

DIVERSIFICAR ALGARVE 2030

OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO

ATIVIDADES ECONÓMICAS

Fileira da Batata Doce



Cofinanciado por:



NERA

Novembro de 2023

ATIVIDADES ECONÓMICAS

Fileira da Batata Doce





**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

INDICE

ENQUADRAMENTO

1. CONTEXTO DA FILEIRA NA REGIÃO
2. AS ATIVIDADES ECONÓMICAS NA FILEIRA
 - 2.1 Mapa de Correlação das Atividades Económicas
 - 2.2 Síntese Estatística
 - Nº Empresas
 - Pessoal ao Serviço
 - Volume de Negócios
 - Valor Acrescentado Bruto

OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO
Fileira da Batata Doce



ENQUADRAMENTO

Este relatório está integrado no
PROJETO DIVERSIFICAR ALGARVE 2030

Projeto SIAC Qualificação

Programa Operacional Regional do Algarve 2014-2020 | CRESC ALGARVE 2020

Sistema de Apoio a Ações Coletivas

AVISO N.º ALG-53-2022-08

Data de conclusão do Projeto: Out.2023

Promotores: CCDR Algarve (líder), Universidade do Algarve e NERA

Objetivo do projeto :

- Dinamizar a implementação do Plano de Ação Algarve 2030, para acelerar o processo de diversificação da base económica da região do Algarve, robustecendo os atores e ativos regionais, tornando-os mais resilientes e aptos para responder a choques externos.
- Aprofundar o desenvolvimento dos setores mobilizados na RIS3 Algarve, com prevalência para o (1) Mar e Recursos Endógenos; (2) Eficiência Energética e (3) Energias Renováveis; (4) Saúde, Bem-estar e Longevidade; (5) Agroalimentar e (6) Biotecnologia; (7) TIC e Indústrias Culturais e Criativas.
- Contribuir para uma maior convergência em termos nacionais, potenciando a correção de desequilíbrios crónicos evidenciados por um perfil de especialização assente num grupo restrito de atividades dos serviços e em particular no turismo, um dos setores mais afetados pela pandemia, bem como o incremento da qualificação do turismo, por via de processos mais circulares, eficientes e sustentáveis.

OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO

Fileira da Batata Doce

ENQUADRAMENTO

OBJETIVO DO TRABALHO

O presente trabalho está integrado na Atividade 1 do projeto Plano de Ação Diversificar Algarve 2030 – Oportunidades de Investimento e Clusterização, que tem como objetivo a aplicação de um questionário a 50 empresas, para avaliando a sua cadeia de valor, e com base nos modelos de negócio e gestão das empresas inquiridas, identificar oportunidades de investimentos nos setores (áreas de intervenção / fileiras) visados, com origem na região.

O resultado prático do trabalho será um roadmap de investimentos que se afigurem necessários para complementar as falhas detetadas nas cadeias de valor, e assim contribuir para que os setores (áreas de intervenção / fileiras) em causa possam agregar mais valor na região.

As 3 áreas de intervenção / fileiras alvo são:

Mar – ostras, algas, halófitas e novas espécies de invertebrados;

Agroalimentar – alfarroba, citrinos, produtos da apicultura, batata-doce, vinho, plantas e flores e medronho;

Recursos Geológicos – pedra – grés e calcário.

O presente relatório diz respeito à área de intervenção AGRAOLIMENTAR, fileira da batata doce.

OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO

Fileira da Batata Doce



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

1. CONTEXTO DA FILEIRA NA REGIÃO

OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO

Fileira da Batata Doce





**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**



Fonte: Associação de Produtores de Batata Doce de Aljezur

BATATA DOCE DE ALJEZUR IGP

A Batata doce de Aljezur IGP é a raiz adventícia da planta *Ipomoea batatas* L. (syn. *Batatas edulis*) da variedade Lira e da família das Convolvulaceas, que, por tuberculização, se torna carnuda. Apresenta uma forma piriforme alongada, de epiderme de cor púrpura ou castanho-avermelhada e polpa amarela. O calibre varia entre os 8,5x4,0 cm e os 16,5x7,1 cm e atinge um peso entre 50 e 450 g.

Método de produção: Em fevereiro é feita a instalação do viveiro, com a plantação de raízes a 10-15 cm de profundidade e um compasso de 50x60 cm. A transplantação para o local definitivo faz-se em abril/maio, através da plantação de uma porção de caule com cerca de 25 cm de comprimento, com um compasso de 20x65 cm. A cultura fica no terreno cerca de quatro meses, efetuando-se a maior parte das colheitas em outubro, quando as raízes atingem a maturação e não existe excesso de humidade no solo. Após a colheita, colocam-se as batatas em regime de «cura» em cima da terra por um período de cerca de oito dias, com vista a promover a suberificação e cicatrização de cortes e outras feridas, seguindo-se a limpeza para eliminação de excessos de terra e de outras impurezas. O armazenamento é feito em local arejado e fresco, com temperaturas médias de 13/14 °C.

Características particulares: Possui um sabor adocicado e textura pouco fibrosa e quando comida crua apresenta um sabor semelhante ao da castanha.

Área de produção: A área geográfica de produção, preparação e acondicionamento está circunscrita ao concelho de Aljezur, do distrito de Faro e às freguesias de S. Teotónio, S. Salvador, Zambujeira do Mar, Longueira — Almogrove e Vila Nova de Milfontes do concelho de Odemira, do distrito de Beja.

