

TERRAS
ALTAS
DE
PORTUGAL
— 20 —



V. CONSUMO ALIMENTAR EM ESPANHA



Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

V. CONSUMO ALIMENTAR EM ESPANHA

V.1. Uma oportunidade de mercado

Como já referido anteriormente, a Espanha é o mais importante parceiro comercial de Portugal, já que, é o primeiro cliente das exportações de bens e o primeiro fornecedor.

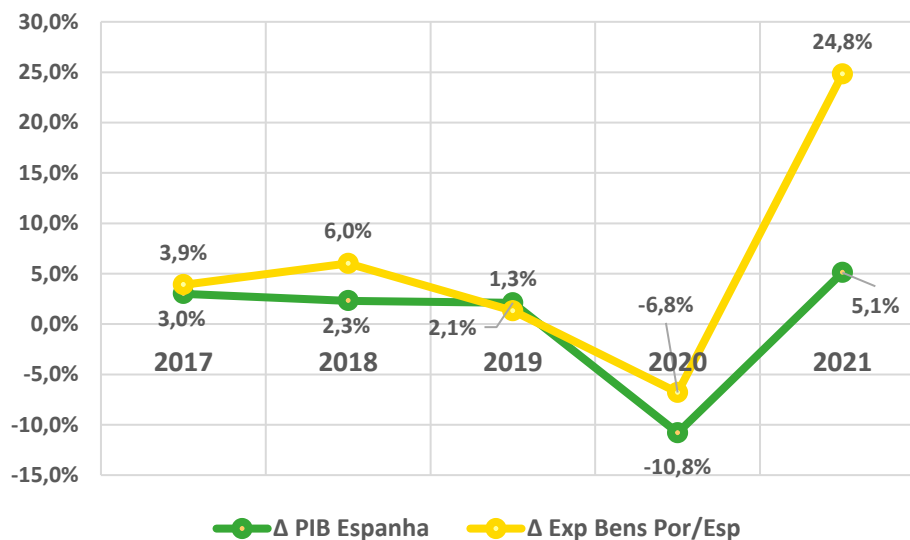
O volume de trocas bilaterais, apesar de ser deficitário para Portugal, tem aspetos positivos a ressaltar.

Desde logo, é positiva a evolução das trocas comerciais. O ritmo de crescimento do total das exportações portuguesas para Espanha tem sido superior ao total das exportações espanholas para Portugal, o que permitiu um aumento do coeficiente de cobertura da balança comercial para cerca de 62% em 2021, quando nos últimos anos do século XX se situava abaixo dos 50%.

Se considerarmos os últimos cinco anos, 2017/2021:

- Registam-se os seguintes crescimentos nas exportações para Espanha:
 - Bens e Serviços: + 20%
 - Bens: + 25%
 - Serviços: + 20%
- Enquanto o PIB de Espanha cresceu cerca de 4%, as exportações de bens portuguesas para Espanha cresceram 25%, confirmando a capacidade das empresas portuguesas para aproveitar as oportunidades geradas no mercado vizinho;

Gráfico 7 - Variação do PIB de Espanha e variação das exportações de Bens de Portugal – Espanha; 2017/2021



Fonte: elaboração própria a partir de dados de GEE (METD), INE

Espanha é um mercado vizinho, próximo geograficamente, cultural e linguisticamente, com quem temos excelentes comunicações rodoviárias e aéreas, com baixos custos de transporte e que permite entregas rápidas e flexíveis.

Tem-se registado um aumento claro da notoriedade dos produtos portugueses, fruto da visibilidade, interesse, curiosidade e disponibilidade dos espanhóis, quer sejam compradores ou integradores.

Animados pela evolução positiva da oferta turística portuguesa, os espanhóis visitam cada vez mais, em maior número e por períodos mais longos, o nosso país. Durante estas visitas têm contacto, consomem, experimentam e confirmam a qualidade do produto português.

Porém, não deixa de ser um mercado com desafios. Sendo uma economia de maior dimensão que a portuguesa, conta com a presença de grandes empresas locais e internacionais, com acesso a fontes de financiamento diversificadas e habituadas a explorar importantes economias de escala. É, por isso, um mercado muito competitivo e difícil, com o qual nem sempre é fácil concorrer.

As Confederações Empresariais de ambos os países reúnem-se regularmente e coordenam posições sobre temáticas nacionais, europeias e também ibero-americanas; as Câmaras de Comércio bilaterais colaboram e prestam apoios complementares de ambos os lados da fronteira tanto a empresas portuguesas como espanholas; a Fundação Luso-Espanhola desenvolve um importante trabalho de estreitamento do relacionamento com as Comunidades Autónomas

espanholas e com o universo das empresas familiares; as universidades colaboram mais do que nunca no campo empresarial, tendo criado, há cerca de três anos, o Fórum Ibérico de Internacionalização; ao nível de outras entidades, como o *cluster* aeronáutico, o corredor das infraestruturas de transporte e logística que liga a Extremadura a Sines ou o laboratório ibérico de nanotecnologia, a colaboração aprofunda-se todos os dias.

Espanha é e continuará a ser naturalmente o primeiro mercado escolhido por muitas empresas portuguesas no início dos seus projetos de internacionalização.

O setor agroalimentar é um setor de oportunidade.

Para Portugal, Espanha é um mercado incontornável – o primeiro cliente da fileira agroalimentar portuguesa.

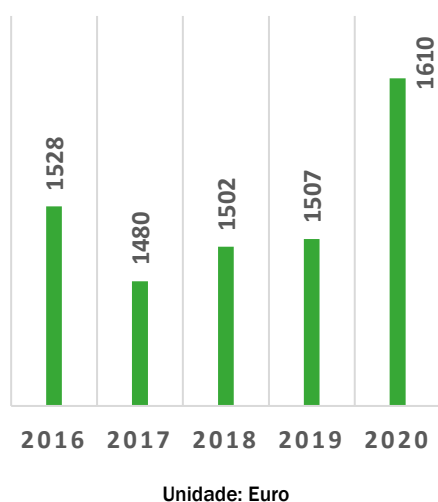
Fontes: GEE(METD); INE; AICEP

V.2. Sobre o consumidor espanhol

V.2.1. A reter

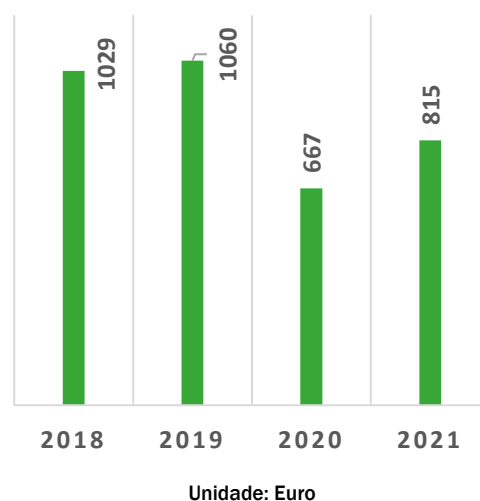
V.2.1.1. Alimentação e bebidas

Gráfico 8 - Consumo *per capita* alimentação e bebidas em casa – Espanha; 2016/2020



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas, España; Statista

Gráfico 9 - Consumo *per capita* alimentação e bebidas fora de casa – Espanha; 2018/2021

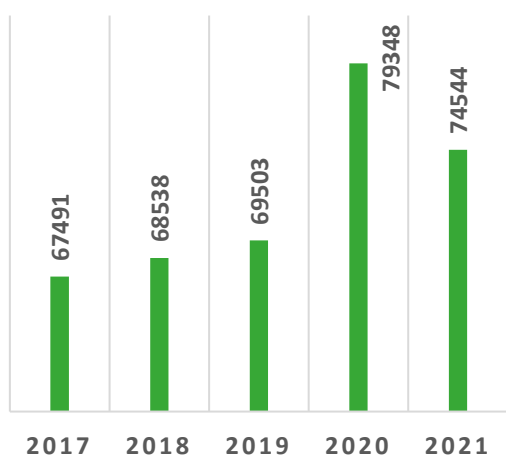


Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

Em 2020, por efeitos associados à pandemia, o consumo *per capita* em casa de alimentos e bebidas cresceu 7% face ao que se registava em 2019.

