

CONFERÊNCIA

Evolução do sector
agro-alimentar
em Portugal



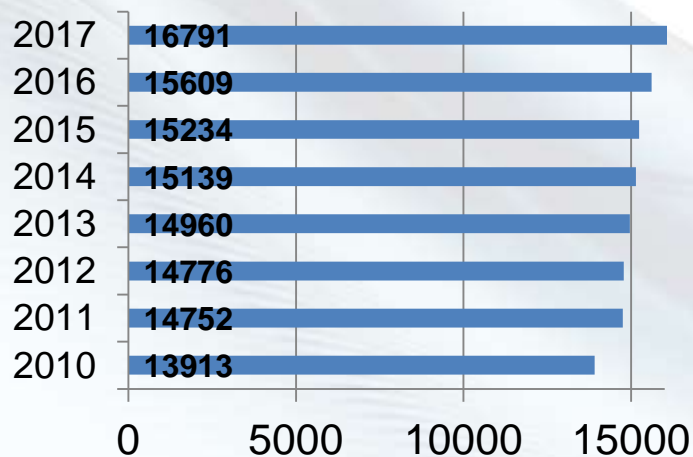
PORTUGAL EXPORTADOR 2018

14 de novembro 2018 | Pedro Queiroz | Diretor-Geral da FIPA

- **Principal indústria transformadora em 2017**, em termos de volume de negócios (19%), e emprego (16,5%)

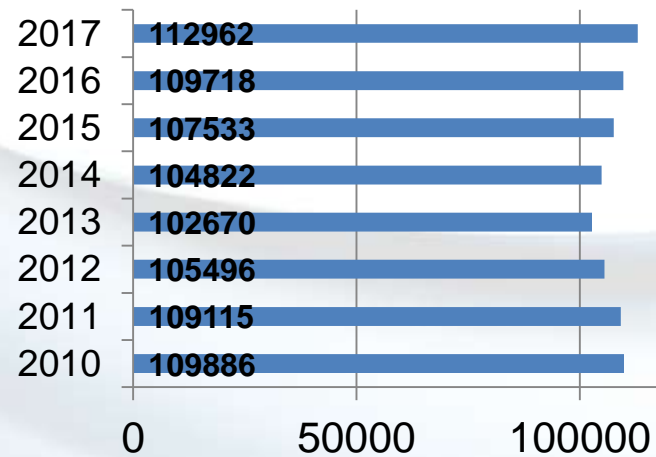
16,8 mil Milhões de euros

Volume de negócios
(Milhões €)



112 mil pessoas

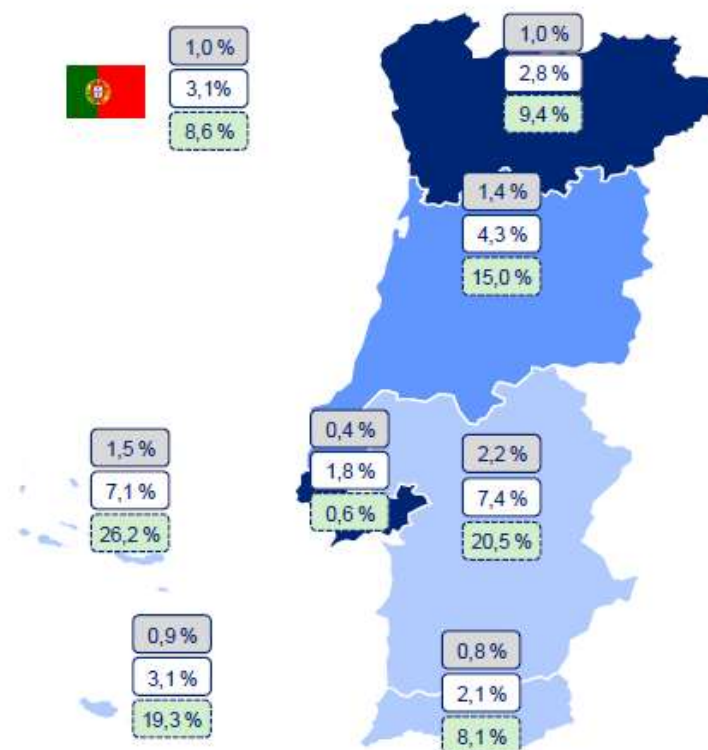
Empregados
(nº)