História: Aljezur foi fundada no século X pelos Árabes, tendo sido tomada aos mouros em 1249. Reza a lenda (apesar da dissonância cronológica com a efetiva introdução da batata doce na Europa) que os Cavaleiros de Santiago, chefiados pelo seu Mestre D. Paio Peres Correia, antes de cada importante batalha utilizavam como complemento alimentar uma «poção» elaborada a partir de batata doce. O vigor na invasão e a rapidez na tomada do castelo de Aljezur deixou os mouros boquiabertos, incapazes de reagir a tão impetuosa carga. A conquista ocorreu em 1249 e a poção que determinou a magnífica vitória foi, segundo a lenda, nada mais, nada menos, que a famosa «feijoadade batata doce de Aljezur».

Qualquer que seja a verdade histórica, a origem da cultura em Aljezur perde-se no tempo, confirmando a forte tradição da batata doce na região e nos hábitos alimentares das suas gentes. A cultura encontra-se perfeitamente adaptada às condições naturais da zona em causa, tem raízes profundas na tradição local e a sua origem perde-se no tempo.

Chegou até aos nossos dias porque os consumidores deste tipo de produto reconhecem que estas batatas possuem características únicas (doce, macia e pouco fibrosa) e preferem as batatas doces da variedade Lira produzidas nesta região de Aljezur em detrimento das batatas doces importadas de outras regiões do mundo.

A Associação de Produtores de Batata Doce de Aljezur é a entidade gestora do registo europeu "Batata doce de Aljezur-IGP". A área geográfica da Batata Doce de Aljezur-IGP inclui todo o concelho de Aljezur e as freguesias do litoral do concelho de Odemira. Apenas a batata doce da variedade Lira, certificada por esta Associação é produzida na área geográfica referida e pode ser designada de "Batata Doce de Aljezur", com 40 sócios ativos, com uma área de cerca de 80 hectares.

1. CONTEXTO DA FILEIRA NA REGIÃO DO ALGARVE

Fileira da Batata Doce



BATATA DOCE

A cultura da batata doce insere-se no conjunto de culturas consideradas emergentes, destacando-se pela componente de inovação associada à rentabilidade da exploração agrícola, aumentando assim a competitividade do setor.

A batata-doce é uma planta perene, mas cultivada como anual, sendo uma cultura considerada rústica, por apresentar uma grande resistência a pragas e pouca resposta a aplicação de fertilizantes.

A batata doce é uma cultura tropical que pode ser plantada em regiões até 40° de latitude, tanto para norte como para sul, e em altitudes até 2 700 metros acima do nível do mar. No entanto, os melhores rendimentos de colheita são em zonas muito húmidas, com grande exposição solar, temperaturas médias de 20°C durante pelo menos 4 meses, beneficiando, contudo, de temperaturas noturnas entre 15 e 20°C.

A batata-doce está classificada como a 7ª cultura mais importante em termos alimentares devido essencialmente à sua fácil adaptabilidade. Rica em hidratos de carbono e vitamina A, consegue produzir mais energia edível/ha/dia do que o milho ou o arroz. Sendo considerada a batata dos trópicos, é uma cultura resistente, capaz de crescer em condições áridas e com pouco recurso a adubos.

Dos mais de 170 milhões de toneladas produzidas em 2016, a Ásia produziu 87% e a África 10%. Cerca de metade da batata doce produzida na Ásia é utilizada para alimentação animal sendo a restante principalmente para consumo humano. Os agricultores africanos produzem cerca de 17 milhões de toneladas de batata doce anualmente, a maior parte para consumo humano. A América Latina, a terra nativa da batata doce, produz 1,9 milhões de toneladas atualmente.

Tanto a exportação como a importação da batata doce têm tido uma tendência crescente nos últimos anos. De acordo com a FAO, em 2016 exportaram-se 535 019 toneladas de batata doce no mundo, correspondendo a um valor de cerca de 422 milhões de dólares e importaram-se 531 940 toneladas de batata doce, traduzidas num valor de 451 milhões de dólares.

A batata doce é um produto produzido e consumido em todo o mundo mas, comparativamente ao global da produção, apenas uma fracção é comercializada ao nível do mercado internacional, sendo que muitos países produzem batata doce apenas para o mercado interno/consumo doméstico.

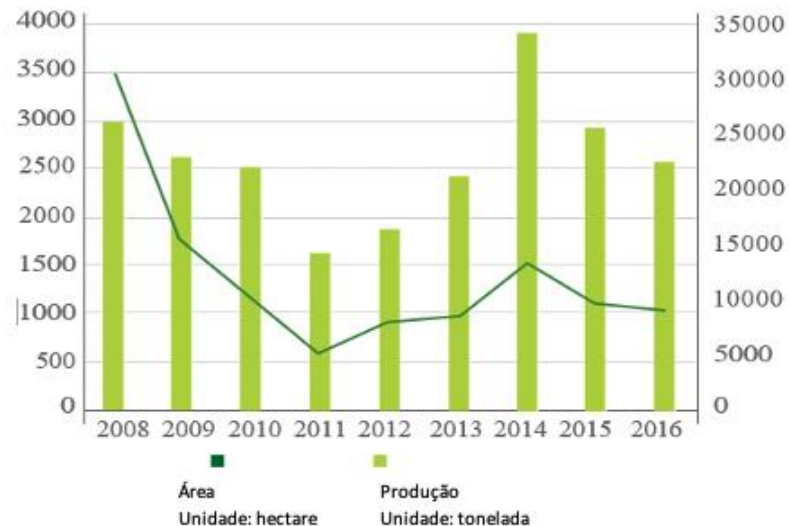
O mercado europeu de batata doce é relativamente pequeno, mas está em grande crescimento; a Europa produziu cerca de 52 mil toneladas de batata doce em 2016. De acordo com Fresh Plaza (2015), a importação deste produto duplicou nos últimos 5 anos, sendo os maiores importadores europeus o Reino Unido e os Países Baixos. Os Países Baixos atuam como um porto de trocas para o resto da Europa.