O consumo *per capita* em alimentação e bebidas consumidos fora de casa em Espanha, por efeitos associados à pandemia caiu 37% em 2020 e recuperou 22% em 2021.

Gráfico 10 - Despesa anual das famílias com a alimentação – Espanha; 2017/2021

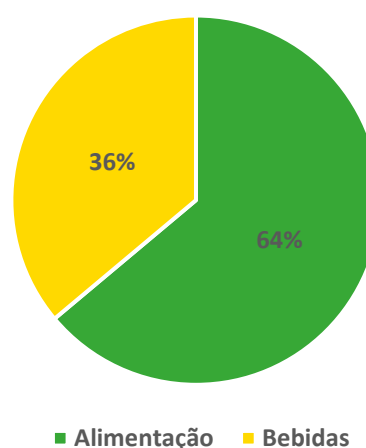


Unidade: milhão €

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Europa Press; Statista

Depois de um crescimento de 14% em 2020, observa-se uma queda de 6% em 2021

Gráfico 11 - Distribuição da despesa com alimentação e bebidas consumidas fora de casa – Espanha; 2021

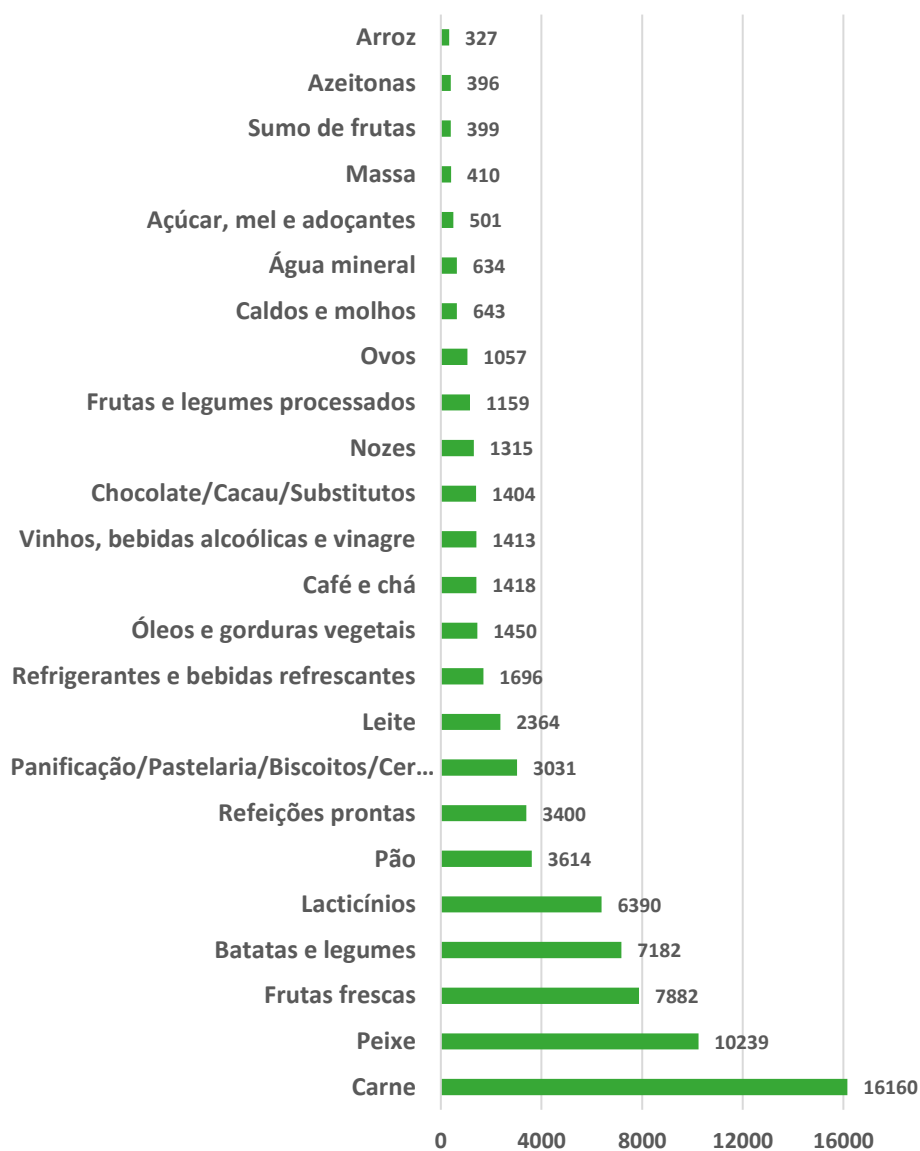


Unidade: %

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

2/3 da despesa é consumida com a alimentação e 1/3 com as bebidas

Gráfico 12 - Valor da despesa alimentar por setor – Espanha; 2020



Unidade: milhar €

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

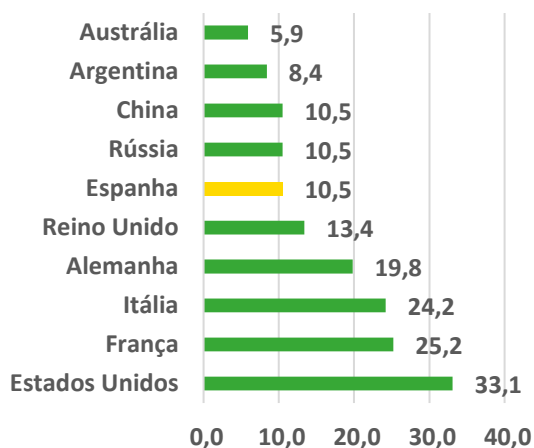
Tabela 30 - Despesa per capita em alimentação e bebidas por Comunidade Autónoma – Espanha; 2020

Comunidade Autónoma	Valor (€)
País Basco	1 998
Catalunha	1 996
Ilhas Baleares	1 981
Navarra	1 930
Astúrias	1 859
Galiza	1 811
Aragão	1 790
Castela e Leão	1 751
Madrid	1 717
Cantábria	1 710
Valência	1 641
Múrcia	1 620
La Rioja	1 605
Ilhas Canárias	1 584
Castilha la Mancha	1 507
Andaluzia	1 502
Extremadura	1 374

Fonte: Satista

V.2.1.2. Vinho

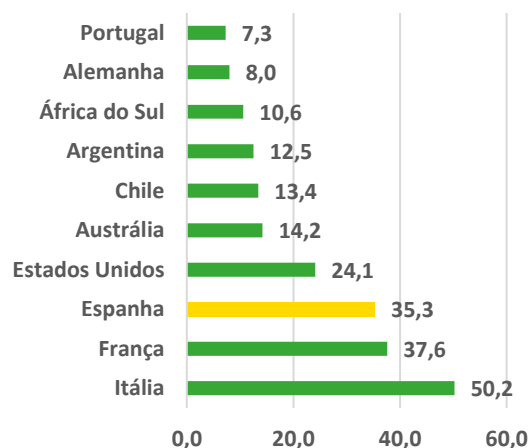
Gráfico 13 - Consumo de vinho por principais países; 2021



Unidade: milhão hectolitro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de OIV

Gráfico 14 - Produção de vinho por principais países; 2021



Unidade: milhão hectolitro

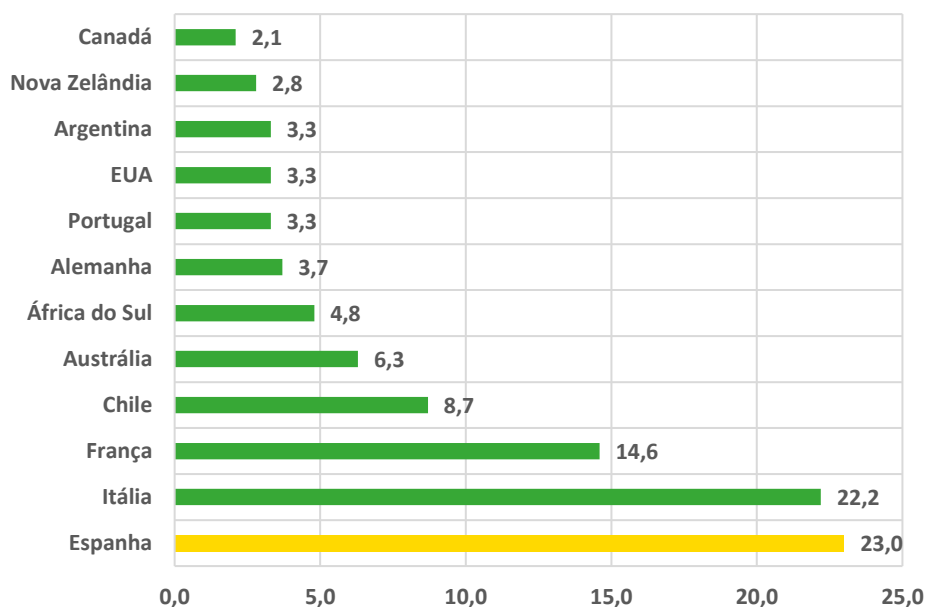
Fonte: elaboração própria a partir de dados de OIV

A Espanha é um dos principais consumidores mundiais de vinho, ocupando em 2021 a 6ª posição.

