acontecer e levar à diminuição do consumo de azeite.

Além disso, os efeitos causados pelo COVID-19 na economia em geral, os problemas relacionados com transportes/logística, o futuro do canal HORECA e a dúvida sobre a continuidade/agravamento das tarifas alfandegárias do EUA ao azeite de origem espanhola, poderão levar a que as exportações sejam afetadas.

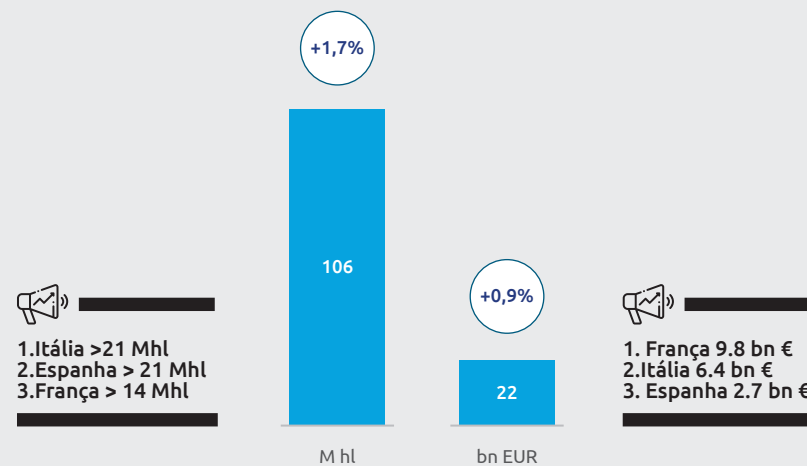
Nuno Alarcão

*Olive Oil Sourcing Manager,
Sovena*

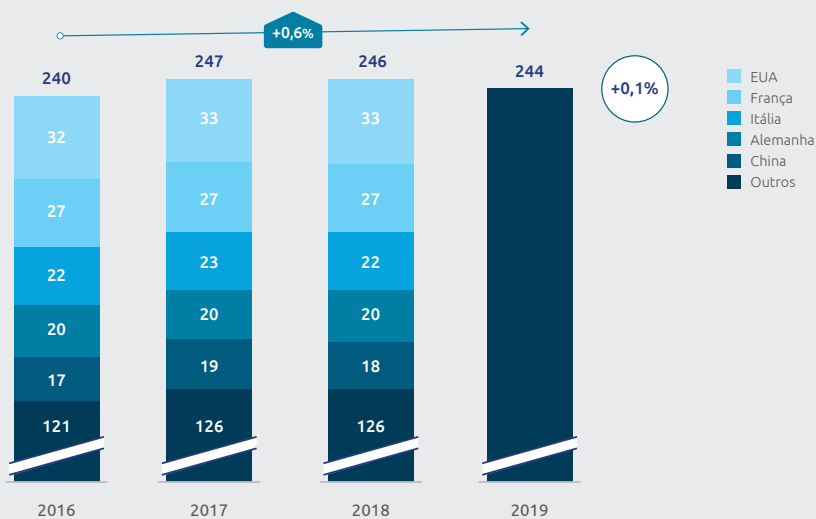
Produção Mundial (Mhl)



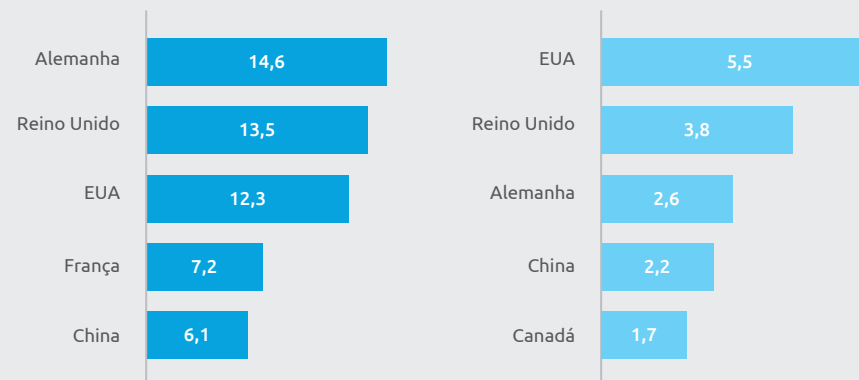
Exportações Mundial volume e valor 2019



Consumo Mundial (Mhl)



Principais importadores 2019 (Mhl) e bn EUR



Fontes: IVV, INE, CEVV

Vinho

Em 2019, estima-se que a produção mundial de vinho tenha superado 260 (Mhl), com ligeira quebra face a 2018. +50% das exportações mundiais de vinho são oriundas de Itália, França e Espanha. Os principais importadores em valor são os EUA, Reino Unido, Alemanha, China e Canadá.