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

PRODUÇÃO

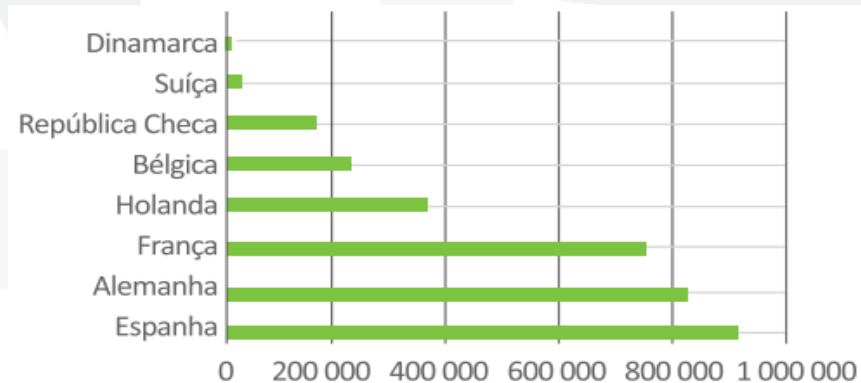
Portugal - produção e área de cultivo



Fonte: FAO

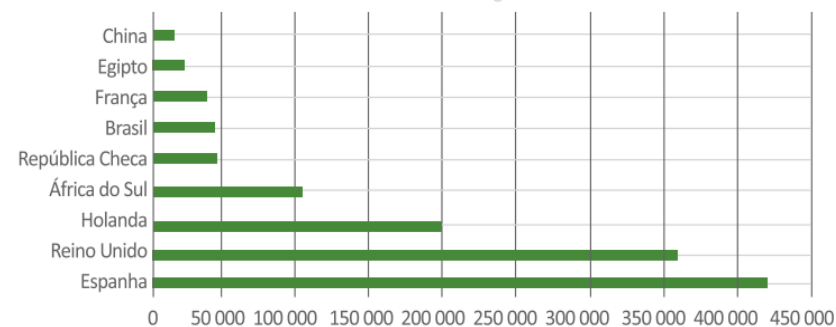
Em Portugal continental, a região de eleição para a produção de batata doce é o Sudoeste Alentejano, devido ao clima moderado, solos arenosos, localização próxima do mar e baixa frequência de geadas. Algumas empresas produtoras na região têm como objetivo a exportação para mercados não produtores ou com baixas produções, como a Alemanha e os Países Baixos e com níveis de consumo crescentes

EXPORTAÇÕES



Unidade: kg
Fonte: FAO

IMPORTAÇÕES



Unidade: kg
Fonte: FAO

1. CONTEXTO DA FILEIRA NA REGIÃO DO ALGARVE

Fileira da Batata Doce



CONSUMO

	Consumo aparente	Consumo <i>per capita</i>	População
	tonelada	kg/ano	Nº
2015	23.536,6	2,27	10 358 100
2016	20.774,0	2,01	10 323 500

Fonte: Adaptado de FAO

Os valores de consumo de batata doce em Portugal são ainda relativamente baixos. No entanto, este produto tem tendência a ser cada vez mais inserido na gastronomia portuguesa.

Valor nutricional por 100 g	
Energia	360 kJ (86 kcal)
Sódio	55 mg
Potássio	337 mg
Hidratos de Carbono	20 g
Fibra Alimentar	3 g
Açúcar	4.2 g
Proteínas	1.6 g
Vitaminas	
Vitamina A	14 187 IU
Vitamina C	2.4 mg
Vitamina B6	0.2 mg
Minerais	
Cálcio	30 mg
Ferro	0.6 mg
Magnésio	25 mg

Tipos de Comercialização da Batata-Doce	Embalagens de Venda	
Batata-Doce "in natura"		
Batata-Doce em rodela congelada		
Batata-Doce em palitos congelada		
Batata-Doce frita-chips		
Farinha de Batata-Doce		
Batata-Doce desidratada		
Tapioca Batata-Doce		

1. CONTEXTO DA FILEIRA NA REGIÃO DO ALGARVE

Fileira da Batata Doce



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

2. AS ATIVIDADES ECONÓMICAS NA FILEIRA

2.1 Mapa de Correlação das Atividades Económicas

2.2 Síntese Estatística

Nº Empresas

Pessoal ao Serviço

Volume de Negócios

Valor Acrescentado Bruto

OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO

Fileira da Batata Doce



CAE	ESPECIFICAÇÕES
01130	Compreende as culturas ao ar livre ou em estufa de produtos hortícolas (tomate, cebola, cenoura, melão, melancia, beterraba, abóbora, alface, feijão verde, beringela, espargo, pepino, nabo, alho, cogumelos, etc.). Inclui a cultura de milho doce, batata (inclui batata doce), mandioca, inhame e de outras raízes e tubérculos.
10310	Compreende a preparação e a conservação de batatas por qualquer processo (congelamento, desidratação, fritura, etc.). Inclui a produção de batata semi-frita congelada, flocos, farinha e sêmola, assim como o descasque industrial de batatas.

