

FICHA DE INTERNACIONALIZAÇÃO

TOMATE PARA INDÚSTRIA

- CENÁRIO DE ANTECIPAÇÃO

- BREVE CARACTERIZAÇÃO

- DIAGNÓSTICO

- ANÁLISE INTERNA - PONTOS FORTES
- ANÁLISE INTERNA - PONTOS FRACOS
- ANÁLISE EXTERNA - OPORTUNIDADES OU OPORTUNIDADES LATENTES

- FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

CENÁRIO DE ANTECIPAÇÃO

Aumento das exportações, assente na qualidade excecional e consolidação das estratégias de Internacionalização do Tomate para Indústria

A elevada qualidade deste produto, associada a um perfil empresarial muito dinâmico, que tem apostado, ao longo dos anos, na inovação e na especialização tecnológica da produção de tomate para transformação, constituem as principais vantagens competitivas deste produto. A concentração empresarial registada, na última década, deu também à indústria a escala necessária à competição no mercado global. Esta realidade explica a posição que Portugal ocupa no ranking mundial de exportação (ocupando o quarto lugar em 2012), ultrapassando a Espanha e deixando a grande distância o sexto classificado, a Turquia.

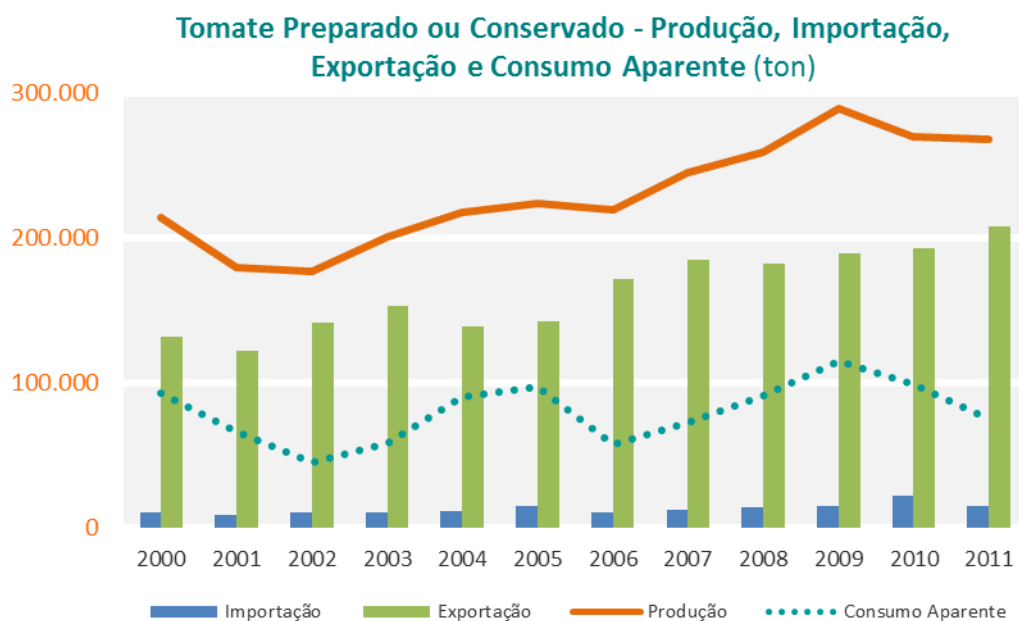
Um conjunto de circunstâncias, entre as quais se destacam, o reforço do desenvolvimento das relações entre produção e indústria numa base contratual, o aumento de produtividade e, por último, os ganhos continuados de quota de mercado em segmentos muito exigentes no domínio da qualidade e da inovação (UE, Japão e Federação da Rússia), está na origem do reforço do posicionamento competitivo deste setor.

Nota: Existem, em Portugal, 9 unidades industriais, das quais duas são detidas por capital inglês e japonês e outras duas são detidas por capital espanhol (Jan. 2013).