A Espanha é um dos principais produtores mundiais de vinho, ocupando em 2021 a 3ª posição.

Em 2021, a Espanha foi, também, o maior exportador mundial de vinho:

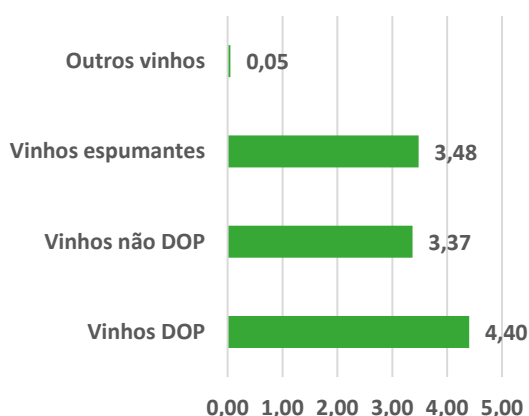
Gráfico 15 - Principais países exportadores de vinho; 2021



Unidade: milhão hectolitro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de OIV

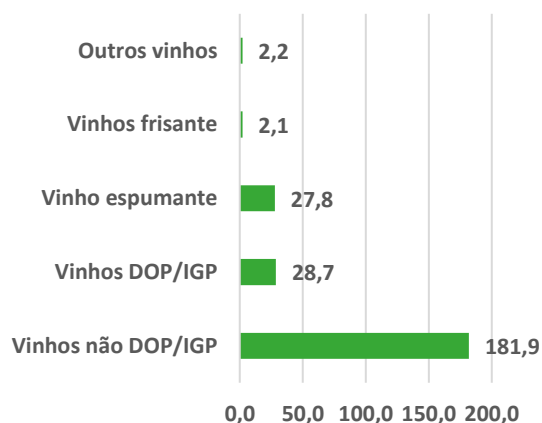
Gráfico 16 - Despesa *per capita* em vinho consumido em casa, por tipo – Espanha; 2021



Unidade: euro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Mercasa

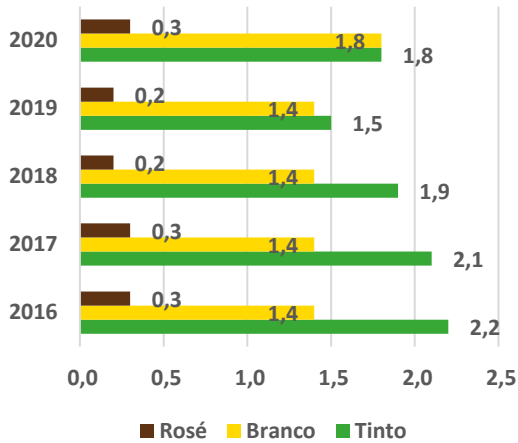
Gráfico 17 - Volume de vinho consumido em casa, por tipo – Espanha; 2020



Unidade: milhão litro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Mercasa

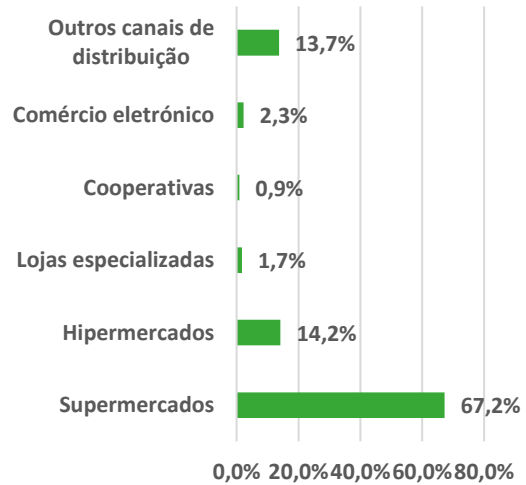
Gráfico 18 - Consumo per capita de vinhos sem Denominação de Origem Protegida (DOP) ou Indicação Geográfica Protegida (IGP), por cor do vinho – Espanha; 2016/2020



Unidade: litro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Mercasa

Gráfico 19 - Canais de distribuição de vinho no retalho – Espanha; 2020

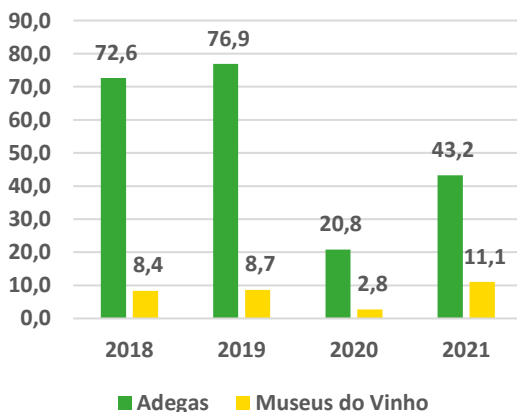


Unidade: %

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Mercasa

V.2.1.2.1. Enoturismo

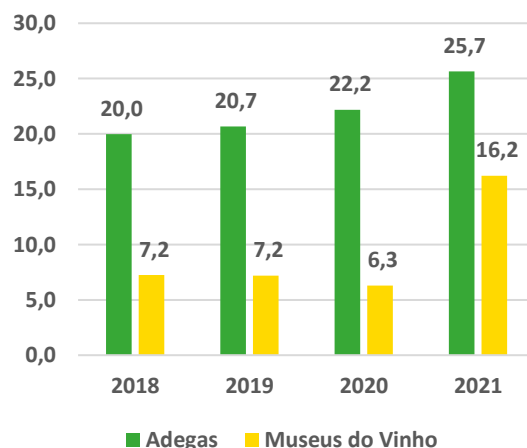
Gráfico 20 - Receita de adegas e museus do vinho do enoturismo – Espanha; 2018/2021



Unidade: milhão euro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Asociación Española de Ciudades del Vino

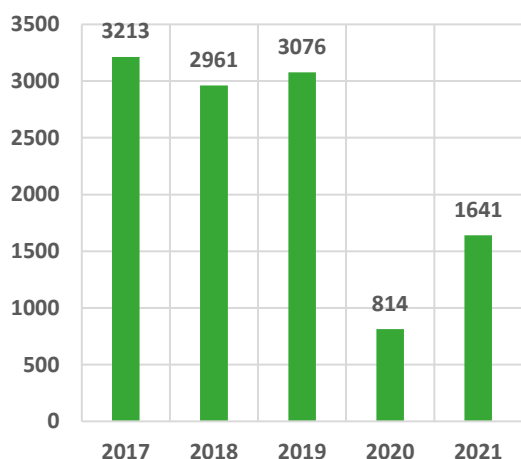
Gráfico 21 - Despesa média dos visitantes de adegas e museus do vinho – Espanha; 2018/2021



Unidade: euro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Asociación Española de Ciudades del Vino