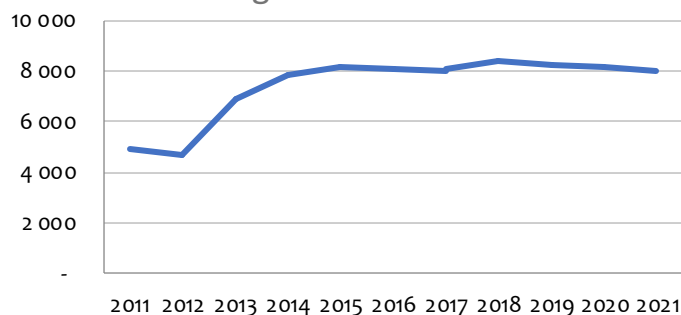
Nº de Empresas do Subsetor

CAEs (Rev3)	Subsetor Batata Doce	Nº Empresas Portugal (2021)	%	Nº Empresas Algarve (2021)	%	% (Nº Emp. Algarve / Nº Emp. Portugal) (2021)	Taxa de Variação Portugal (2011-2021)	Taxa de Variação Algarve (2011-2021)
01130	Cultura de produtos hortícolas, raízes e tubérculos	7 966	99,7%	542	99,4%	6,8%	63,7%	41,9%
10310	Preparação e conservação de batatas	21	0,002%	3	0,004%	14,3%	23,5%	50,0%
	Empresas Subsetor	7 987	100%	545	100%	6,8%	63,6%	41,9%
	Empresas TOTAL	1 342 116		76 680		5,7%	20,5%	31,6%
	% Agro / TOTAL	0,6%		0,7%				

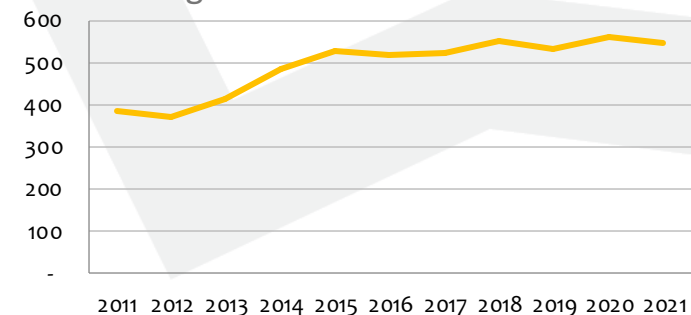
Fonte : INE, Sistema de contas integradas das empresas

Indicador: Empresas (N.º) por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3); Anual

Evolução das Empresas do Subsetor - Portugal



Evolução das Empresas Subsetor - Algarve





**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

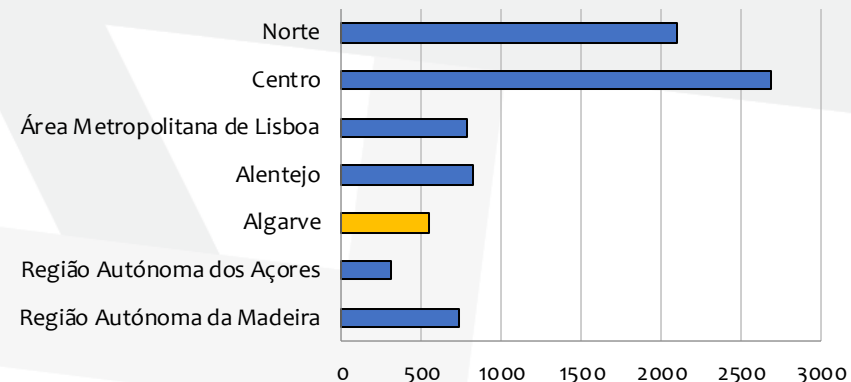
Nº de Empresas do Subsetor (2021)

Localização NUT	Nº Empresas do Subsetor (2021)	%	Nº Total Empresas (2021)	%	Subsetor / Total (2021)
Norte	2105	26%	456034	34%	0,5%
Centro	2690	34%	273145	20%	1,0%
Área Metropolitana de Lisboa	787	10%	390857	29%	0,2%
Alentejo	823	10%	86696	6%	0,9%
Algarve	545	7%	76680	6%	0,7%
Região Autónoma dos Açores	305	4%	28990	2%	1,1%
Região Autónoma da Madeira	732	9%	29714	2%	2,5%
Portugal	7987	100%	1 342 116	100%	0,6%

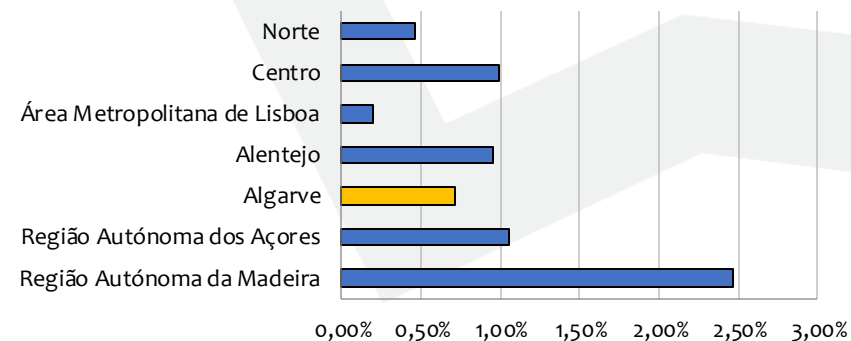
Fonte : INE, Sistema de contas integradas das empresas

Indicador: Empresas (N.º) por Localização geográfica (NUTS - 2021) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3); Anual

Nº de Empresas Subsetor por NUT 2021



% de Empresas Subsetor face ao total de empresas por NUT 2021



2. AS ATIVIDADES ECONÓMICAS NA FILEIRA Fileira da Batata Doce



Cofinanciado por:



