

Tema: Introdução ao Sistema da Cadeia Agro-Alimentar

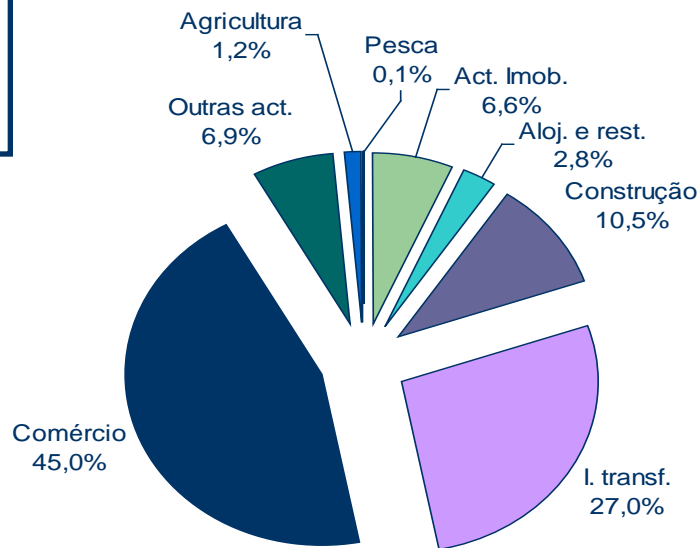
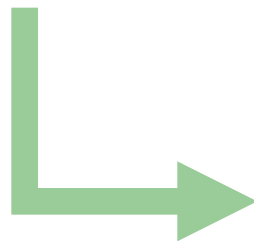
Sistema da Cadeia Agro-Alimentar



Ana Pinto de Moura

Análise global: distribuição do volume de negócios por CAE-Rev. 2, 2002

Volume de negócios: 272 445,6 milhões de euros
Nº de empresas: 615 015
Nº de trabalhadores: 3 121 431

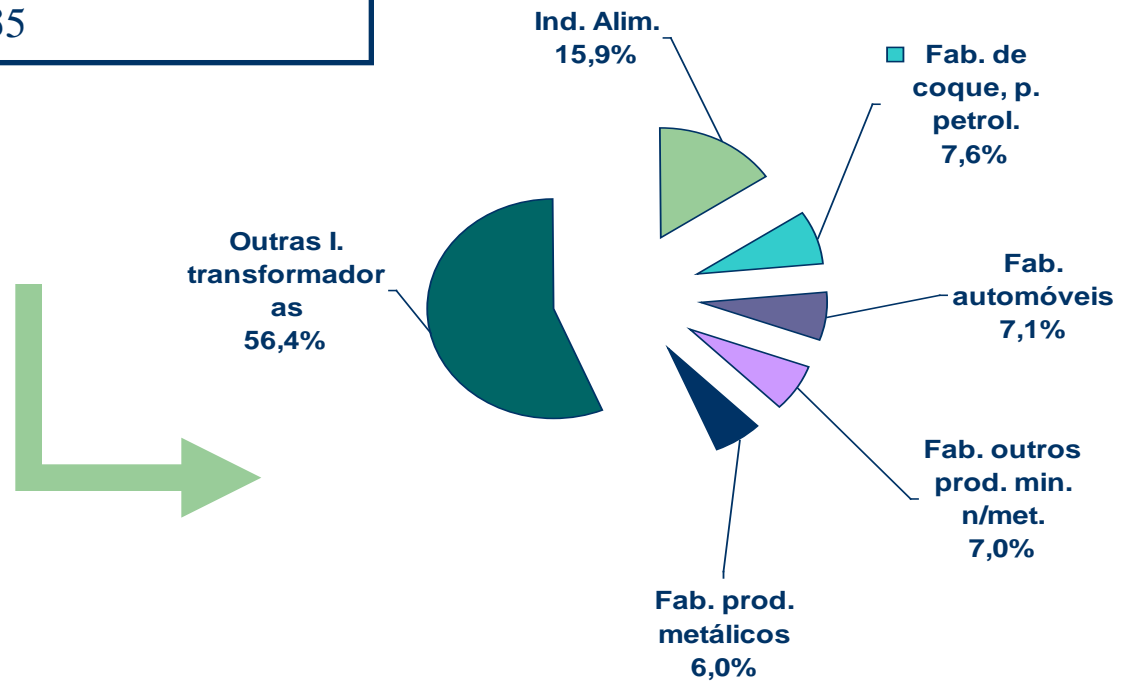


Indústria Transformadora: distribuição do volume de negócios por CAE-Rev. 2, 2002