Fonte: INE (novembro 2018)

A IAA assume uma importância superior no desenvolvimento do tecido empresarial e geração de emprego nas zonas do país menos desenvolvidas

O total de postos de trabalho gerados directa e indirectamente pela IAA, incluindo outros sectores além do agro-pecuário e pescas corresponde a 16,8% do emprego total do país



Empresas IAA: Desafios e prioridades (1/3)

O questionário desenvolvido avaliou igualmente ao nível de diversas dimensões de negócio quais as prioridades estratégicas e o respetivo potencial de melhoria específico para cada empresa



Fonte: Questionário IAA 2014 – Deloitte / FIPA

¹A média foi (3,1) e (3,2) na prioridade estratégica e potencial de melhoria respectivamente, considerando uma escala de 1 a 4

Empresas IAA: Desafios e prioridades (2/3)

As dimensões consideradas mais prioritárias são o reforço da Marca e Posicionamento da empresa, Eficiência da cadeia de abastecimento, Desenvolvimento e Capacitação dos Recursos Humanos e Inovação

Dimensões de negócio

- A** MARCA E POSICIONAMENTO DA EMPRESA
- B** EFICIÊNCIA A NÍVEL DA CADEIA DE ABASTECIMENTO, PRODUÇÃO E LOGÍSTICA
- C** DESENVOLVIMENTO E CAPACITAÇÃO DOS RECURSOS HUMANOS
- D** NOVOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO E UTILIZAÇÃO DE NOVAS TECNOLOGIAS
- E** INOVAÇÃO
- F** ESTRATÉGIA COMERCIAL
- G** CONHECIMENTO DE MERCADOS ESTRATÉGICOS
- H** ESTRATÉGIA DE *GO-TO-MARKET* EM MERCADOS ATUAIS
- I** ESTRATÉGIA DE *GO-TO-MARKET* EM NOVOS MERCADOS
- J** NÍVEL DE SERVIÇO A CLIENTE

Matriz de priorização¹



¹A média foi (3,1) e (3,2) na prioridade estratégica e potencial de melhoria respectivamente, considerando uma escala de 1 a 4

Empresas IAA: Desafios e prioridades (3/3)

De igual forma, a generalidade das empresas considera, como forte prioridade, endereçar as dimensões relacionadas com a gestão da procura



Fonte: Questionário IAA 2014 – Deloitte / FIPA

¹A média foi (3,1) e (3,2) na prioridade estratégica e potencial de melhoria respetivamente, considerando uma escala de 1 a 4

Cinco grandes tendências estão a redefinir os hábitos alimentares do consumidor português



Smart shopping

"Eu planeio a compra e recorro aos melhores preços que se ajustem à minha capacidade de poupança e de otimização do meu rendimento, assumindo um estilo de compra inteligente."



Saúde e bem-estar

"Eu compro produtos que identifico como benéficos para a saúde (e.g. biológicos, funcionais), evitando elementos que considero nocivos, garantindo uma maior qualidade de vida, sem comprometer o prazer de comer."



Confiança

"Eu conheço e interesso-me pelas empresas produtoras dos alimentos que consumo e valorizo a sua responsabilidade social e ambiental, porque garantem a permanência sustentável do planeta e da minha comunidade."



Conveniência

"Eu compro produtos que consigo obter sem grande esforço pessoal (e.g. perto de casa, *online*) e que posso consumir o mais rapidamente possível (e.g. pré-cozinhados e *take-away*) para ter mais tempo para as atividades que me dão realmente prazer."



Experiência

"Eu procuro associar experiências ao consumo dos produtos alimentares porque quero consumir com significado e substância e, no processo, gerar memórias duradouras."

Os desafios do Consumidor