Pessoal ao Serviço (Nº) Subsetor

CAEs (Rev3)	Subsetor Agroalimentar Batata Doce	Pessoal ao Serviço (Nº) Portugal (2021)	%	Pessoal ao Serviço (Nº) Algarve (2021)	%	% (PS Algarve / PS Portugal) (2021)	Taxa de Variação Portugal (2011-2021)	Taxa de Variação Algarve (2011-2021)
01130	Cultura de produtos hortícolas, raízes e tubérculos	18 296	95,6%	2 714	98,9%	14,8%	85,4%	196,3%
10310	Preparação e conservação de batatas	852	4,4%	31	1,1%	3,6%	27,4%	3,3%
	Pessoal ao Serviço (Nº) Subsetor	19 148	100%	2 745	100%	14,3%	81,7%	190,2%
	Pessoal ao Serviço (Nº) TOTAL	4 236 222		179 028		4,2%	16,6%	24,5%
	% SUBSECTOR / TOTAL	0,5%		1,5%				

Fonte : INE, Sistema de contas integradas das empresas

Indicador: Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse- CAE Rev. 3); Anual

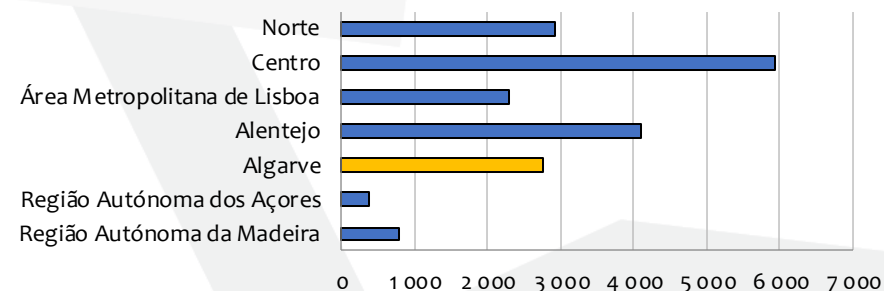
Pessoal ao Serviço (Nº) Subsetor por NUT

Localização NUT	Pessoal ao Serviço (Nº) Subsetor (2021)	%	Pessoal ao Serviço (Nº) Total (2021)	%	Subsetor / Total (2021)
Norte	2 915	15,2%	1 428 227	33,7%	0,2%
Centro	5 924	30,9%	757 666	17,9%	0,8%
Área Metropolitana de Lisboa	2 304	12,0%	1 487 738	35,1%	0,2%
Alentejo	4 089	21,4%	224 809	5,3%	1,8%
Algarve	2 745	14,3%	179 028	4,2%	1,5%
Região Autónoma dos Açores	384	2,0%	73 714	1,7%	0,5%
Região Autónoma da Madeira	787	4,1%	85 040	2,0%	0,9%
Portugal	19 148	100,0%	4 236 222	100,0%	0,5%

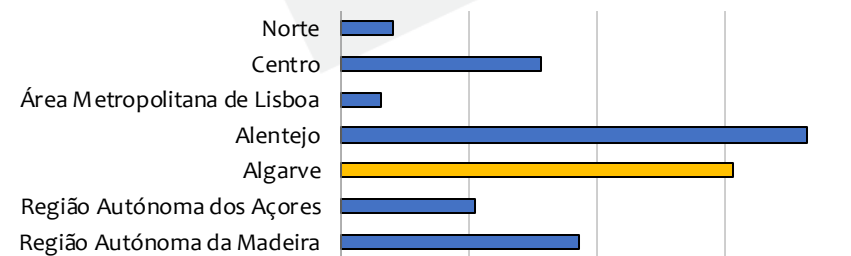
Fonte : INE, Sistema de contas integradas das empresas *

Indicador: Pessoal ao serviço (N.º) das Empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3); Anual

Pessoal ao Serviço (%) Subsetor por NUT 2021



Pessoal ao Serviço (Nº) Subsetor face ao total, por NUT 2021



Volume de Negócios (milhares de Euros) por Subsector

CAEs (Rev3)	Subsector Batata Doce	Volume de Negócios (milhares de Euros) Portugal (2021)	%	Volume de Negócios (milhares de Euros) Algarve (2021)	%	% (VN Algarve / VN Portugal) (2021)	Taxa de Variação Portugal (2011-2021)	Taxa de Variação Algarve (2011-2021)
01130	Cultura de produtos hortícolas, raízes e tubérculos	817 647	90,8%	46 083	100,0%	5,6%	92,4%	70,7%
10310	Preparação e conservação de batatas	82 450	0,02%	*			53,7%	*
Volume de Negócios (milhares de Euros) do subsector		900 097	100%	46 083	100%	5,1%	87,9%	70,7%
Volume de Negócios (milhares de Euros) TOTAL		430 887 867		9 720 434		2,3%	26,2%	38,4%
% SUBSECTOR / TOTAL		0,2%		0,5%				

Fonte : INE, Sistema de contas integradas das empresas

Indicador: Volume de negócios (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3); Anual (3)

*inexistência de dados estatísticos

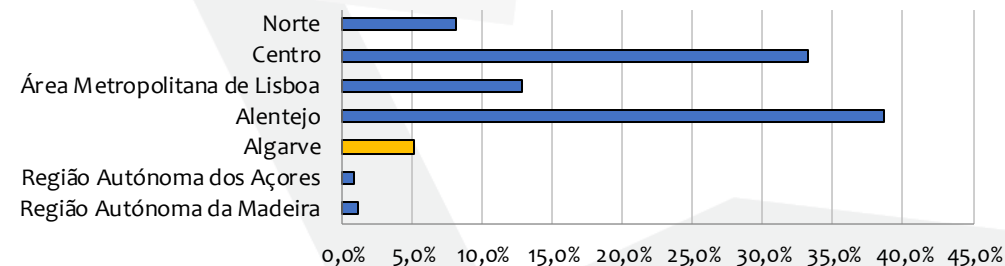
Volume de Negócios (milhares de Euros) do Subsector por NUT 2021