Prevê-se que o consumo caia 108 M hl, correspondendo a -8% face ao período anterior. A situação pandémica COVID-19 irá afetar os níveis de consumo de vinho substancialmente. A nível de exportações, prevê-se uma queda de 14%, diretamente relacionada com o Reino Unido, China e EUA. Este abrandamento de consumo irá aumentar ligeiramente o nível de *stock*.

A restauração representa 30% do consumo de vinho e, apesar do aumento do consumo no retalho, não compensa a perda de vendas de bares e restaurantes.

Em Portugal, a produção anual tem excedido o 6 mhl, mas diminuído ao longo dos últimos anos. Ainda assim, em termos de consumo, a taxa de crescimento tem vindo a evoluir, contrariamente à da produção. Somos o país do mundo que mais vinho consome *per capita*.

Em 2019, as exportações atingiram 296 ml, correspondendo a mais de 820 M€, +2,5% face ao período homólogo.

Face à atual pandemia, na Europa estima-se que o consumo caia -8% face à média dos últimos 5 anos e Portugal não será exceção. A nível de exportações, Portugal também deverá sentir o impacto causado pelas restrições dos países importadores.

Ainda que desconhecidos os números, sabemos à partida que existirá uma quebra no consumo, no preços médios praticados e consequentemente uma descida no volume de vendas e no lucro para os produtores. Também estes serão obrigados a repensar no modelo estratégico dos canais de distribuição.

Até ao final do ano, a quebra nas vendas pode rondar 25% a 30%. Com restaurantes fechados, o setor do vinho reinventa-se e vira-se para o online: há lojas, provas, visitas e lançamentos virtuais.

Fontes: IVV, INE, CEVV

Produção Europeia — Previsão Primavera

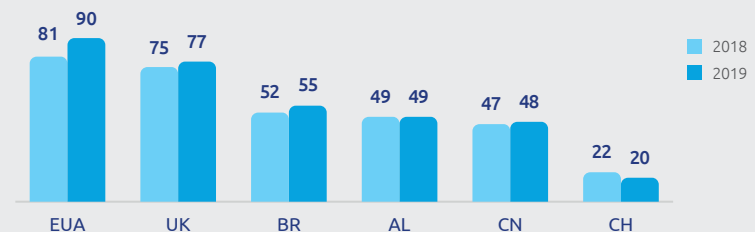
Vinho	18/19	19/20
Produção	↑ +37 %	↓ -14 %
Exportações	● -1,0 %	↓ -14 %
Importações	↓ -5,3 %	↓ -11 %
Consumo	● +2,5 %	↓ -6,7 %

Produção e consumo nacional (Mhl)



Estima-se que a produção em 2019 tenha atingido 6,7 % +10 % face a 2018

Exportações M €



Um consumidor nacional fiel e um setor a reinventar-se nos meios digitais.

Desde o início desta pandemia que a principal preocupação do Grupo João Portugal Ramos foi assegurar o bem-estar dos colaboradores e assegurar que todos estavam em condições de cumprir as medidas de isolamento social, enquanto mantínhamos a produção sempre a funcionar. Fechámos a loja e o enoturismo, adotámos um funcionamento por turnos na produção, promovemos o teletrabalho para os restantes colaboradores e, claro, cancelámos todas as viagens e reuniões externas. Logo após o cancelamento da Prowein (maior feira de vinhos mundial), onde planeávamos reunir com a grande maioria dos nossos parceiros de negócio, optámos por conduzir as mesmas reuniões via *conference call* e enviámos amostras das novidades e colheitas mais recentes para cada um.

O principal desafio que temos enfrentado desde então é lidar com a forte desaceleração de vendas no mercado nacional. Estamos com as nossas marcas muito expostas ao mercado *on-trade* (Horeca) que parou desde o início de março, com impacto imediato nas nossas vendas.