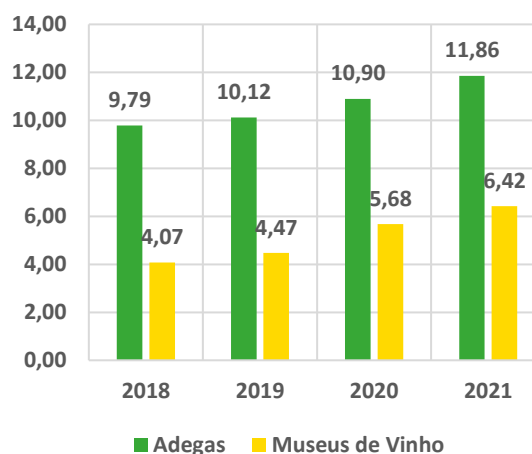
Gráfico 22 - Número de visitantes de adegas e museus do vinho – Espanha; 2017/2021



Unidade: milhar

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Asociación Española de Ciudades del Vino

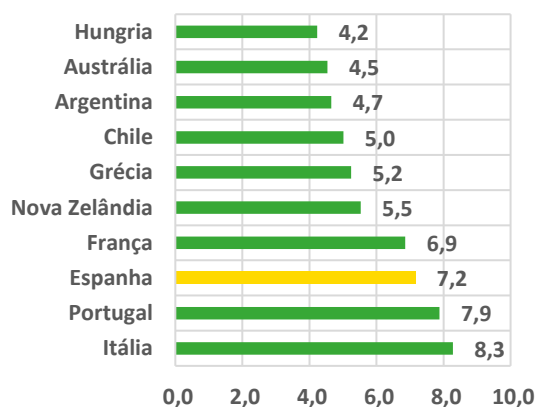
Gráfico 23 - Preço médio de entrada em adegas e museus do vinho – Espanha; 2018/2021 (em euros)



Unidade: euro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Asociación Española de Ciudades del Vino

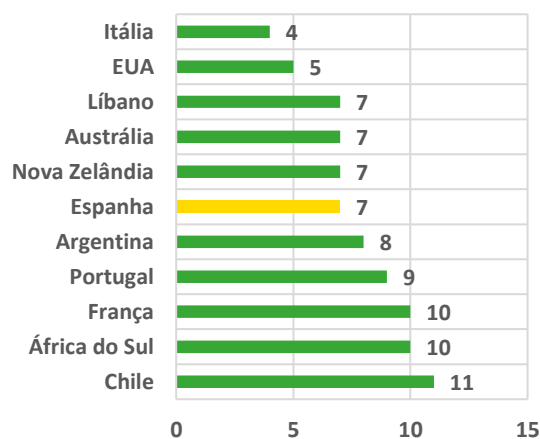
Gráfico 24 - Países líderes para o enoturismo; 2021



Unidade: pontuação do índice

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Bounce; Statista

Gráfico 25 - Repartição dos principais vinhedos do mundo por país; 2021



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Statista; World's Best Vineyards

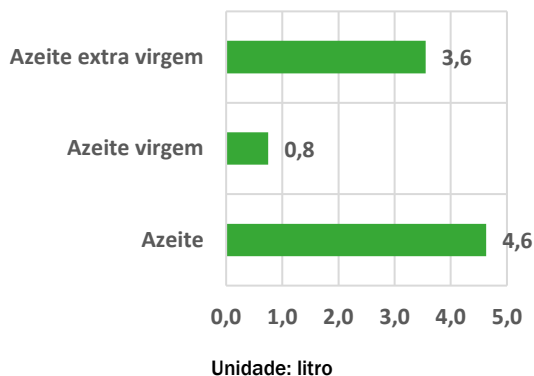
- Em 2021, Espanha regista 34 rotas de vinho, com 640 adegas abertas ao enoturismo, 32 museus do vinho e 2 297 estabelecimentos associados a serviços de enoturismo.

V.2.1.3. Azeite

A despesa *per capita* para consumo em casa das famílias de Espanha em 2020 foi de 25,20 €.

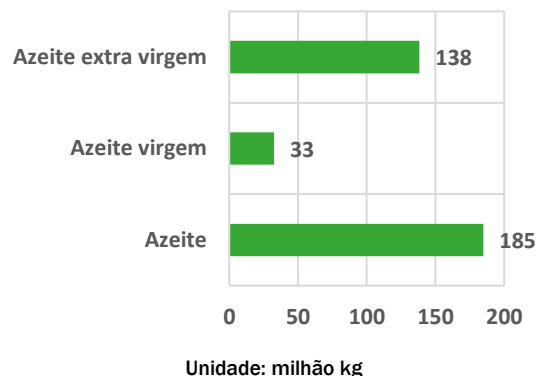
Fonte: Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas; Statista

Gráfico 26 - Volume de azeite consumido *per capita* e por tipo – Espanha; 2020



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

Gráfico 27 - Volume de azeite consumido por tipo – Espanha; 2019



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

Gráfico 28 - Volume de azeite produzido – Espanha; 2015/2016 a 2019/2020

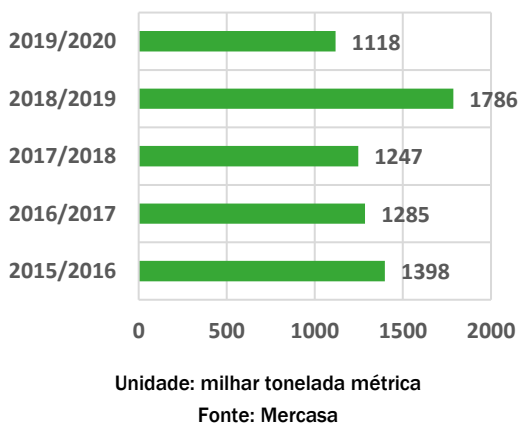


Gráfico 29 - Consumo de azeite por país líder – Europa; 2020

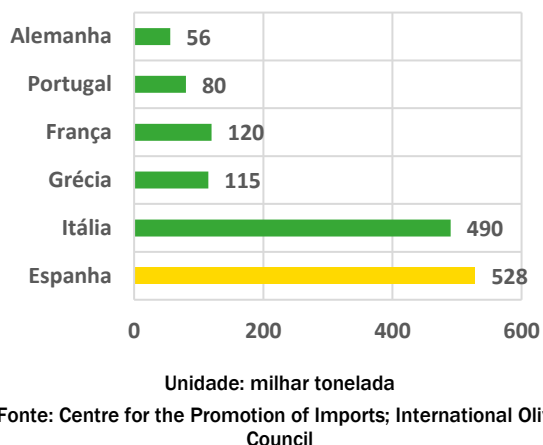
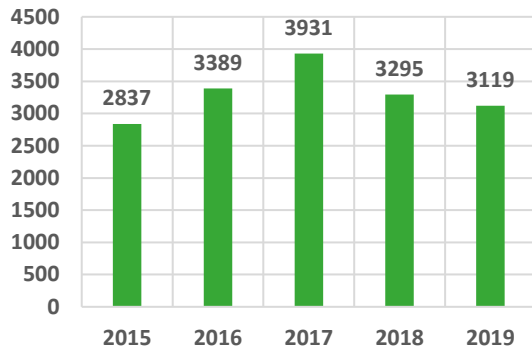


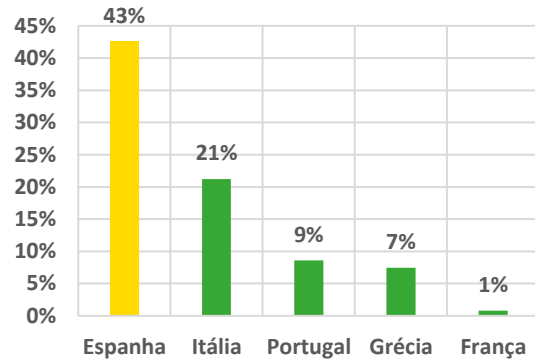
Gráfico 30 - Valor anual do azeite exportado - Espanha; 2015/2019