Localização NUT	Volume de Negócios (milhares de Euros) Subsector (2021)	%	Volume de Negócios (milhares de Euros) Total (2021)	%	Subsector / Total (2021)
Norte	73 031	8,1%	125 726 297	29,2%	0,1%
Centro	298 695	33,2%	74 059 444	17,2%	0,4%
Área Metropolitana de Lisboa	115 989	12,9%	187 897 653	43,6%	0,1%
Alentejo	348 453	38,7%	21 245 566	4,9%	1,6%
Algarve	46 083	5,1%	9 720 434	2,3%	0,5%
Região Autónoma dos Açores	8 208	0,9%	5 713 912	1,3%	0,1%
Região Autónoma da Madeira	9 639	1,1%	6 524 563	1,5%	0,1%
Portugal	900 097	100,0%	430 887 867	100,0%	0,2%

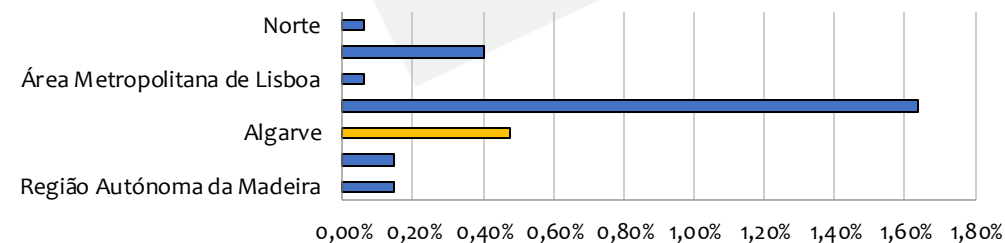
Fonte : INE, Sistema de contas integradas das empresas

Indicador: Volume de negócios (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3); Anual (3)

Volume de Negócios (milhares de Euros) Subsector por NUT (2021)



% Volume de Negócios (milhares de Euros) Subsector face ao total de por NUT (2021)



2. AS ATIVIDADES ECONÓMICAS NA FILEIRA Fileira da Batata Doce

Valor Acrescentado Bruto (milhares de Euros) por Subsetor

CAEs (Rev3)	Subsetor Agroalimentar Batata Doce	VAB (milhares de Euros) Portugal (2021)	%	VAB (milhares de Euros) Algarve (2021)	%	% (VAB Algarve / VAB Portugal) (2021)	Taxa de Variação Portugal (2011-2021)	Taxa de Variação Algarve (2011-2021)
01130	Cultura de produtos hortícolas, raízes e tubérculos	238 169	89,3%	16 043	100,0%	6,7%	125,2%	69,9%
10310	Preparação e conservação de batatas	28 553	10,7%	*			21,3%	*
Valor Acrescentado Bruto (milhares de Euros) Subsetor		266 723	100%	16 043	100%	6,0%	106,3%	69,9%
Valor Acrescentado Bruto (milhares de Euros) TOTAL		108 914 356		3 208 475		2,9%	37,3%	59,2%
% SUBSETOR / TOTAL			0,2%		0,5%			

Fonte : INE, Sistema de contas integradas das empresas

Indicador: Valor Acrescentado Bruto (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3); Anual (3)

*inexistência de dados estatísticos

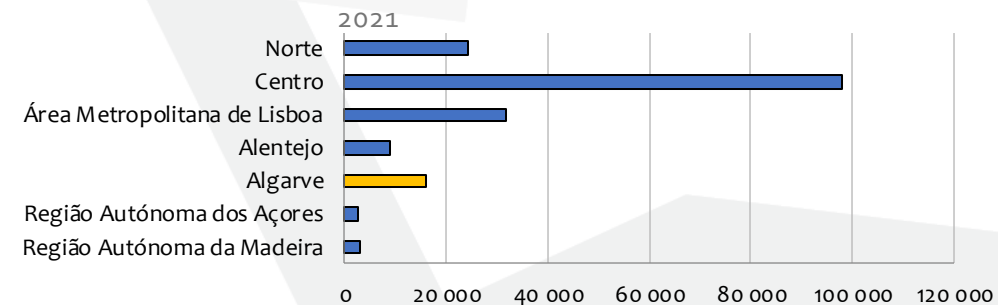
Valor Acrescentado Bruto (milhares de Euros) Subsetor por NUT

Localização NUT	VAB (milhares de Euros) Subsetor (2021)	%	VAB (milhares de Euros) Total (2021)	%	Subsetor / Total (2021)
Norte	24 351	9%	32 988 223	30%	0,1%
Centro	97 911	37%	18 492 634	17%	0,5%
Área Metropolitana de Lisboa	31 734	12%	45 899 523	42%	0,1%
Alentejo	9 041	3%	5 056 189	5%	0,2%
Algarve	16 043	6%	3 208 475	3%	0,5%
Região Autónoma dos Açores	2 511	1%	1 342 957	1%	0,2%
Região Autónoma da Madeira	2 981	1%	1 926 355	2%	0,2%
Portugal	266 723	100%	108 914 356	100%	0,2%

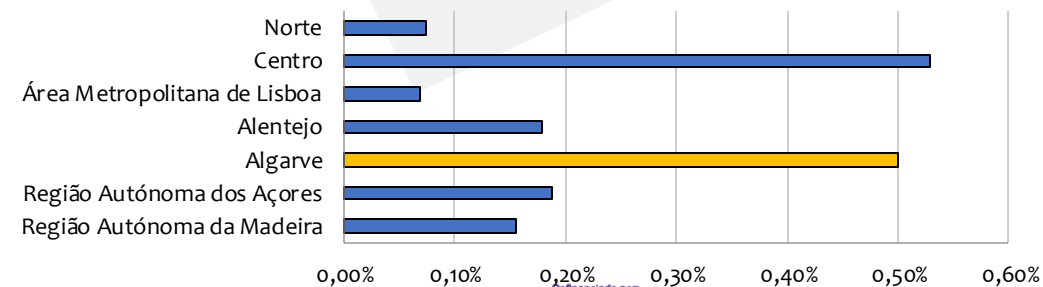
Fonte : INE, Sistema de contas integradas das empresas