Já no que toca a exportações, devemos lembrar que a grande maioria do consumo de vinho português lá fora é feito no canal *off-trade*. O vinho português ainda não deu o salto necessário lá fora para estar igualmente presente na restauração estrangeira. No entanto, neste caso em particular, esse infortúnio tem-se revelado vantajoso na medida em que, face à atual pandemia, os supermercados continuam a abastecer-se e, por isso, os nossos valores de exportação têm-se mantido (e nalguns países até têm crescido).

Temos por isso conseguido evitar *lay-offs* e outras medidas que afetem os nossos colaboradores, através de um maior foco na exportação e das boas relações que temos com o *off-trade* em Portugal.

Contudo, não nos podemos esquecer que três quartos das empresas de vinhos em Portugal são microempresas. São certamente empresas mais dependentes do mercado nacional e, dentro dele, da restauração e que, por isso, correm mais riscos de fechar. O setor representa mais de 200 mil postos de trabalho diretos e indiretos em Portugal. É essencial haver uma retoma o mais rápido possível do setor da restauração.

Dentro dos mercados para os quais exportamos, os impactos do COVID-19, nomeadamente EUA, Angola, Brasil e China, são distintos. Nos EUA podemos vir a ter dificuldades devido à imprevisibilidade das decisões que tomam, especialmente quanto ao transporte de mercadorias para o país. Angola e Brasil infelizmente terão muito provavelmente crises económicas profundas a somar à crise de saúde pública o que deverá levar a uma redução do consumo de vinho.

De momento a China começou a voltar à normalidade, e temos aí uma oportunidade de repor as encomendas do primeiro trimestre e tentar recuperar as quebras que irão ser sentidas noutros mercados.

Somos otimistas e acreditamos que a imagem de Portugal no exterior sai reforçada desta crise. Somos o 9º país exportador em volume e valor mas queremos continuar a subir esta escada. Aguardamos por isso com expectativa as medidas do Estado que materializem a aposta na nossa indústria para ajudar a mitigar os efeitos da crise económica que todos antecipam, alavancando na mais valia da nossa capacidade de exportação, de criação de emprego em zonas rurais e de promoção da imagem de Portugal no exterior.

Uma nota positiva também sobre a colheita 2020 que, com o tempo “do nosso lado” e, com a água abundante que tem havido, se prevê generosa.

Por último, lembrar que o vinho é parte da rotina de muitos portugueses. Fomos, pelo 3º ano consecutivo, o país com maior consumo *per-capita*, com mais de metade da nossa população adulta (53%) a consumir vinho mensalmente segundo os dados mais recentes da *Wine Intelligence*. Tem sido motivante ver o setor reinventar-se: provas online, entregas de vinho em casa, conversas à volta do vídeo nos meios digitais, receitas para *pairings*. E isso dá-nos alento e confiança para o futuro do vinho português tanto no mercado nacional como lá fora.

João Portugal Ramos

Enólogo e Fundador,
Grupo João Portugal Ramos



Agricultura Outlook

Setor Animal

Considerandos	25
Setor Animal	26
Reflexões do setor	28

Adaptação para chegar a melhores dias.

O atual estado a que chegámos, na sequência das crises pandémica, económica ou social, é um estado que ninguém esperou vivenciar e que traz desafios sem precedentes para os setores agrícola e agroalimentar de todo o Mundo, e, naturalmente, também para os da Europa, onde os de Portugal não serão exceção.

Na tentativa de superar os tempos difíceis, a Comissão Europeia adotou várias medidas para apoiar os diferentes setores, entre os quais os setores agrícola e agroindustrial, tendo os diferentes países timidamente acompanhado e implementado aquelas e outras medidas. Por tal, a agricultura da UE responde e adapta-se às novas circunstâncias com persistência e resiliência, respondendo rapidamente, e ainda antes das referidas medidas, a problemáticas como sejam as esporádicas interrupções logísticas, mas que nos levantam, a todos nós, severas preocupações sociais e de abastecimento.

Mas as dificuldades surgiram a diferentes níveis, pese embora não sejam preocupações da sociedade em geral. A agricultura, em sentido lato, não pára, mas daqui a uns anos, no pós-crise, não será a mesma.

Há subsectores que abrandaram bruscamente em pouquíssimas semanas, como por exemplo o das flores e plantas ornamentais, o dos pequenos frutos, o do vinho, o dos leitões, o do queijo de pequenos ruminantes.