Unidade: milhão €

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

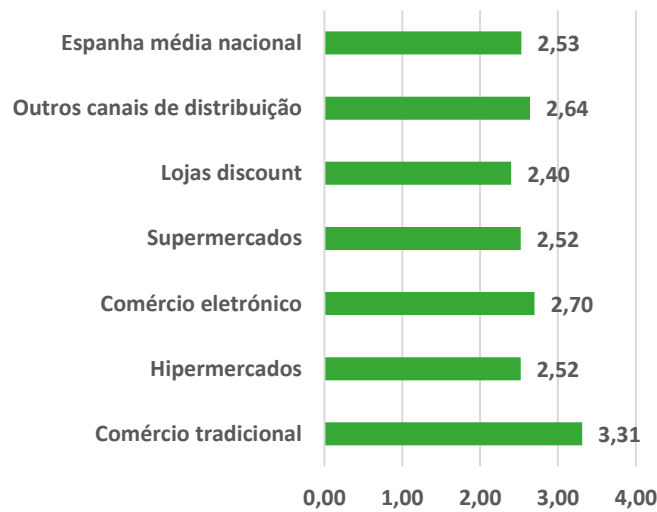
Gráfico 31 - Participação das exportações de azeite, por país líder - Europa; 2020



Unidade: %

Fonte: UN Comtrade; Tridge Blog

Gráfico 32 - Preço médio do azeite no retalho por canal de distribuição - Espanha; 2020

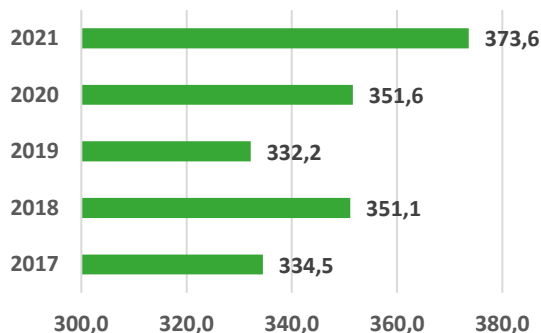


Unidade: euro/litro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

V.2.1.3.1. Azeitonas

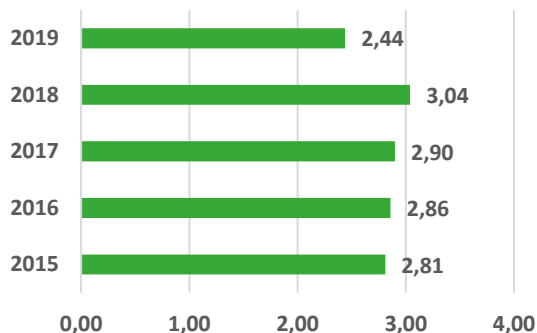
Gráfico 33 - Despesa anual das famílias com azeitonas – Espanha; 2017/2021



Unidade: milhão €

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

Gráfico 34 - Preço médio das azeitonas – Espanha; 2015/2019

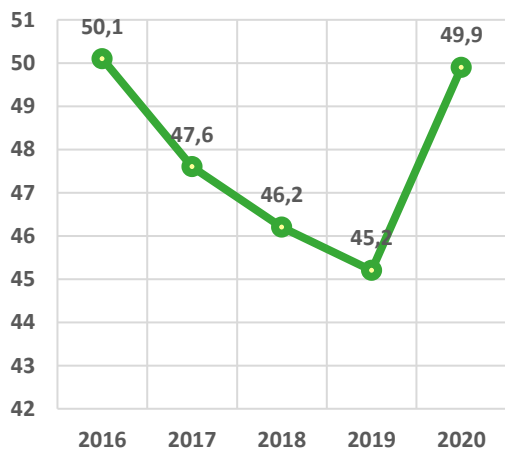


Unidade: €/kg

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

V.2.1.4. Carne e produtos à base de carne

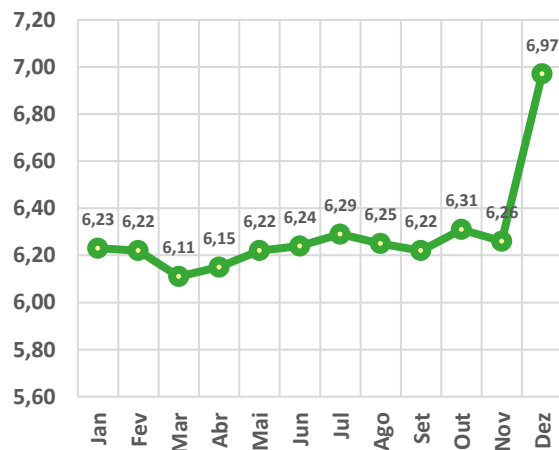
Gráfico 35 - Consumo per capita de carne e produtos cárnicos – Espanha; 2016/2020



Unidade: kg

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

Gráfico 36 - Preço médio mensal da carne fresca – Espanha; 2020



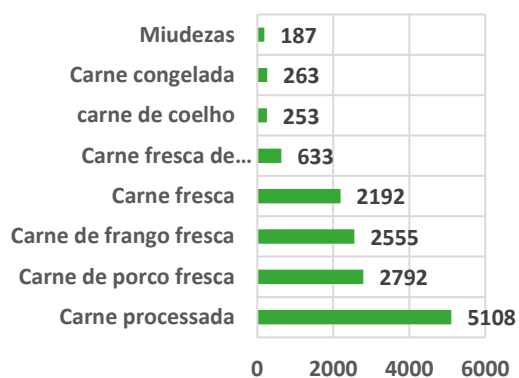
Unidade: €/kg

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

Depois de registar quedas entre 2016 e 2019, o consumo de carne e de produtos à base de carne cresceu 10% em 2020.

O preço médio da carne cresceu mais de 10% no mês de dezembro de 2020.

Gráfico 37 - Despesas domésticas com carne, por tipo – Espanha; 2021



Unidade: milhão €

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

Gráfico 38 - Preço médio de venda da carne por canal de distribuição – Espanha; 2020

