

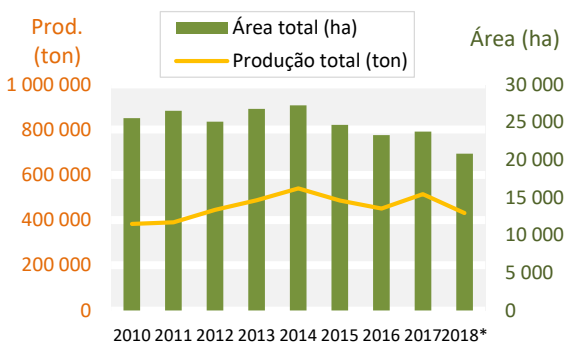


BATATA

BREVE CARACTERIZAÇÃO

- Produção mundial média (2013-2017) de 378 670 mil ton (FAOSTAT)
- Cerca de 25% da produção mundial está concentrada na China
- Planta cultivada em todo o Mundo, representando a Europa cerca de 30% da produção mundial
- Atualmente, o tubérculo é o 4º alimento mais consumido do mundo depois do milho, do trigo e do arroz
- É uma das culturas mais exigentes em nutrientes, pela sua elevada produtividade
- É uma das culturas que apresenta maior produção de energia e proteínas por hectare por dia

PRODUÇÃO NACIONAL



	Área de regadio (ha)	Área de sequeiro (ha)	Área Total (ha)	Produção regadio (ton)	Produção sequeiro (ton)	Produção total (ton)
2010	20 578	4 953	25 531	339 175	44 660	383 835
2011	21 907	4 594	26 501	347 461	42 338	389 798
2012	20 875	4 177	25 052	409 266	36 383	445 649
2013	21 568	5 190	26 758	429 057	58 589	487 646
2014	21 696	5 518	27 214	472 690	67 183	539 872
2015	20 267	4 355	24 622	444 166	42 624	486 790
2016	19 252	4 044	23 296	407 675	43 366	451 041
2017	20 129	3 606	23 735	475 865	39 165	515 030
2018*	17 832	2 967	20 800	402 769	28 917	431 686

Aumento de cerca de 35% na produção nacional, embora haja um decréscimo de cerca de 7% na área total; diminuição da área (-27%) e do volume de produção (-12%) da batata de sequeiro

(Fonte: GPP/dados INE; * provisórios)

Pontos fortes ↗

- Cultura bem adaptada às condições de solo e clima, nas zonas de maior incidência
- Boa qualidade e segurança alimentar do produto
- Capacidade de resposta da produção às crescentes exigências de qualidade do mercado de consumo
- Preocupação crescente da indústria com controlo de qualidade do produto

Pontos fracos ↘

- Aumento dos preços dos fatores de produção
- Nível organizacional baixo das estruturas associativas (apesar da criação da PORBATATA)
- Limitada capacidade negocial da produção junto da grande distribuição
- Preços do produto final pouco competitivos
- Fraca promoção do produto nacional e das suas vantagens comparativas

Análise interna

Análise externa

- Aumento da área de regadio
- Aposta crescente no marketing e na promoção da batata nacional
- A indústria proporciona novas oportunidades de mercado, com o uso de cultivares adequadas para cada propósito
- expansão do produto nacional para mercados sofisticados e nichos de mercado

- Competitividade do produto no mercado externo
- Generalizada falta de escala de produção
- Elevados custos dos fatores de produção (fertilizantes, fitofármacos, energia)

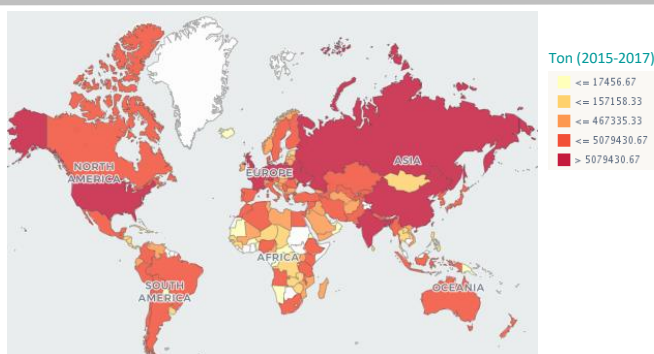
Oportunidades

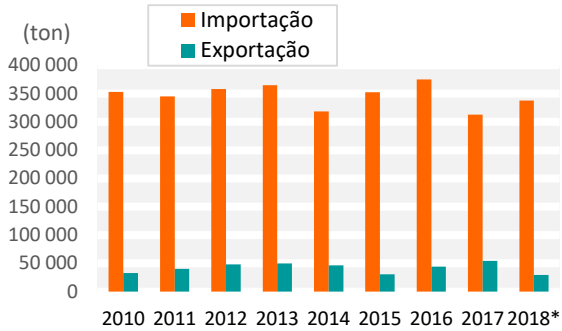
Ameaças

	2016 (1000 ton)	2017 (1000 ton)
China	95 650	99 147
India	43 417	48 605
Rússia	31 108	29 590
Ucrânia	21 750	22 208
EUA	20 022	20 017
Alemanha	10 772	11 720
Bangladesh	9 474	10 216
Polónia	8 872	9 172
Holanda	6 534	7 392
França	6 835	7 342
MUNDO	374 252	388 191