BREVE CARACTERIZAÇÃO

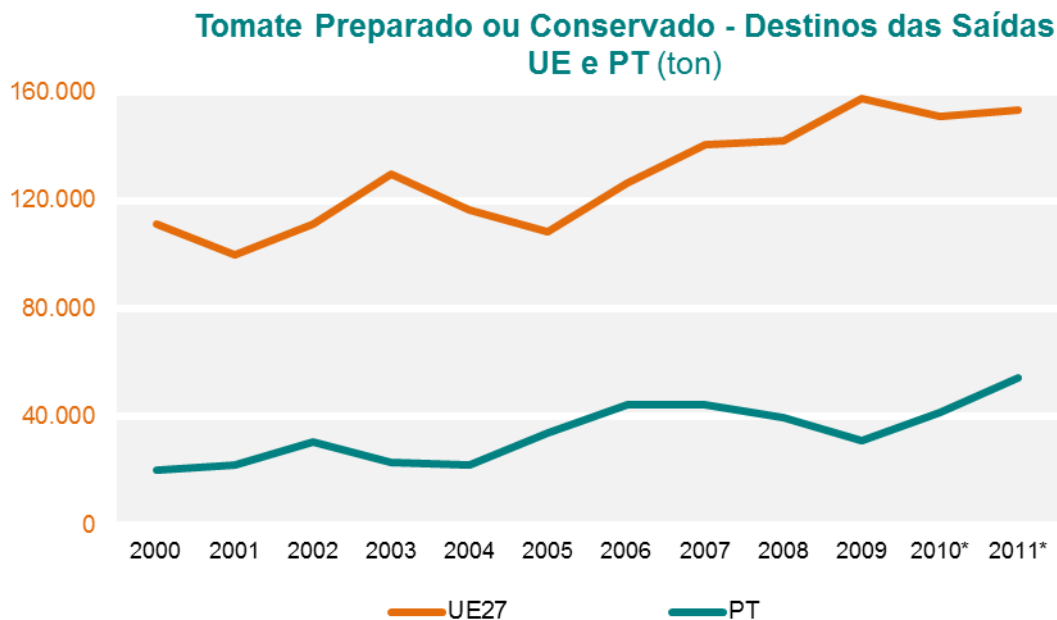
Tendo em conta os critérios 1.- **Relevância em termos da contribuição para as exportações e/ou o valor acrescentado da economia** e 2.- **Relevância em termos de efeito multiplicador na criação de valor ao longo da cadeia de produção e transformação**, analisámos o Tomate para Indústria, produto com longa tradição de produção em determinadas regiões do País e com uma forte presença nos mercados internacionais há mais de três décadas, sendo de destacar os seguintes aspetos:

- Portugal produz 1.200.000 toneladas de tomate para a indústria, tendo ao longo das últimas décadas, registado progressos relevantes na produtividade, atingindo neste domínio médias superiores à média da UE;
- A evolução registada na área e na quantidade de tomate produzido para a indústria, entre 2001 e 2010, dá indicações de uma **cultura sustentável**, bem adaptada às condições edáfo-climáticas de determinadas zonas e portadora de um perfil tecnológico evoluído nas diversas fases da cadeia de valor;
- A nível europeu, os maiores produtores de tomate são Itália, Espanha, Portugal, Grécia, França e Polónia;
- Portugal é o único país do mundo que exporta a quase totalidade da sua produção de tomate transformado (**93%**), com lugar de destaque para os mercados da UE e Japão;
- As exportações (saídas) de tomate preparado ou conservado, aumentaram cerca de 68% na última década, ultrapassando as 200.000 ton em 2011;
- Na última década, sobretudo a partir de 2005, registou-se um aumento constante na exportação deste produto, com maior relevância nas exportações para países terceiros, que aumentaram significativamente, passando de 20.000 ton em 2000, para 54.000 ton em 2011;
- O saldo da Balança Comercial é manifestamente positivo (83M€ e 142M€, respetivamente, em 2000 e 2011), representando as quantidades importadas ao longo dos últimos dez anos, menos de 10% da quantidade exportada;
- O peso das exportações de tomate preparado ou conservado (em valor) no sector Agroalimentar e pescas é de 4,7% em 2009;
- É visível o desenvolvimento de estratégias de diferenciação pela qualidade e de diversificação do produto, que têm contribuído para o reforço da posição de Portugal no mercado global;