Indicador: Valor Acrescentado Bruto (€) das empresas por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Atividade económica (Subclasse - CAE Rev. 3); Anual (3)

Valor Acrescentado Bruto (milhares de Euros) Subsetor por NUT



Valor Acrescentado Bruto (milhares de Euros) Subsetor face ao total por NUT 2021



2. AS ATIVIDADES ECONÓMICAS NA FILEIRA Fileira da Batata Doce

DIVERSIFICAR ALGARVE 2030

OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO

ROADMAP

Fileira da Batata Doce



Cofinanciado por:



NERA

Novembro de 2023

ROADMAP DE INVESTIMENTOS

Fileira da Batata Doce





**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

INDICE

OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO

1. Metodologia
2. Inputs e Outputs da Cadeia de Valor
3. Roadmap de Investimentos para a Fileira

OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO

Fileira da Batata Doce



Cofinanciado por:



METODOLOGIA

Atendendo ao objeto de análise pretendido para o projeto diversificar e perfil dos setores e empresas a entrevistar, o metodologia de desenvolvimento do levantamento de necessidades de investimento, inspirado na metodologia de Porter, foi estruturada em duas dimensões:

DIMENSÃO 1

Esta secção englobou:

RETRATO DAS EMPRESAS

Compreende uma síntese dos dados económicos das empresas entrevistadas

INPUTS E OUTPUTS DA CADEIA DE VALOR DAS EMPRESAS

Compreende aspetos gerais relacionados com a origem dos inputs / internalização das atividades primárias e destino dos outputs, numa abordagem à cadeia de valor das empresas, nomeadamente:

- INPUTS

Matérias primas, Matérias subsidiárias, Serviços externos de logística, marketing e I&D e Recursos humanos

- OUTPUTS

Produtos comercializados, Subprodutos, e Mercados

DIMENSÃO 2

Esta secção englobou a análise das atividades primárias da cadeia de valor das empresas, nomeadamente:

LOGÍSTICA

foi agregada a análise das dimensões da logística de entrada e saída

Logística de entrada – compreende a receção, armazenagem e distribuição de inputs para a organização, como matérias-primas, componentes e outros fornecimentos. Uma gestão eficiente da logística de entrada pode ajudar a otimizar os níveis stock, reduzir custos e garantir um processo de produção sem falhas de abastecimento;

Logística de saída – compreende atividades relacionadas com o armazenamento, distribuição e entrega dos produtos finais aos clientes, incluindo processamento de encomendas, armazenamento, transporte e distribuição. Uma logística de saída eficiente pode garantir a entrega atempada aos clientes, aumentando a sua satisfação;

OPERAÇÕES

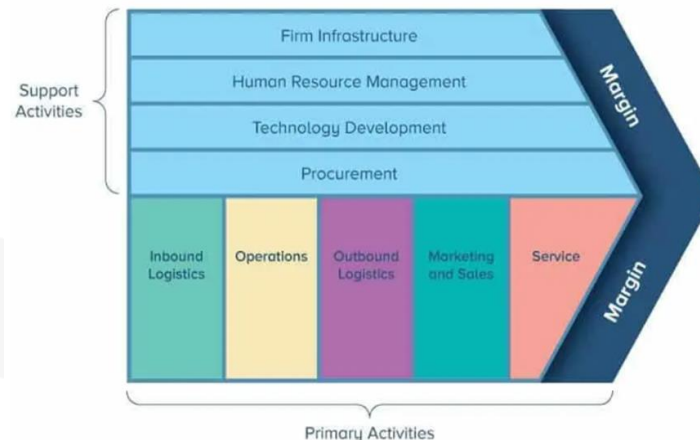
Compreende os processos que transformam inputs em produtos ou serviços acabados, incluindo fabricação, montagem, embalagem e testes. Uma gestão eficiente das operações pode levar a maior produtividade, qualidade e velocidade ao nível da produção;

MARKETING E VENDAS

Compreende a promoção e venda de produtos ou serviços aos clientes, incluindo publicidade, estudos de mercado, preços, canais de vendas e gestão do relacionamento com o cliente. Esforços eficazes de marketing e vendas podem criar maior conhecimento da empresa/marca por parte do mercado, gerando aumento da procura e de quota de mercado;

O MODELO DE CADEIA DE VALOR DE MICHAEL PORTER

O Modelo de Cadeia de Valor desenvolvido por Michael Porter tornou-se altamente influente no campo da gestão estratégica, e apesar dos seus quase 40 anos, e de todas as transformações que se foram sucedendo no mundo dos negócios, desde logo, as tecnológicas, a sua simplicidade e generalidade permitem que seja ainda uma ferramenta útil para perceber as fontes de criação de valor das organizações em vários setores, compreendendo e otimizando as suas operações internas, com o objetivo de avaliar e melhorar a sua vantagem competitiva. Em concreto, o modelo (ver Figura 1) descreve uma série de atividades de uma organização que contribuem para agregar valor aos seus produtos ou serviços, agrupadas em duas categorias principais: atividades primárias (5) – aquelas diretamente envolvidas na criação, entrega e assistência pós-venda de um produto ou serviço; atividades de suporte (4) – aquelas que são essenciais para permitir que as atividades primárias funcionem de forma eficaz e eficiente.