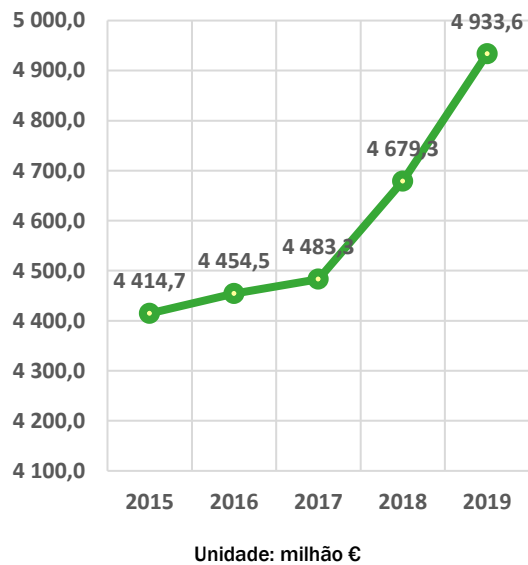


Unidade: €/kg

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

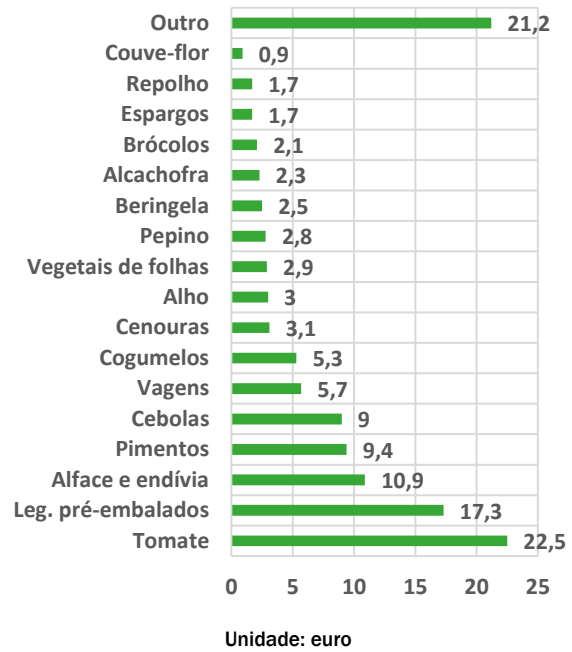
V.2.1.5. Hortícolas

Gráfico 39 - Despesa anual com hortícolas – Espanha; 2015/2019



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

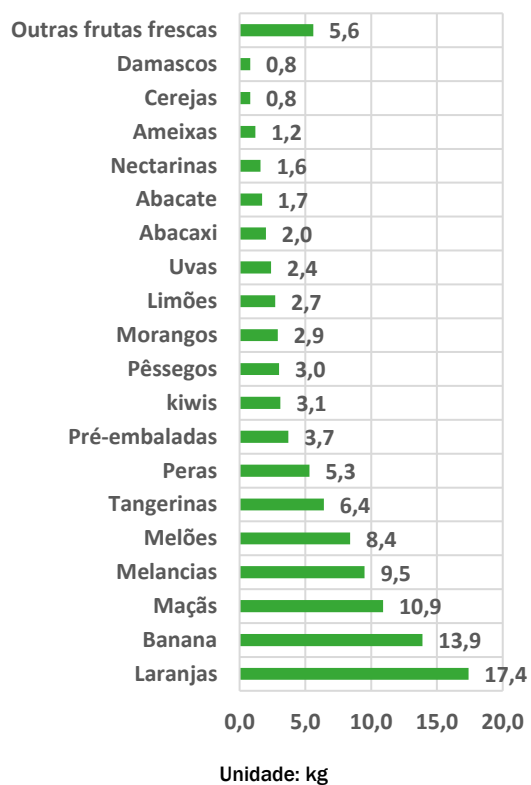
Gráfico 40 - Despesa per capita com hortícolas, por produto – Espanha; 2019



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

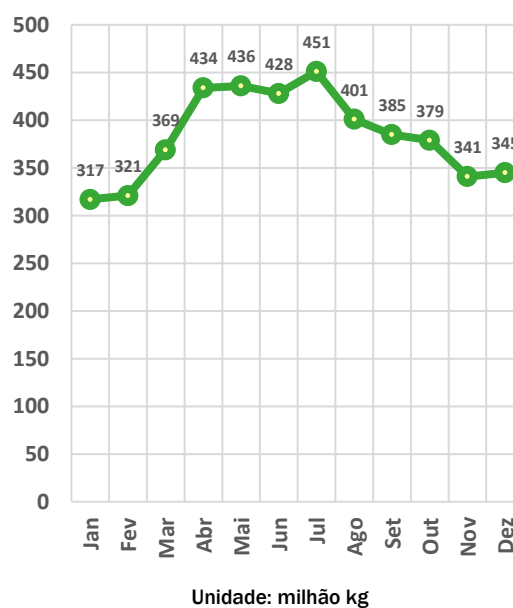
V.2.1.6. Fruta

Gráfico 41 - Volume de fruta fresca consumida *per capita*, por tipo de fruta - Espanha; 2020



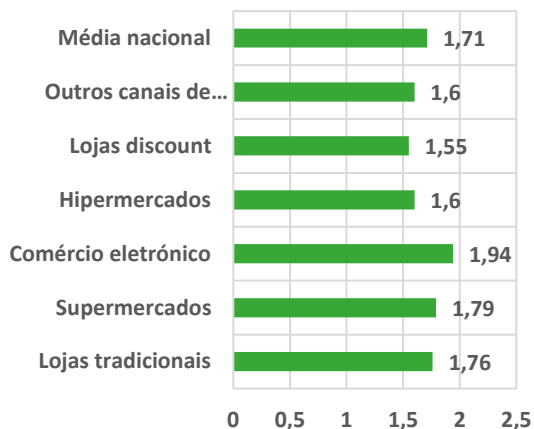
Fonte: elaboração própria a partir de dados de Mercasa

Gráfico 42 - Volume de fruta fresca consumida por mês - Espanha; 2020



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

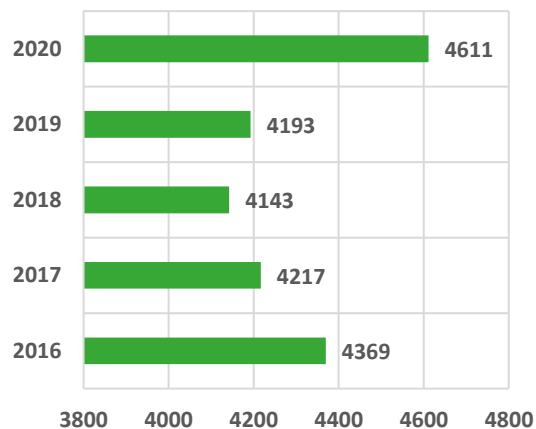
Gráfico 43 - Preço médio no retalho de fruta fresca, por canal de distribuição – Espanha; 2020



Unidade: €/kg

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

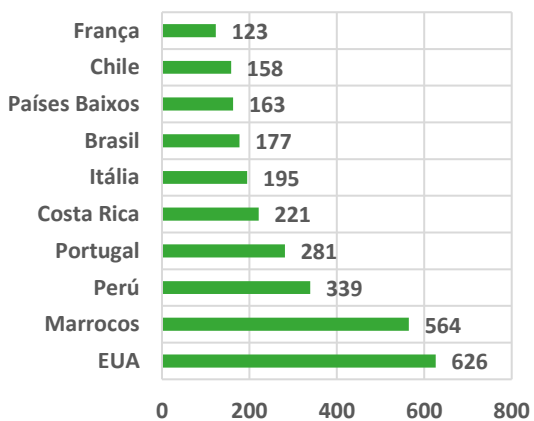
Gráfico 44 - Volume de fruta fresca consumida pelas famílias – Espanha; 2016/2020



Unidade: milhão kg

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

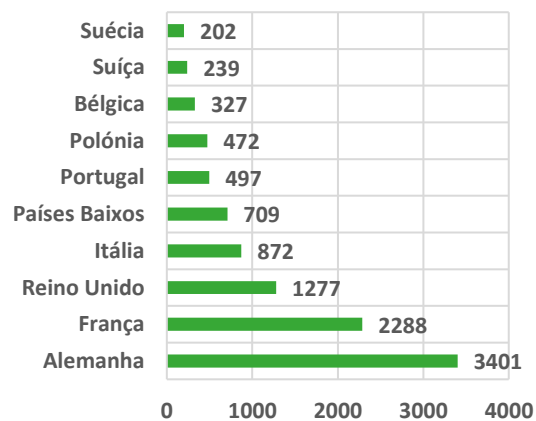
Gráfico 45 - Valor da importação de fruta, por país de origem – Espanha; 2021



Unidade: milhão USD

Fonte: elaboração própria a partir de dados de UN Comtrade

Gráfico 46 - Valor da exportação de fruta, por país de destino – Espanha; 2021



Unidade: milhão USD

Fonte: elaboração própria a partir de dados de UN Comtrade

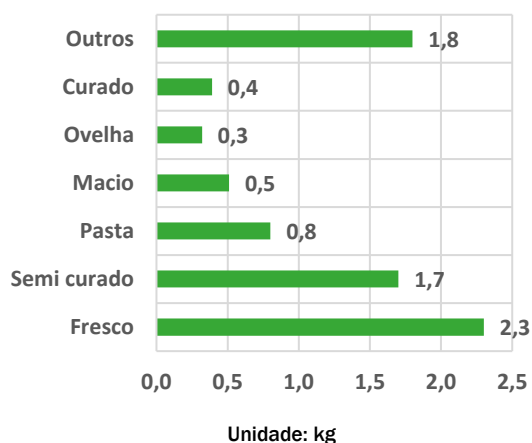
Em 2021, Portugal foi o 4º fornecedor de fruta a Espanha.

Em 2021, Portugal foi o 6º cliente de fruta de Espanha.

- O saldo comercial do comércio de fruta entre Portugal e Espanha é desfavorável a Portugal, já que, o valor da fruta exportada por Portugal representa apenas 57% do valor da fruta importada de Espanha por Portugal.

V.2.1.7. Queijo

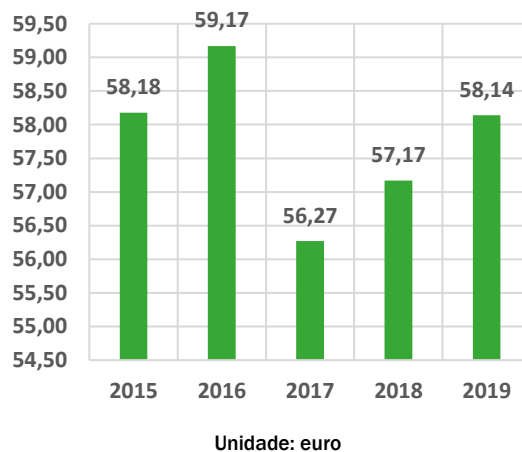
Gráfico 47 - Consumo per capita de queijo, por tipo - Espanha; 2021



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

Em 2021, o consumo total de queijo *per capita* em Espanha foi de 7,8kg.