Por diferentes motivos, é certo, e alguns estão a reinventar-se, também em pouquíssimas semanas. A pequena distribuição mudou, o perfil de consumo mudou, em algumas explorações redefiniram-se estratégias e produções, quer no setor animal como no vegetal. Mas a mudança não ficará por aqui.

Os setores agrícola e agroindustrial são, talvez, os mais resilientes ao longo dos anos. Na crise que antecedeu a atual, no final da primeira década do presente século, mesmo quando os apoios ao investimento tardaram em chegar aos empresários e o consumo caiu para níveis nunca até então lembrados, foi com a procura de novos mercados que o agroalimentar se reinventou e conseguiu ser dos poucos setores em contraciclo, ou seja, em crescimento, durante vários anos, acima da média da restante atividade económica. De tal forma que muitos, até aí pouco atentos, descobriram um setor económico pujante, dinâmico e que não conheciam. A agricultura passou, a “estar na moda”!... o que não significa que, em tudo, tal seja positivo!

Mas, associada a esta enorme resiliência, está também por vezes alguma resistência à mudança, uma certa pouca habilidade, não só dos empresários, mas também dos decisores políticos nacionais e europeus. Ambos também com alguma dificuldade em definir uma robusta, eficaz e verdadeira Política Agrícola Comum, do interesse de todos os países europeus como um todo, sucumbindo na maior parte das discussões à “lei” dos interesses imediatos da individualidade de cada um.

O setor sairá tanto melhor desta crise quanto melhor souber ser disruptivo e consiga, de novo, reinventar-se. Depois da busca por novos mercados e produtos e de significativos avanços tecnológicos e científicos, deve agora explorar novas formas de comercialização, de comunicação, de digitalização, de sustentabilidade, de logística e de compromisso.

De compromisso político e de políticas, internas e externas à própria União Europeia. De compromisso com o consumidor e as novas tendências de consumo, pré e pós-crise. De compromisso ambiental e de sustentabilidade,

afirmando-se como primeira linha de “peso” no anunciado *Green Deal* europeu. E esse é um grande desafio lançado pela Comissão, e já bem reafirmado pela sua Presidente, Senhora Ursula von der Leyen, no decurso da atual crise.

O *Green Deal* e as suas metas são o grande compromisso europeu para as próximas décadas, e não haverá recuo. Saibam os setores agrícola e agroindustrial serem os verdadeiros motores dinamizadores do atingir dessas metas, pois há capacidade para tal por parte de todos os *stakeholders* e de todas as fileiras agrícolas, e aproveitar tal capacidade, no sentido de liderar o processo e exercer influência positiva junto dos decisores. Certamente que toda a cadeia de valor sairá a ganhar: do produtor ao consumidor, com um assertivo, verdadeiro e decisivo *lobby* agrícola europeu.

Revela-se também absolutamente necessário evidenciar à sociedade em geral, agora e no futuro imediato, o que de bom se tem feito e faz nestes setores, que conseguem quase sempre aliar produção com ambiente ou economia com sustentabilidade, procurando sempre a conciliação de melhores níveis de vida – desde as origens rurais, às escolas e às mais modernas e cosmopolitas sociedades citadinas.

É imperativo, portanto, que os setores agrícola e agroindustrial não se esqueçam de comunicar. E é necessário que comuniquem mais e, sobretudo, que comuniquem melhor e que saibam comunicar e “*marketizar*” a nova “industrialização” agrícola que está em curso. E só assim se ganhará proeminência e relevância junto de toda uma sociedade global, de consumo, e com novas preocupações.

Há que saber acompanhar e evoluir... LIDERANDO!

João Nunes
Supervisor (Fusões & Aquisições)

Setor Animal

Em 2019, a produção de bovino na Europa caiu -0.9%, e prevê-se que esta tendência se mantenha no ano de 2020, com uma projeção de -0.6%, consequência da redução de produção dos principais produtores (FR, IT, NL), e consequente queda nos preços de referência. As exportações da carne sul americana, face a atual pandemia, são instáveis.


No entanto, os níveis de importação da UE devem manter-se estáveis: a China importa quase metade do volume de exportações de carne sul americana e a Europa, 13%. Prevê-se, contudo, uma queda nos preços base como resultado de quebras de produção e consumo.