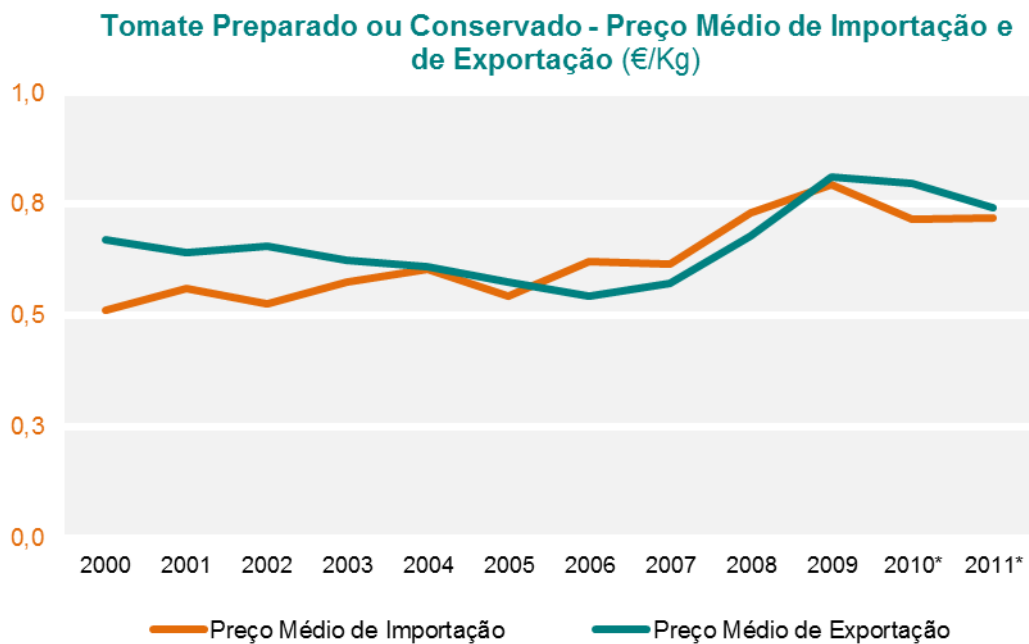


- O mercado do Reino Unido constitui o principal destino deste produto hortícola transformado, com 70.858 ton em 2010, representando cerca de 1/3 do total exportado;

- Especial destaque para o mercado japonês que, em 2010, registou um aumento muito expressivo na compra deste produto, com um acréscimo aproximado de 63% em relação a 2009 (importando 13.000 ton e 20.500 ton, respectivamente em 2009 e 2010);



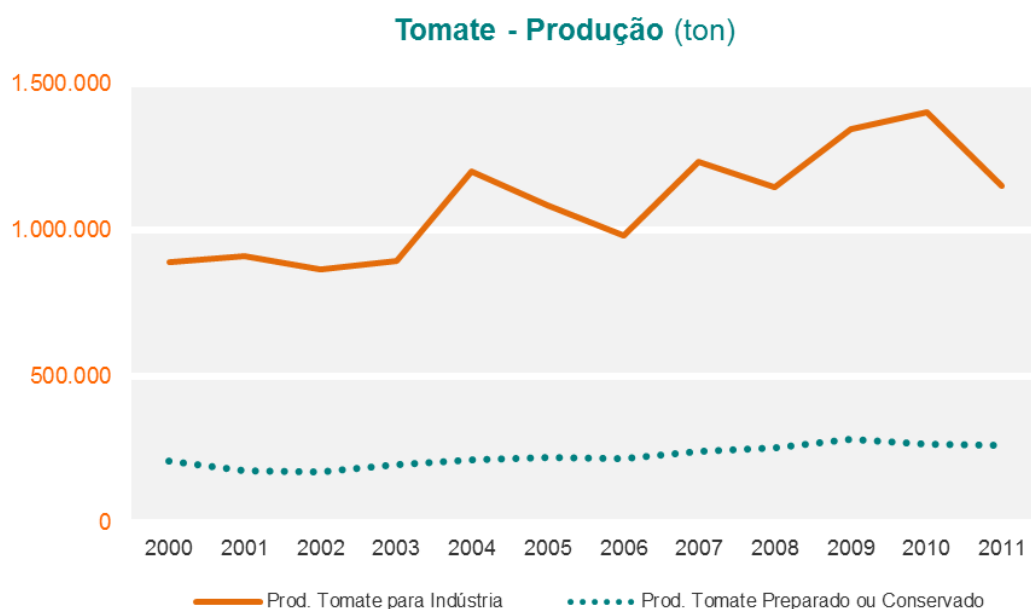
- Os termos de troca têm registado, sobretudo desde 2004, uma convergência acentuada.