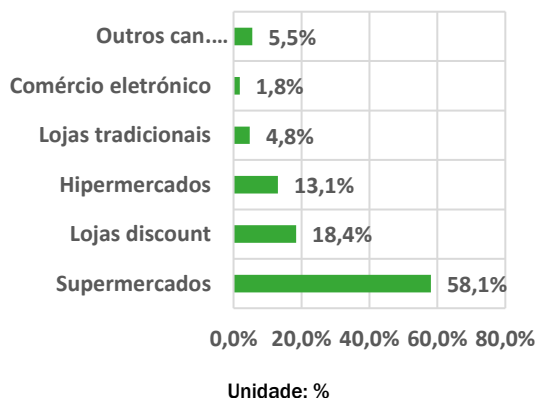
Gráfico 48 - Despesa anual per capita em queijo - Espanha; 2015 a 2019



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

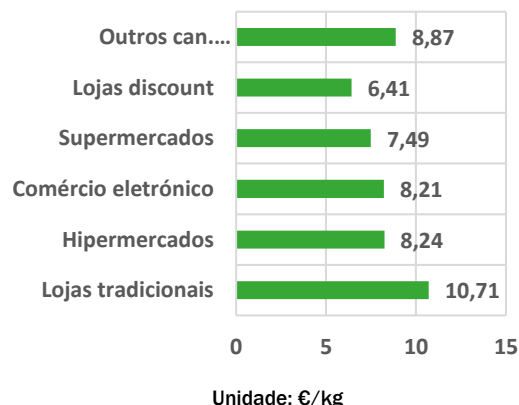
Ao longo do período considerado (2015/2019), é residual a diferença entre o ano de maior despesa *per capita* (2016) e o ano de menor despesa *per capita* (2017), apenas 2,90 €.

Gráfico 49 - Volume de venda de queijo, por canal de distribuição - Espanha; 2020



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

Gráfico 50 - Preço médio de venda de queijo no retalho, por canal de distribuição - Espanha; 2020



Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

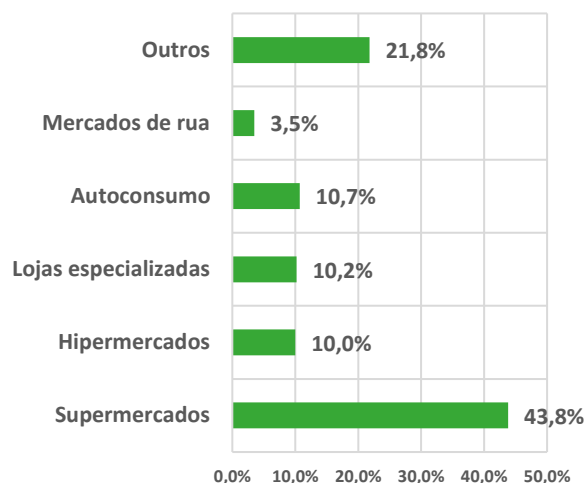
Em 2019, a Espanha exportou 107,6 milhares de toneladas métricas e importou 209,7 milhares de toneladas métricas

Fonte: Mercasa

V.2.1.8. Mel

- O consumo *per capita* de mel em Espanha, manteve-se estabilizado em 0,4 kg entre 2016 e 2019;
- A produção de mel de Espanha entre 2016 e 2019, variou entre um mínimo de 29,3 milhares de toneladas métricas (2017) e um máximo de 31 milhares de toneladas métricas (2016);
- Em 2020, Espanha exportou 28,3 milhares de toneladas métricas;
- Em 2021, Espanha importou mel no valor de 83,4 milhões de USD.

Gráfico 51 - Quota do mercado retalhista de mel, por canal de distribuição – Espanha; 2019

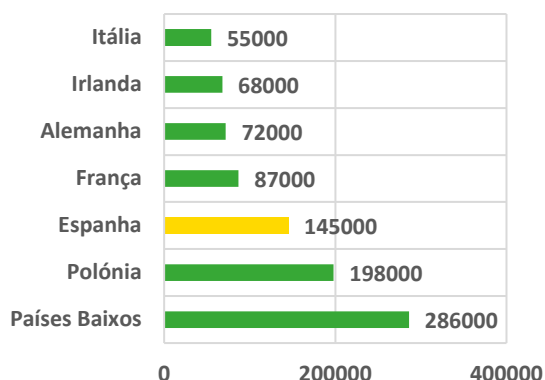


Unidade: %

Fonte: Mercasa

V.2.1.9. Cogumelos

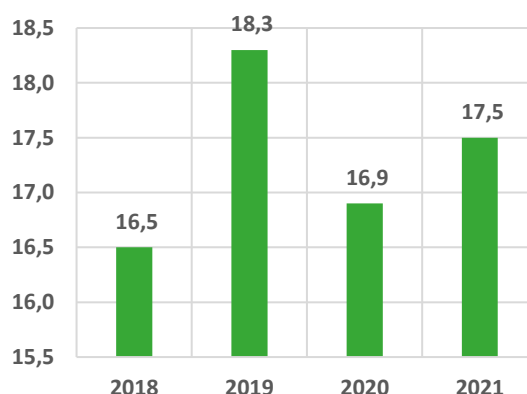
Gráfico 52 - Distribuição em volume de cogumelos frescos cultivados na Europa; 2016/2020



Unidade: tonelada

Fonte: elaboração própria a partir de dados de FranceAgriMer; ANIFELT; Statista

Gráfico 53 - Volume anual de cogumelos produzidos – Espanha; 2018/2021



Unidade: milhar tonelada

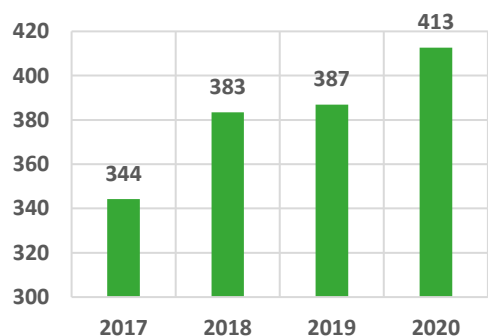
Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

V.2.2. Usos, hábitos e tendências de consumo de alimentos e bebidas

- Apesar da situação ocasionada pela crise sanitária da COVID-19, com a população com maior permanência em casa devido ao confinamento e restrições às atividades fora de casa, o número de refeições semanais realizadas praticamente não mudou, ocorrendo 28 ocasiões de consumo dentro e fora de casa;
- As mudanças de hábitos vivenciadas pelo COVID-19 aumentaram o número de ocasiões de consumo dentro de casa (9,3% mais ocasiões neste contexto) em detrimento da procura fora de casa;
- Os horários de consumo durante o dia também mudaram. Em termos gerais, grande parte do consumo concentra-se nas refeições principais, enquanto outros momentos como o pequeno-almoço e entre as refeições, consumidos fora de casa, perderam relevância;
- O pequeno-almoço mantém sua participação no consumo doméstico (26,7% do tempo);
- Os lanches são reforçados (10,9%) e mantêm uma evolução favorável com um acréscimo de 20,3% face ao ano anterior;
- O consumo do meio da manhã também evolui positivamente, sua participação é de 6,1% do total e a sua variação é de 14,0% em relação a 2019;
- O pequeno-almoço continua a ser um dos horários mais rotineiros em casa, ocorrendo em 6 dos 7 dias da semana;