(FAOSTAT)

PRODUÇÃO INTERNACIONAL

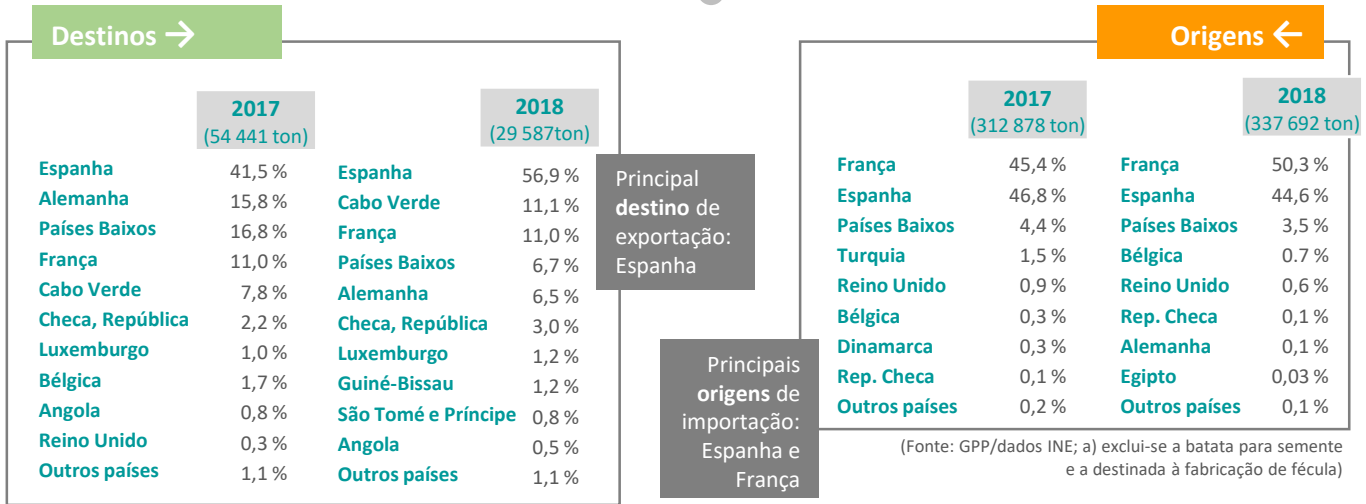




	2016	2017	2018*
Orientação Exportadora (%) = Exportação / Produção x 100	9,9	10,6	6,9
Consumo Aparente (ton) = Produção + Importação – Exportação	781 570	773 467	739 790
Grau de Auto-Aprovisionamento (%) = Produção / Consumo Aparente x 100	57,7	66,6	58,4
Grau de Abastecimento do mercado interno (%) = (Produção - Exportação) / Consumo Aparente x 100	52,0	59,5	54,4

(Fonte: GPP/dados INE; * provisórios)

Mercados



(Fonte: GPP/dados INE; a) exclui-se a batata para semente e a destinada à fabricação de fécula)

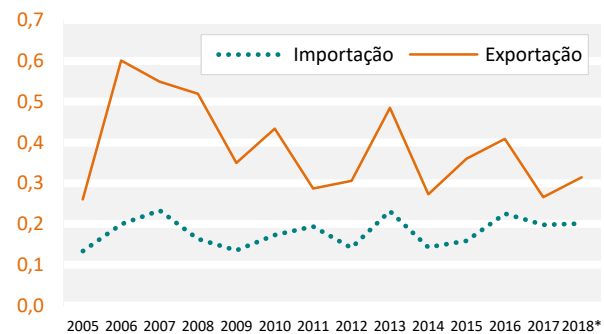
Preços

Batata Valores do comércio internacional (1000 €)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018*
Entradas	60 732	68 837	50 558	85 506	46 414	56 012	84 765	62 908	67 705
Saídas	14 409	11 461	14 842	24 239	12 925	11 303	18 209	14 481	9 320
Saldo	-46 324	-57 377	-35 716	-61 267	-33 489	-44 709	-66 556	-48 427	-58 384

No que se refere ao comércio internacional, a balança comercial portuguesa para a batata é altamente deficitária

Preços médios de Importação e de Exportação (€/Kg) (Não inclui batata semente e a destinada a fécula)



Prospetivas

- O sector deve continuar a organizar-se de modo a fazer face aos ciclos de variação de quantidades e preços, realizando uma programação adequada da produção, tendo em consideração a procura efetiva e capacidade de absorção pelo mercado. Para tal, é necessária a concentração da oferta e organização da produção
- Aumento das exportações, assente na antecipação da comercialização e/ou no reforço de estratégias de Internacionalização para a batata primor e para a de conservação
- Aumento da quota no mercado externo
- Aumento da promoção do produto no mercado externo, adaptando-o ao público-alvo e a mercados específicos
- Qualidade diferenciada do produto direcionada a nichos de mercado
- Melhor integração do produto na criação das organizações de produtores