DIAGNÓSTICO

Análise Interna ➔ Pontos Fortes

- Cerca de 70% das exportações/saídas destinam-se a **mercados da UE**, como Reino Unido, Alemanha, Países Baixos e Espanha e fora da UE, ao Japão;
- **Produto com longa tradição na produção nacional**, impulsionado, numa primeira fase (há quatro décadas), por via de parcerias com empresas americanas, mantém atualmente uma posição consolidada no mercado externo;
- **Sexto produtor mundial** do setor, depois dos EUA, China, Itália, Espanha e Chile;
- **Principal produção horto-industrial** de Portugal, ocupando cerca de 16.500ha de regadio;



- **Concentração da oferta** por Organizações de Produtores com dimensão relevante que atuam em parcerias com a indústria, numa base contratual, com benefícios mútuos de garantia de escoamento e disponibilidade de produção e, simultaneamente, de estabilidade de preços;
- **Excelentes condições para a produção** e transformação do tomate tendo em conta as exigências edafo-climáticas e de aprovisionamento do produto;
- O Grau de Autoaprovisionamento é **muito elevado, variando de 250 a 400%**;
- As exportações (saídas) constituírem **mais de 93% do volume da produção nacional**;
- **Áreas relativamente estáveis e produções crescentes** (maiores produtividades), desde 2000.

Análise Interna ↗ Pontos Fracos

- **Custos de produção mais elevados** relativamente aos existentes nos países produtores de tomate para indústria, nomeadamente, dos produtos fitofarmacêuticos, o que retira capacidade de concorrência às nossas empresas;
- **Limitada capacidade de negociação do preço pelo produtor** e grande peso da grande distribuição na margem de comercialização deste tipo de produto;
- Apoios diretos terminam em 2012 pode levar a um **abandono da atividade** e à escassez de matéria-prima, podendo contudo, a partir de 2012, candidatar-se aos pagamentos complementares (DN2/2010);
- **Fraco consumo interno**, dependência do mercado externo, exportamos 93% da produção.

Análise Externa ↗ Oportunidades ou Oportunidades Latentes

- **Apoio à produção concentrada** no financiamento do “fundo operacional” (FO) dos Programas Operacionais das Organizações de Produtores reconhecidas (OP);
- **Apoios ao investimento e às medidas agroambientais a níveis inferiores** aos que ocorrem nos outros países da UE, nomeadamente, em Espanha, o principal concorrente para esta gama de produtos;
- **Redução sustentada** e muito significativa do número de produtores com tendência para um aumento de área e produções médias por produtor, e consequente acréscimo das produtividades (cerca de 40%);
- **Elevado grau** de conhecimento técnico e de especialização tecnológica na produção de tomate para transformação;
- As unidades de transformação existentes são na maioria dos casos, os únicos equipamentos industriais da região onde se inserem, sendo por isso **fator de desenvolvimento regional** que fomenta emprego e o equilíbrio social;
- **Há uma procura crescente**, embora com tendência a estabilizar, que também é estimulada pelo aumento do consumo em alguns países em desenvolvimento (China e Índia, acima de tudo). No entanto, embora as perspetivas permaneçam positivas (não existem verdadeiros substitutos para o tomate), o padrão de exigência deve ser continuamente monitorizado.

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO

- Deficiente organização de fileira, integração vertical e cooperação empresarial;
- **Perspetivas de estabilidade da procura no mercado doméstico;**
- **Baixo grau de utilização dos instrumentos existentes**, pela desadequação dos mesmos às reais necessidades;

- **Regimes de incentivos à agricultura, desenvolvimento rural e pescas (PRODER e PROMAR)**, apoiam apenas a promoção de produtos com menções especiais (ex.DOP's), que na maior parte das vezes não têm dimensão crítica para a internacionalização;
- **Falta de suporte institucional**, nomeadamente, na disponibilização de informação inteligente e na Diplomacia Económica;
- Falta de estratégia conjunta entre o sistema financeiro e as empresas e/ou associações para partilha do risco nos processos de internacionalização.