

RESUMO



Agricultura em tempo de crise

desafios e oportunidades das **cadeias de abastecimento**



EDUARDO OLIVEIRA
E SOUSA



ISABEL
BARROS



JORGE
HENRIQUES



Depois de um primeiro debate que abordou o que vai acontecer e como podemos antecipar e preparar o futuro que aí vem, a CONSULAI promoveu uma segunda conversa focada nos desafios e oportunidades das cadeias de abastecimento.

Neste webinar estiveram presentes Eduardo Oliveira e Sousa (CAP), Jorge Henriques (FIPA) e Isabel Barros (APED), representando respetivamente a produção, a indústria e a distribuição da cadeia de abastecimento agroalimentar.

O debate foi moderado por Pedro Santos e Luís Mira da Silva, da CONSULAI.

Sendo a cadeia de abastecimento agroalimentar e as suas interações essenciais para o país, particularmente neste tempo de crise, torna-se fundamental entender a situação dos diferentes subsetores de atividade da agricultura e da transformação e distribuição alimentar, de forma individualizada. É igualmente crucial compreender como os fluxos de capital, produto e informação podem responder à crise atual, e se se vão alterar (e como) no futuro.



PRODUÇÃO

Na origem dos produtos alimentares está sempre a agricultura. Num mundo e, particularmente, numa europa em que simultaneamente se defende uma agricultura ambientalmente responsável e uma globalização dos mercados, algo vai ter de mudar.

Neste momento de crise as exportações da maioria dos produtos alimentares está a sofrer. Esta será uma tendência exclusiva da crise atual ou, por outro lado, um alerta de uma tendência em que a globalização e a pegada dos alimentos colidem?

Desta crise poderá surgir uma mudança estrutural na forma como olhamos o consumo alimentar. Para a compatibilização entre os objetivos ambientais e uma produção que garanta a soberania alimentar (conceito que há muito não se ouvia), a agricultura e o escoamento dos seus produtos terá de sofrer alterações profundas, nomeadamente através da valorização de produtos nacionais/regionais e da incorporação dos mesmos nas cadeias de retalho existentes.

A descarbonização depende em grande parte da forma como os negócios são feitos, como mostra o período em que vivemos. Se a cadeia dos produtos for curta, a sua pegada ecológica tenderá também a diminuir.



INDÚSTRIA

A indústria alimentar já enfrentou várias crises, sendo que no período antecedente à situação complicada que se vive estava numa fase de estabilização. A estabilização era um sinal de robustez e confiança que o setor mostrou, e foi obtida essencialmente pelos entendimentos ao longo da cadeia de valor e pela especialização do setor.

Foi neste contexto que surgiu a atual crise, em que canais como o HORECA fecharam completamente de um dia para o outro. Esta nova crise, apesar de severa, exige, possivelmente, uma abordagem semelhante à abordagem das crises anteriores. A nova realidade exige um novo diálogo e entendimento ao longo das fileiras dos diferentes produtos, entre a produção, a transformação e a distribuição.

Muito embora Portugal não seja autossuficiente em algumas matérias primas, a indústria tem tentado promover a produção nacional e regional, sem com isso perder competitividade. Pelo contrário, ao assegurar fornecimento nacional a indústria pode tornar-se mais eficiente e competitiva, e sobretudo mais resiliente.

Para recuperar e dar continuidade ao trabalho realizado ao longo dos últimos anos, o setor enfrenta hoje dois problemas principais. Por um lado, dificuldades de tesouraria que impedem novos investimentos e dificultam a inovação e, por outro lado, as unidades industriais a trabalhar abaixo da capacidade instalada, o que compromete o investimento realizado e a sua competitividade.



DISTRIBUIÇÃO

No final da cadeia de abastecimento está a distribuição. Após alguma especulação sobre cenários pessimistas face à procura em massa de produtos alimentares, a distribuição está hoje a trabalhar com poucas ruturas de stock. Isto acontece graças à reação bem coordenada ao longo de toda a cadeia, mas também devido a um esforço logístico adicional feito nos entrepostos, lojas e até na relação com a indústria e com os produtores.

Não existem dúvidas que para uma resposta adequada à situação atual, o setor obrigou a uma mudança acelerada nos canais de distribuição, nomeadamente no que diz respeito ao e-commerce. As inovações tecnológicas e logísticas que se deram nas últimas semanas permitem hoje que a distribuição tenha uma presença importante neste tipo de canal. A perceção neste setor é que esta mudança não será apenas conjuntural, e que por esta razão vamos ter diferentes hábitos de consumo (e comportamentos de compra) daqui em diante.

Para fazer frente aos desafios atuais de sustentabilidade, a distribuição tem apresentado uma evolução no que diz respeito à promoção de ciclos curtos de abastecimento, na forma de feiras e de venda direta do produtor às grandes superfícies. Esta última tem vindo a ser trabalhada de forma a simplificar o processo de compra e venda ao produtor, sem com isto comprometer a segurança alimentar dos consumidores finais.

Para a distribuição, esta crise pode ser vista como um piloto à escala global. Este piloto serve de validação para novos hábitos de consumo e formas de compra. Tendo em conta a solidez da resposta, somos levados a crer que esta mudança veio para ficar.



CADEIA DE VALOR ALIMENTAR



Neste período de crise, as relações a montante da cadeia de abastecimento revelam-se fundamentais para a inovação na distribuição, mas também na produção primária e na indústria agroalimentar.

Recentemente a CAP e a APED celebraram 25 anos de acordo entre as duas organizações. Os benefícios de colaboração ao longo da cadeia de abastecimento não são por isso uma novidade. No entanto, em períodos críticos, somos todos obrigados a pensar no que temos e no que é necessário mudar. As colaborações entre a produção, a indústria e a distribuição foram e serão sempre determinantes para a eficiência, a competitividade e a resiliência de todos os intervenientes na cadeia. Estes tempos de crise poderão solidificar estas relações e ajudar-nos a construir um futuro melhor.

“O consumidor não vai sair desta experiência igual”, tal como afirmou Isabel Barros, e, nesse sentido, os diferentes setores da cadeia de abastecimento também não. A colaboração ao longo da cadeia é a condição fundamental para agilizar a adaptação ao novo consumidor, aos novos canais e aos novos objetivos de sustentabilidade globais.



Este documento foi redigido pela CONSULAI, não traduzindo a opinião de nenhum dos intervenientes em particular, que não são por isso, responsáveis pelas conclusões aqui referidas.

**PARA (RE)VER O DEBATE COMPLETO, CLIQUE
NO ÍCONE ABAIXO:**



LISBOA

RUA DA JUNQUEIRA, 61 G | 1300-307 LISBOA

TEL: (+351) 213 629 553

BEJA

RUA FERNANDO NAMORA, 28 – 1.º ESQ. |

7800-502 BEJA - PORTUGAL

TEL: (+351) 284 098 214

WWW.CONSULAI.COM | CONSULAI@CONSULAI.COM