Já a produção de aves deverá continuar a aumentar - estima-se um aumento de 1.2% para 2020, mantendo a estabilidade nos preços. A nível de importações, cresceram ligeiramente em 2019 (+1.8%) e as exportações devem aumentar 6.7%, tendência que deverá manter-se, mas menos acentuada.


Do setor suíno, em 2020 estima-se uma subida ligeira de produção e um aumento de preços face à grande procura mundial, sobretudo do mercado chinês. As exportações para fora da EU em 2019 aumentaram +17%, resultado do aumento da procura em 25% da China.


Relativamente aos caprinos e ovinos, a produção deverá manter-se estável. No entanto, é dos mercados mais afetados do setor na pandemia, devido à sua sazonalidade. Provocou um excedente de produção e dificuldade de escoamento nas cadeias de distribuição, provocando enormes desperdícios de leite e consequente queda de preços.

Fontes: INE, European Commission, Expresso Economia

	18/19	19/20
Produção	-0,9 %	↓ -0,6 %
Exportações	-3,0 %	↑ +1,0 %
Importações	+3,9 %	↑ +0,0 %
Consumo	-0,5 %	↓ -0,7 %

	18/19	19/20
Produção	+5,5 %	↑ +0,0 %
Exportações	+12,0 %	↑ +2,0 %
Importações	-6,1 %	↓ -1,0 %
Consumo	+2,2 %	↓ -0,4 %

	18/19	19/20
Produção	+1,6 %	↑ +1,2 %
Exportações	+6,7 %	↑ +1,0 %
Importações	+1,8 %	↑ +0,5 %
Consumo	+0,6 %	↑ +1,1 %

	18/19	19/20
Produção	-0,6 %	↑ +0,7 %
Exportações	+17,0 %	↑ +12 %
Importações	—	—
Consumo	-3,7 %	↓ -1,8 %

Setor Animal

Em 2019, a produção animal em Portugal acompanhou o ritmo do mercado europeu: queda de produção de bovinos, aumento da produção de aves de capoeira (substituição à carne de bovino), e aumento residual na produção de carne de porco, apesar da inflação de preços.

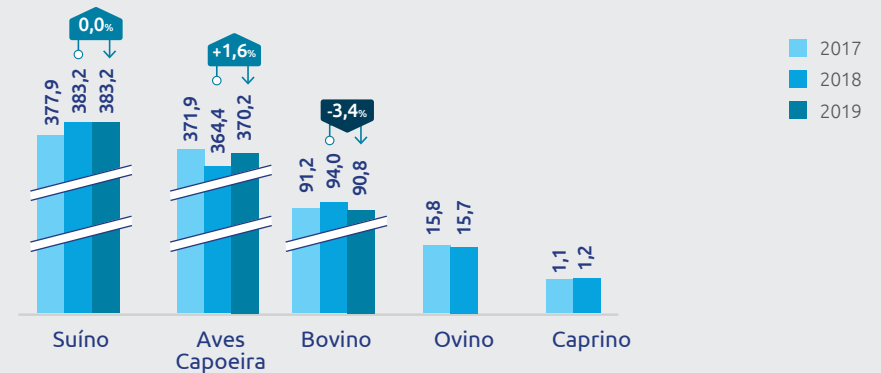
Portugal é deficitário nas carnes, produzindo apenas 76% daquilo que consome, devendo-se sobretudo ao mercado bovino, pois apenas produzimos metade do que consumimos e importamos 40% da carne de porco de Espanha. No entanto, em ovinos e caprinos Portugal é praticamente autosuficiente.

Após os primeiros tempos de confinamento, a corrida frenética aos supermercados está, finalmente, a abrandar. O consumidor percebeu que não vão faltar bens alimentares, pelo que a sua ida ao supermercado é programada, racional e organizada. Procuram assegurar os alimentos que são essenciais, uma vez que o consumo alimentar é feito em casa.