Volume de negócios: 68 413,0 milhões de euros

Nº de empresas: 78 790

Nº de trabalhadores: 911 635



Fonte: INE, 2003

Indústria agro-alimentar: Classificação Portuguesa das Actividades Económicas (CAE-REV. 2)

Natureza das m.p.	CAE 15-Indústrias Alimentares e das Bebidas
Animal	CAE 151- Abate de animais, preparação e conservação de carne e de produtos à base de carne
	CAE 152- Indústria transformadora da pesca e aquacultura
	CAE 155- Indústria de lacticínios
	CAE 154- Produção de óleos e gorduras animais e vegetais
Vegetal	CAE 153- Indústria de conservação de frutos e de produtos hortícolas
	CAE 156- Transformação de cereais e leguminosas: produção de amidos, féculas e produtos finais
	CAE 159- Indústria de bebidas
Mineral	CAE 159- Indústria de bebidas

Importância da indústria Agro-alimentar na Economia Portuguesa, 2002

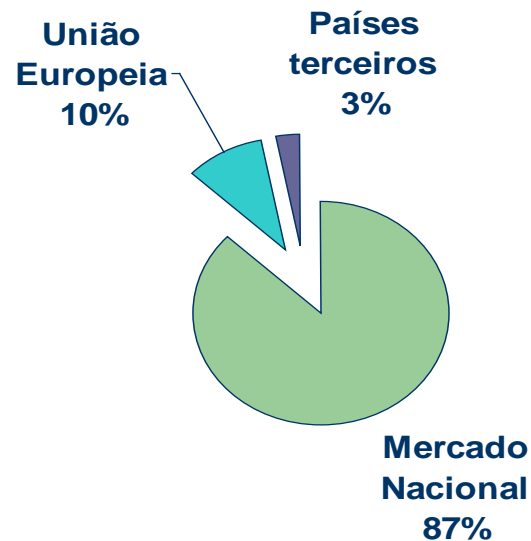
	Total Portugal	Indústria Transformadora	Indústria Agro-Alimentar	%
Volume de negócios (10 ⁶ euros)	272 445,6	68 413,0	10 866,6	15,88 3,98
Nº de empresas	615 015	78 790	8 565	10,87 1,39
Nº de trabalhadores	3 121 431	911 635	99 268	10,88 3,18
Até 9	571 628	203 283	21 604	22
10-19	24 138	92 386	11 894	12
20 e mais	19 249	615 966	65 770	66

Em 2004:

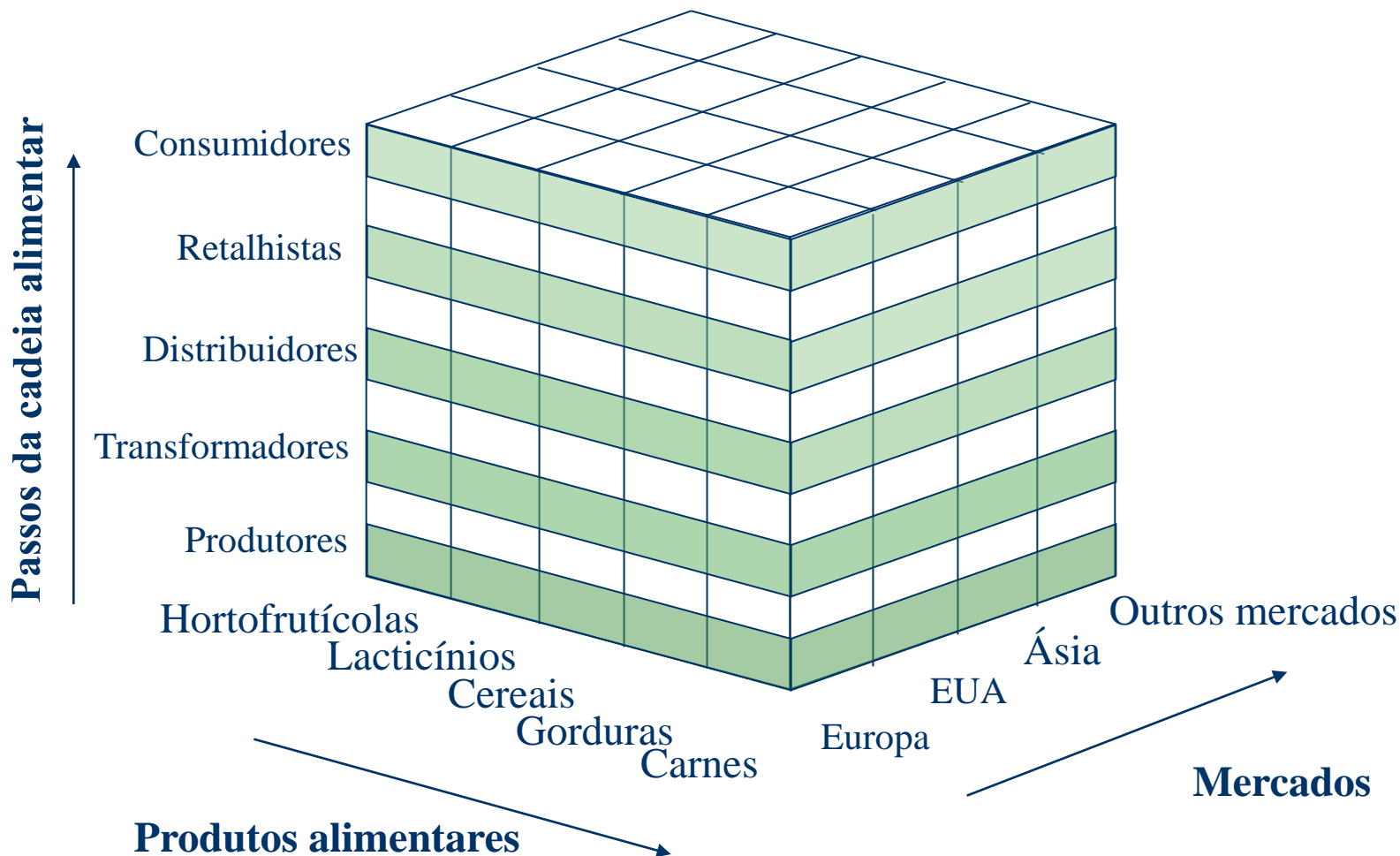
- Valor das vendas de produtos produzidos e prestação de serviços:
 - Indústrias Transformadoras: 53 420 310 585 €
 - Indústrias alimentares e das bebidas: 9 563 400 509 €
 - 17,9 % do total das indústrias transformadoras
- Indústrias alimentares e das bebidas:
 - Indústrias do leite e derivados: 1 200 053 314 €
 - Fabricação de alimentos para animais e criação: 984 853 837 €
 - Indústria do vinho: 893 028 354 €

Fonte: INE

Repartição das vendas por mercado das indústrias alimentares e das bebidas



Dimensões do sistema agro-alimentar



Cadeia agro-alimentar

Fluxo de informação, produtos e dinheiro

Produtores

Desenvolvimento
Produção
Armazenagem
Transporte
Marketing
Compra e venda

Transformadores

Desenvolvimento
Processamento
Armazenagem
Transporte
Marketing
Compra e venda

Distribuidores

Distribuição
Armazenagem
Transporte
Marketing
Compra e venda

Retalhistas

Compra e
venda
Armazenagem
Marketing

Consumidores

Compra e
venda
Transporte
Armazenagem
Consumo/uso

Serviços

Fornecimento de m.p., de embalagem, etc. ou prestação de serviços (transporte, logística, etc.)

