

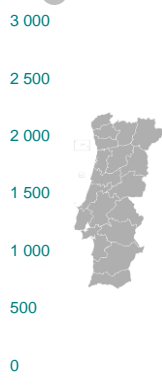
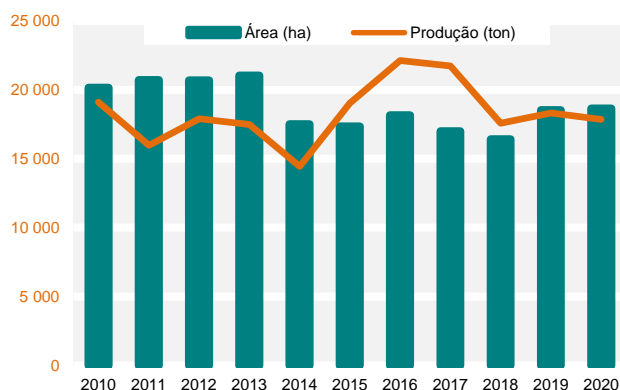


UVA DE MESA

BREVE CARACTERIZAÇÃO

- É um produto com um crescimento significativo no mercado externo, tendo triplicado o seu valor nos últimos dez anos
- O Saldo Comercial é negativo: em 2017, o volume de vendas ao exterior totalizou 10M€, e as entradas totalizaram 42M€
- O crescente aumento do consumo destes frutos podem atuar como propulsor da cadeia produtiva
- Existe potencial de aproveitamento industrial e de exportação de produtos industriais baseados nestes frutos
- Não há excedentes de produção

PRODUÇÃO NACIONAL



ANO	Área de produção Uva de Mesa (ha)	Produção total (ton)
2011	2 485	15 989
2012	2 484	17 913
2013	2 526	17 479
2014	2 102	14 435
2015	2 083	19 033
2016	2 178	22 136
2017	2 039	21 744
2018	1 970	17 586
2019	2 224	18 335
2020	2 239	17 849

Verifica-se um aumento da produção sem correspondente aumento da área de plantação, através da reconversão das vinhas com novas variedades, mais apelativas para os novos mercados

Pontos fortes ↗

- Adaptação ao perfil dos consumidores mais exigentes: aposta em variedades de qualidade, com ou sem grinha
- Cotações em alta no mercado nacional e externo ao longo das últimas campanhas
- Boa capacidade de conservação e resistência ao transporte e manuseamento (sob refrigeração)
- Elevada procura do produto pelas cadeias de distribuição;

- Interesse crescente pela produção, mercado e indústria
- Procura crescente em mercados terceiros

Oportunidades

Pontos fracos ↘

- Insuficiente estruturação para enfrentar com êxito o desafio da internacionalização
- Concentração/segmentação da oferta com Organizações de Produtores com pequena dimensão.

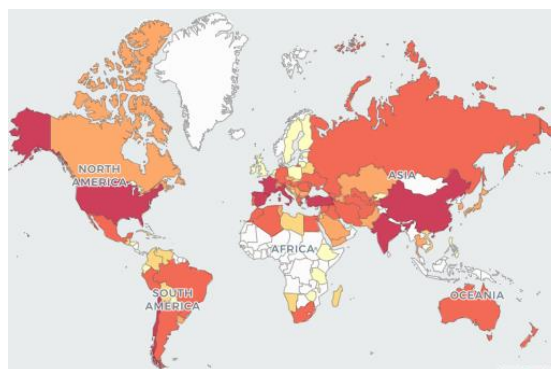
- Competitividade do produto no mercado externo
- Elevados custos dos fatores de produção

Ameaças

	2019 (ton)
China	14 284 035
Itália	7 900 120
EUA	6 314 915
Espanha	5 745 450
França	5 489 650
Turquia	4 100 000
Índia	3 041 000
Chile	2 701 588
Argentina	2 519 886
Irão	1 945 930
19.º Portugal	864 850
MUNDO	77 088 643

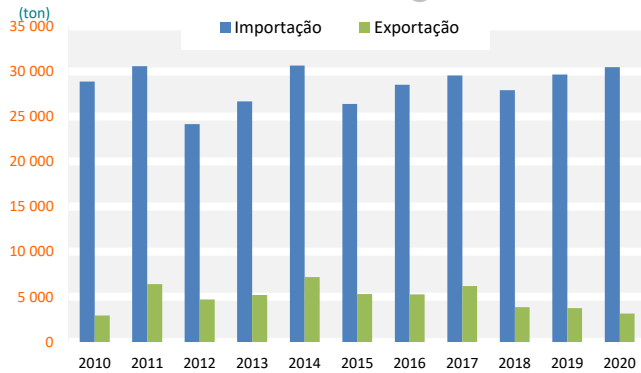
	2020 (ton)
China	14 843 091
Itália	8 222 360
Espanha	6 817 770
França	5 884 230
EUA	5 388 679
Turquia	4 208 908
Índia	3 125 000
Chile	2 772 561
Argentina	2 055 746
África do Sul	2 028 185
19.º Portugal	853 380
MUNDO	78 108 335