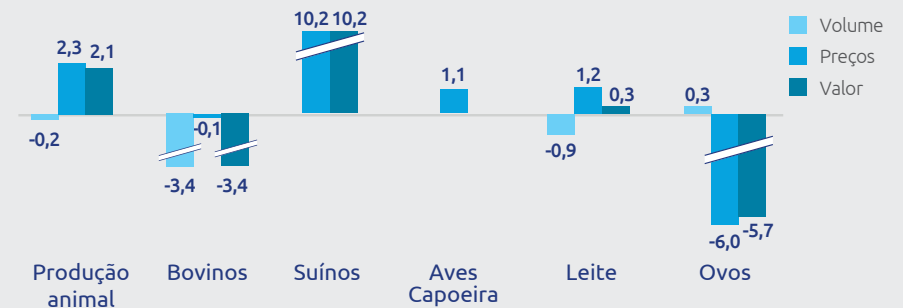
Os matadouros portugueses estão a trabalhar três dias e não os cinco dias úteis da semana e existem quebras de consumo que levaram à sobrelotação dos matadouros e consequente quebra de preços. Esta pandemia pode significar uma oportunidade de preferir o que é nacional, consciencializando os consumidores a ajudar as empresas do setor a sobreviver e manter os esforços para garantir a segurança alimentar.

Fontes: : INE "Contas Económicas Agricultura 2019"

Produção Nacional 2019 (1000 ton)



Variação Volume e Preços Base 2019



A inovação como alavanca em tempos de pandemia.

A cadeia de fornecimento de produtos e/ou serviços, independentemente da atividade económica ou do mercado em que se insere, não se encontra preparada para lidar com situações de pandemia. Esta vulnerabilidade evidenciou-se com a rápida propagação do COVID-19, sentindo-se de imediato o seu impacto no funcionamento das organizações.

Prevê-se uma redução abrupta do consumo de produtos alimentares, devido aos constrangimentos no funcionamento do canal HORECA, turismo e a queda generalizada do poder de compra. Além da diminuição do consumo poderá associar-se uma redução dos preços pagos aos produtores e ainda, incrementos nos custos dos alimentos concentrados devido ao aumento de algumas matérias-primas, vitaminas e minerais (tal como temos vindo a observar a partir de Março). Deparamo-nos com dificuldades em alguns setores, nomeadamente, venda de leitões, leites e queijos de ovelha e cabra (consumidos maioritariamente pelo canal HORECA).

No que diz respeito aos níveis de produção, penso que não há motivos para reduzir em algumas áreas, tais como, leite de vaca, frango, peru, suínos (exceto a produção de leitões para assar) uma vez que são produtos com a relação preço/qualidade mais acessível. Os vitelos e os borregos continuarão a ser um mercado interessante para exportação. Com a redução do poder de compra dos consumidores poderá levar a uma diminuição da venda de carne de vaca e cabrito no imediato!

Na minha opinião, Portugal respondeu de forma rápida e eficiente a esta pandemia em termos de medidas preventivas e a cadeia de abastecimento agroalimentar funcionou normalmente. Penso que poderá haver oportunidade para mostrar a qualidade dos produtos portugueses, muito superior relativamente à maioria dos importados e não somos autossuficientes em quase nenhum (exceto no leite, manteiga e ovos).

A ZOOPAN como atua no setor da alimentação (em todas as espécies) e saúde animal não tivemos, até ao momento nenhum decréscimo de vendas. Pelo contrário, continuamos tal como no ano passado com um crescimento de 30% em relação ao período homólogo do ano anterior. Atuámos muito precocemente ao nível das medidas de prevenção sanitária, assim como na compra de matérias-primas para os próximos meses de produção. Houve ajustes no funcionamento da fábrica, alternância de turnos, limpeza e desinfeção entre eles, tele trabalho e acompanhamento de clientes via telefone e videoconferências. Continuamos todos no ativo, fornecemos os clientes dentro dos prazos normais e fazemos o acompanhamento aos clientes possível sem colocar ninguém em risco.

Como desafio para continuar a ganhar quota no mercado nacional procuramos ser o mais eficiente possível no que diz respeito ao custo alimentar (€/kg produzido), maneo e higiene tendo ainda como objetivo obter produtos de qualidade e tendo sempre em consideração preocupações ambientais – através

de parcerias internacionais com investigação conjunta. Nestes períodos em que os custos de produção aumentam e os preços dos produtos produzidos baixam, considero uma oportunidade para as empresas agropecuárias tornarem-se mais eficientes avaliando exatamente os seus parâmetros técnico-económicos.

Além disso, estamos sempre a inovar e este ano iremos entrar no mercado dos Pets (marca Petuga) com algumas características inovadoras, continuamos a crescer na exportação (sobretudo Europa e Ásia) e muito em breve iremos começar a produzir Álcool Gel.

Pedro Castelo

*Business Unit Manager,
Zoopan*



moneris

Centro de Competência Agricultura

Uma equipa de especialistas
no setor a pensar em si.