Extensão das cadeias agro-alimentares

Cadeias agro-alimentares curtas

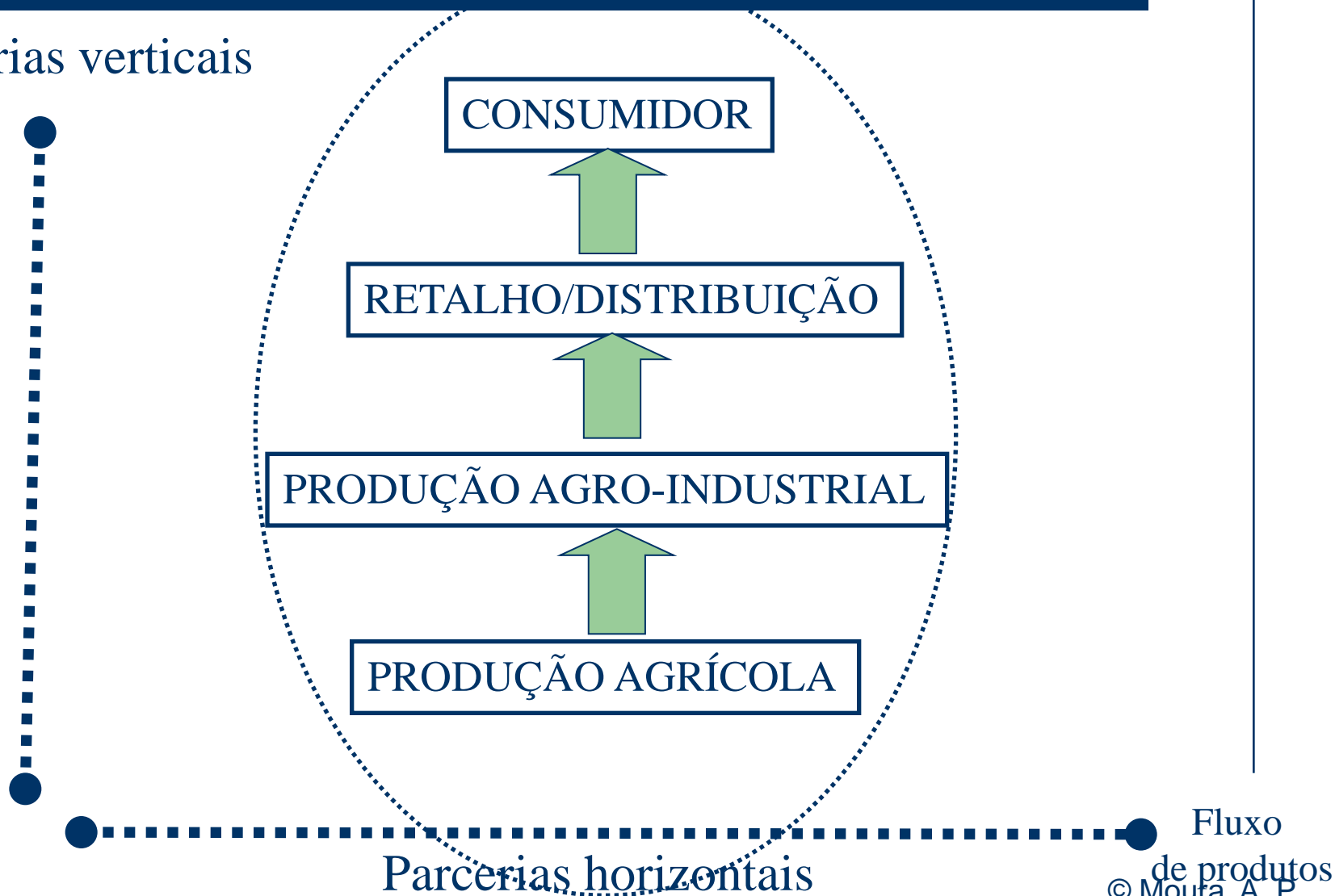
- Venda directa de hortícolas ao consumidor, sendo o local de venda uma carrinha
- Produção primária e venda de carne com entrega ao domicílio

Cadeias agro-alimentares longas

- www.clubeprodutores.sonae.pt

Criação de parcerias nas cadeias agro-alimentares

Parcerias verticais



Motivações para criação de parcerias nas cadeias agro-alimentares

- Parcerias horizontais:

- Aumentar o peso negocial na cadeia alimentar e melhorar respectivo desempenho
- Assegurar aprovisionamento

- Parcerias verticais:

- Garantir a qualidade e segurança dos produtos (rastreabilidade)
- Obter eficiência e redução de custos
- Diferenciação da cadeia

Cadeias agro-alimentares: tipo de produto

- Cadeias de produtos alimentares frescos: produtos perecíveis
- Cadeias de produtos processados: importância dos processos de transformação
- Cadeias de produtos agro-alimentares processados usados como matérias primas para outras cadeias que se processam adicionalmente (indústrias de 1ª e 2ª transformação)

<http://www.frulact.pt/cms/index.php?id=1&L=0>

Mudanças no sector agro-alimentar décadas 80-90

- Crescimento da concorrência e da diversificação da oferta
- Rápido desenvolvimento e expansão de grandes cadeias de distribuição
- Aumento das expectativas e do nível de exigência dos consumidores
- Aumento das expectativas dos investidores
- Mudanças extremamente rápidas (tecnologia, comunicação, comércio)