PRODUÇÃO INTERNACIONAL



Média de Produção (2016-2020), Ton

(FAO Stat)



Orientação Exportadora (%)

= Exportação / Produção x 100

Consumo Aparente (ton)

= Produção + Importação - Exportação

Grau de Auto-Aprovisionamento (%)

= Produção / Consumo Aparente x 100

Grau de Abastecimento do mercado interno (%)

= (Produção - Exportação) / Consumo Aparente x 100

	2018	2019	2020
Orientação Exportadora (%)	22,0	20,4	17,7
Consumo Aparente (ton)	41 638	44 244	45 156
Grau de Auto-Aprovisionamento (%)	42,2	41,4	39,5
Grau de Abastecimento do mercado interno (%)	33,0	33,0	32,5

(Dados INE)

Mercados

Destinos →

	2019 (3 746 ton)		2020* (3 157 ton)
Espanha	40,6%	Espanha	55,0%
Países Baixos	17,2%	Cabo Verde	9,8%
Polónia	14,3%	Países Baixos	7,8%
Cabo Verde	10,1%	Reino Unido	7,3%
Reino Unido	7,6%	Polónia	5,8%
Angola	5,3%	Nigéria	3,6%
França	2,3%	França	3,3%
Gana	0,5%	Angola	1,9%
Outros países	2,0%	Outros países	5,5%

Principal destino de exportação: Espanha

Principais origens de importação: Espanha

Origens ←

	2019 (29 654 ton)		2020* (30 464 ton)
Espanha	61,6%	Espanha	65,0%
Chile	15,6%	Chile	12,6%
Peru	7,4%	Peru	8,0%
Alemanha	4,4%	Alemanha	5,9%
Itália	3,8%	Itália	2,8%
Países baixos	3,4%	Países Baixos	2,2%
Índia	1,3%	Índia	2,0%
África do Sul	1,3%	África do Sul	1,0%
Outros países	1,1%	Outros países	0,6%

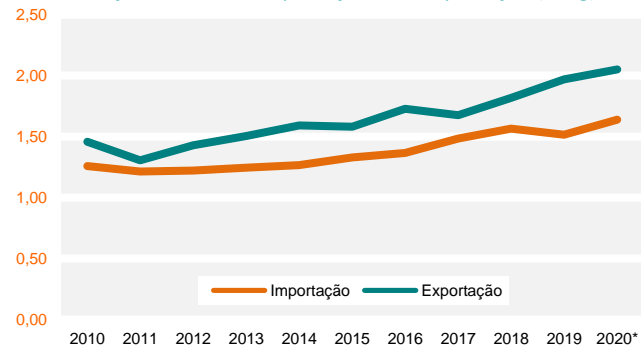
* dados preliminares

Preços

Uva de mesa - Valores do comércio internacional (1000 €)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020*
Entradas	29 493	33 191	38 787	35 070	38 988	43 824	43 686	44 911	49 915
Saídas	6 712	7 812	11 459	8 371	9 096	10 361	7 021	7 375	6 473
Saldo	-22 781	-25 379	-27 328	-26 699	-29 892	-33 462	-36 665	-37 537	-43 442

Preços médios de Importação e de Exportação (€/Kg)



Prospetivas

- Aumentar a produção, através da reconversão e/ou ampliação dos pomares/variedades de qualidade, mais valorizadas pelo mercado (ex. variedades precoces e castas sem grainha)
- Aumentar a quota no mercado externo, associando o produto à qualidade excecional, diferenciação e segurança alimentar
- Reforçar as dinâmicas de organização e concentração das estruturas de transformação e comercialização
- Reforçar a promoção internacional através de representação única e conjunta
- Criar sinergias virtuosas resultante de parcerias entre operadores da fileira e associar a imagem de Portugal a um sector com um forte potencial produtivo associado a um perfil de qualidade único, apostando na sua capacitação e orientação para novos mercados e novas oportunidades de negócio
- Maior promoção do produto qualificado e diferenciado, junto dos consumidores-alvo no mercado externo
- Maior capacidade de conservação, com consequências positivas ao nível da logística e aposta na precocidade da comercialização, como condição de acesso privilegiado a mercados alvo em períodos determinados