Investimos continuamente no desenvolvimento de especialização focada no setor. O nosso compromisso de tempo e recursos permite-nos antecipar as necessidades e/ou tendências de mercado e desenvolver uma visão clara sobre as questões relevantes da indústria. Os nossos profissionais podem fornecer informações valiosas sobre questões de gestão diversificadas, tais como consultoria nas áreas contabilística, fiscal e laboral, *Corporate Finance*, Risco e *Compliance*, Seguros e Formação, numa série de setores económicos.

Desenvolvemos Centros de Competência que permitem-nos pensar proativamente nos mais variados mercados e nas suas tendências e desafios. Reunimos um grupo de profissionais experientes e qualificados em indústrias e setores, tendo em vista o desenvolvimento de soluções integradas e especializadas que respondam aos mesmos. Na Moneris temos como Centros de Competências: Agricultura, Educação, Setor Social e Turismo.

Agricultura e Agroindústria

O setor agrícola e cooperativo contribui significativamente para a dinamização da economia portuguesa, caracterizando-se atualmente por algum crescimento e pelo interesse dos jovens empreendedores. É um setor com características e necessidades muito específicas, que tem passado por uma contínua adaptação a novas práticas, a novos mercados, a novos conceitos, a novos paradigmas.

A Moneris, fruto da sua dispersão geográfica, detém um *know-how* único e diferenciador. Acompanhamos centenas de empresário agrícolas por todo o país e conhecemos bem as suas ambições, desafios e contextos. O sucesso da Moneris neste setor é este conhecimento profundo do setor e das suas pessoas.

Como podemos ajudar?

Posicionando-se no mercado como líder na prestação de serviços de contabilidade, consultoria e apoio à gestão, a Moneris diferencia-se pela sua especialização e profissionalização em diversos setores de atividade. Com mais de 4000 clientes desde micro empresas a PME's, passando também pelas empresas de grande dimensão nacional e internacional, contamos com um significativo *portfolio* de empresas do setor agrícola, às quais dedicamos um conjunto de serviços e soluções especializadas e direcionadas às suas necessidades específicas.

Os nossos serviços

Através do nosso *know-how* e experiência no setor, disponibilizamos aos nossos clientes uma solução integrada de serviços de consultoria especializada:

- » Contabilidade financeira e *reporting*
- » Assessoria fiscal
- » Processamento de salários e gestão de RH
- » Apoio na elaboração de candidaturas a financiamentos e incentivos
- » Elaboração de estudos setoriais e de cultura

Para saber mais e conversar sobre os desafios e oportunidades do setor agrícola em Portugal, entre em contacto connosco:



Rui Almeida
CEO Moneris

rui.almeida@moneris.pt



João Gomes

Partner /
Responsável
pelo Centro de
Competências da
Agricultura

j.gomes@moneris.pt



Teresa Lemos

Manager de Risco
& Compliance
(Estratégia)

teresa.lemos@moneris.pt



João Nunes

Supervisor
(Fusões & Aquisições)

jnunes@moneris.pt



Cecília Gaspar

Diretora
(Financeira)

cecilia.gaspar@moneris.pt



António Dias

Consultor Sénior
(Apoios & Incentivos)

antonio.dias@moneris.pt



Pedro Neto

Partner
Corporate Finance
(Internacionalização)

pedro.neto@moneris.pt



- contabilidade e reporting
- assessoria fiscal
- recursos humanos
- corporate finance
- risco e compliance
- seguros
- formação

Na Moneris temos uma abordagem focada no cliente, com uma oferta integrada de serviços e soluções. Promovemos a excelência da informação financeira e a melhoria dos processos de tomada de decisão.

Somos líderes nos serviços de contabilidade, consultoria e apoio à gestão, estando presentes de norte a sul de Portugal, com 20 escritórios e mais de 300 consultores.

As nossas equipas têm um profundo conhecimento nos diferentes setores de atividade, o que permite que cada cliente beneficie do apoio de profissionais que entendem os seus desafios e o acompanham em cada obstáculo. Conhecer bem os nossos clientes é para nós essencial, para que possamos responder sempre a todas as suas necessidades e expectativas.



europa
áfrica
américa
ásia
oceania

portugal	lisboa	leiria
	porto	santarém
	faro	setúbal
	aveiro	vila real
	bragança	viseu

moneris.pt