Considerando que se adotou uma abordagem de avaliação através da cadeia de valor, o questionário aplicado às empresas foi estruturado em torno do Modelo de Cadeia de Valor desenvolvido por Michael Porter no livro "Vantagem Competitiva: Criando e Sustentando Desempenho Superior" (1985), que tem justamente por objetivo avaliar as vantagens competitivas das organizações através do valor criado pelas diversas atividades da sua cadeia de valor, devidamente ajustado aos setores alvo de análise do presente trabalho.

Neste trabalho, a abordagem a cada uma das atividades primárias foi efetuada em duas dimensões:

- perguntas de resposta direta, por forma a avaliar-se os recursos de cada empresa em cada área e respetivas necessidades de investimento, incidindo nos seguintes parâmetros: Contributo da atividade para a competitividade da empresa; Desempenho específica da atividade; Avaliação da existência de recursos para cada atividade; Desempenho financeiro e otimização de custos; Sustentabilidade; Digitalização.
- perguntas de desenvolvimento, por forma a avaliar-se a necessidade da realização de investimentos para melhorar o desempenho agregado do setor, permitindo comparações intersectoriais e a identificação do *roadmap* de investimentos.



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

EMPRESA ENTREVISTADA

Empresas Entrevistadas	
1	ASSOCIAÇÃO DOS PRODUTORES DE BATATA DOCE DE ALJEZUR



1 empresa entrevistada

4 total trabalhadores

25 anos (antiguidade média das empresas)

40.000€ volume de negócios total (2022)

0% variação de volume de negócios média (2020/2022)

0€ exportações totais (2022)

0% variação de exportações média (2020/2022)

0€ importações totais (2022)

0% variação de importações média (2020/2022)

100% das empresas têm sede no Algarve



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

DIMENSÃO DE ANÁLISE	Notas de contexto da fileira
<p>INPUTS DA CADEIA DE VALOR</p> <p>Matérias Primas e Subsidiárias Serviços Externos Recursos Humanos</p> <p>OUPUTS DA CADEIA DE VALOR</p> <p>Produtos Comercializados SubProdutos Mercados</p>	<p>A Batata doce de Aljezur IGP trata-se de uma variedade com uma qualidade reconhecidamente superior em termos de sabor (mais doce), textura (mais macia e pouco fibrosa)</p> <p>Em termos de produção, requer mais trabalho agrícola e tem índices de produtividade mais baixa do que as variedades concorrentes, com um produção limitada e flutuante.</p> <p>É comercializada em embalagens de cartão, não podendo ser vendida a granel.</p> <p>Verifica-se um aumento geral do consumo da batata doce, contudo numa lógica de preço / quantidade.</p> <p>Toda a produção é facilmente vendida, existindo muita margem de crescimento.</p> <p>Em termos de produtividade ronda as 20 toneladas / hectare sendo que a batata doce chinesa pode registar o dobro destes valores.</p> <p>Existe uma utilização fraudulenta da marca Batata Doce de Aljezur por outros agentes, de difícil controlo.</p>

3. OPORTUNIDADES DE INVESTIMENTO E CLUSTERIZAÇÃO |
inputs e outputs da cadeia de valor
Fileira da Batata Doce





**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

ROADMAP DE INVESTIMENTOS

Fileira da Batata doce

ENTIDADES PROMOTORAS DOS INVESTIMENTOS

- > EMPRESAS
- > UNIVERSIDADE / INSTITUIÇÕES DE I&D
- > CONSÓRCIOS-EMPRESA
- > ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS / ENTIDADES PRIVADAS COLETIVAS
- > ENTIDADES PÚBLICAS

INVESTIMENTOS DA EMPRESA

LOGISTICA	Nr. Empresas	%
Espaços e infraestruturas	1	100,0%
Sistemas de gestão	-	0,0%
Meios de transporte e equipamentos	1	100,0%
Práticas de Sustentabilidade	-	0,0%
Soluções tecnológicas	-	0,0%

OPERAÇÕES	Nr. Empresas	%
Instalações, equipamentos	1	100,0%
Pessoal qualificado	-	0,0%
Gestão da qualidade e certificações	-	0,0%
Automação ou melhoria de processos	1	100,0%
Práticas de Sustentabilidade	1	100,0%
Soluções tecnológicas	1	100,0%

MARKETING E VENDAS	Nr. Empresas	%
Identidade, marca e posicionamento no mercado	1	100,0%
Pessoal qualificado	-	0,0%
Gestão de Marketing e Vendas	1	100,0%
Pesquisa e prospeção de novos mercados	1	100,0%
Soluções tecnológicas, plataformas e marketing digital	1	100,0%

% do nº de empresas que pretendem investir
Fonte: Própria



**DIVERSIFICAR
ALGARVE
2030**

Tipo de entidades promotoras dos investimentos *	Investimentos
(1) empresas	nível de máquinas e equipamentos, capacidade de armazenamento e conservação, marketing e gestão Produção de batata doce em modo biológico para responder ao mercado
(2) universidade / instituições I&D	Desenvolvimento de estudo de mercado, plano estratégico e plano de internacionalização para o setor
(3) consórcios universidade-empresa	Estudar a viabilidade para a transformação de produtos derivados, como por exemplo farinha de batata doce para doçaria / padaria.
4) associações ou outras entidades privadas coletivas	Plano de defesa da marca contra utilizações fraudulentas Reanimação do projeto de distribuição da batata doce nas escolas da região em articulação com os municípios da região Desenvolvimento de um programa de sensibilização para o consumo nos hotéis da região
(5) entidades públicas	Campanha de promoção da batata doce de Aljezur em articulação com o Turismo na região