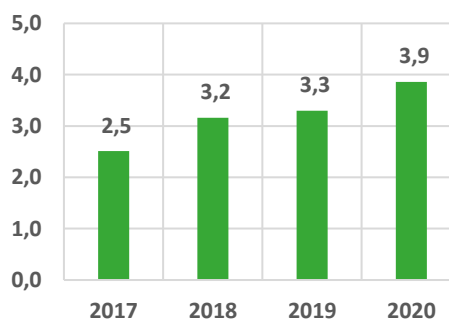
- O consumo entre refeições ganha relevância dentro de casa, motivado pela pandemia de COVID-19;
- O número de indivíduos em teletrabalho multiplicou por três, e tem sido um fator chave para a evolução dos momentos acima mencionados;
- Em 2020, há mais tempo disponível para cozinhar e isso tem um impacto no cardápio escolhido: 48% dos domicílios afirmam ter mais tempo para cozinhar;
- Após anos a simplificar os menus em casa, volta o menu completo, onde as entradas (7,0%), o prato principal e a sobremesa (6,0% e 8,0%, respetivamente), ganham relevância;
- As técnicas culinárias, mesmo as mais simples, crescem de forma proeminente em 2020;
- Em relação aos tipos de pratos que experimentaram uma evolução mais favorável durante o ano de 2020, destacam-se os pratos de leguminosas, pratos de batata, pizzas ou pratos de massa ou farinha;
- Especificamente, as saladas verdes com 9,7% de participação no consumo, seguidas das pizzas – 5,3% e das saladas de tomate, com 4,4% de participação;
- Levando em consideração as mudanças produzidas pela COVID-19, pratos como omelete, esparguete e grão-de-bico aumentaram, significativamente, a sua presença no menu das casas espanholas;
- Por fim, os momentos sociais sofreram mudanças notáveis durante o ano de 2020. De facto, com a pandemia, novas formas de socialização, dentro e fora de casa se desenvolveram e que, somados, diminuem 13,0% em relação ao mesmo período do ano anterior;
- Aumenta o consumo de produtos sem lactose, nomeadamente, leite e queijo:

Gráfico 54 - Volume de consumo de leite sem lactose – Espanha; 2017/2020



Unidade: milhão kg
Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

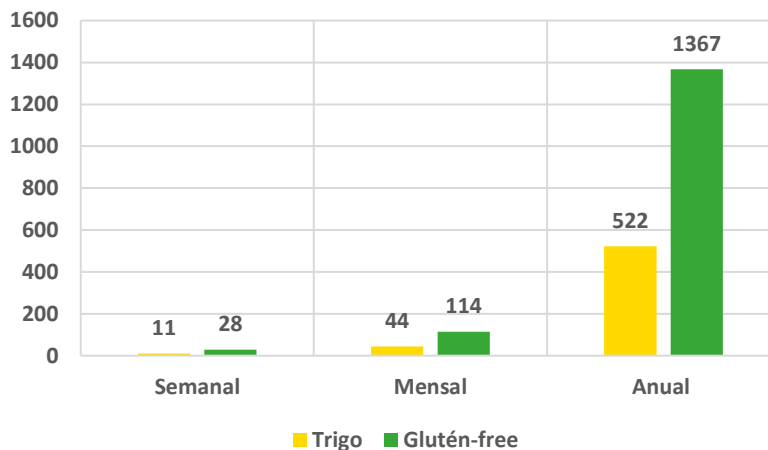
Gráfico 55 - Volume de consumo de queijo sem lactose – Espanha; 2017/2020



Unidade: milhão kg
Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

- Aumenta, igualmente, o consumo de produtos *glúten-free*:

Gráfico 56 - Despesas estimadas em produtos de trigo em comparação com produtos sem glúten – Espanha; 2022



Unidade: euro
Fonte: elaboração própria a partir de dados de Federation of Celiac Associations; Statista

V.2.3. Consumo de produtos alimentares portugueses em Espanha

O mercado espanhol caracteriza-se por não ter um forte “mercado da saudade”. A proximidade com Portugal e o reduzido número de emigrantes portugueses (93 902 em 2021, segundo o Observatório da Emigração) fazem com que o “mercado da saudade” tenha um peso reduzido em Espanha.

No que diz respeito às regiões com maior consumo de produtos portugueses, apesar da ausência de dados estatísticos, é importante ressaltar as regiões de Madrid, Catalunha, Galiza, Andaluzia, Estremadura e Castela-Leão. Deste modo, a reduzida representatividade do “mercado da saudade” em Espanha leva a que o consumidor espanhol seja, de forma geral, o principal público-alvo dos produtos portugueses neste mercado. Assim, é fundamental que as empresas portuguesas analisem os hábitos de compra deste consumidor antes da entrada no mercado espanhol.

O consumidor espanhol privilegia os produtos de origem nacional, no que diz respeito à compra de produtos alimentares. No entanto, reconhece a oferta de produtos portugueses, principalmente através de visitas turísticas a Portugal. Apesar deste reconhecimento da qualidade dos produtos portugueses, o consumidor espanhol demonstra pouco interesse em adquirir estes produtos, principalmente se Espanha for produtora da mesma categoria de produtos, como é o caso dos vinhos, queijos, enchidos, azeite, entre outros. Neste contexto, tendo em consideração dados fornecidos pela AICEP Madrid e os resultados do inquérito realizado aos consumidores do país, os principais produtos portugueses vendidos no mercado espanhol são:

- Azeite e suas frações;
- Tomate preparado ou conservado;
- Peixe congelado, fresco/refrigerado e moluscos;
- Conservas de peixe;
- Produtos de padaria, pastelaria ou bolachas e biscoitos;
- Cervejas de malte;
- Frutas: citrinos, maçãs, peras e marmelos;
- Hortícolas frescos;
- Carnes suínas, frescas, refrigeradas ou congeladas;
- Águas, águas minerais e gaseificadas;
- Leite e nata;
- Pastéis de nata (congelados).

De entre os produtos destacados, a cerveja e o azeite são os produtos com maior procura por parte dos consumidores espanhóis. De uma forma geral, o azeite é vendido a granel e depois embalado e vendido como marca própria. Além dos referidos na listagem anterior, alguns consumidores referem o consumo frequente de peixe fresco e vinhos portugueses. Tal como esperado, verifica-se que nenhum consumidor escolhe os enchidos portugueses, possivelmente pela elevada oferta destes produtos em Espanha.

No caso dos produtos portugueses, os vinhos têm grande destaque no mercado espanhol, em particular no canal HORECA e nas lojas especializadas (garrafeiras), destacando-se com maior procura o Vinho do Porto e o Alvarinho.

Os consumidores espanhóis destacam ainda que existem alguns produtos portugueses com pouca presença nos supermercados, salientando: Vinho do Porto, alheiras, e pratos típicos portugueses pré-confeccionados. Neste último caso, a procura recai essencialmente por pratos que incluem bacalhau, nomeadamente bacalhau com natas, bacalhau à Brás e bolinhos de bacalhau.

A avaliação da opinião global sobre os produtos portugueses no mercado de Espanha é bastante importante para a definição de estratégias de entrada neste mercado. Assim, esta avaliação foi realizada tendo por base a informação recolhida na entrevista à AICEP Madrid, bem como os resultados do inquérito realizado aos consumidores espanhóis. Esta avaliação teve em consideração quatro elementos principais: a qualidade dos produtos, o preço, a embalagem e o marketing. Além disso, foram conhecidas as principais razões para a compra de produtos portugueses. A grande maioria dos consumidores indica razões afetivas e melhor qualidade para a sua preferência por produtos portugueses. Alguns deles referem ainda a oferta de produtos atrativos e marcas ou produtos reconhecidos no mercado.

Os consumidores espanhóis conhecem a oferta dos produtos portugueses, devido às suas visitas turísticas a Portugal e reconhecem a qualidade dos produtos portugueses. Aliás, a grande maioria dos consumidores indicou que a qualidade dos produtos portugueses é muito interessante. Contudo, referem que o preço é elevado e pouco competitivo quando comparado com os produtos nacionais. Não obstante, ao verificar a oferta internacional, os produtos portugueses apresentam um valor competitivo no mercado. No âmbito das embalagens, estas demonstram ser atraentes para o consumidor espanhol. Contudo, os produtos portugueses deveriam investir na inclusão de informação em espanhol, sendo fundamental que exista uma tradução rigorosa da informação contida nas embalagens. Relativamente à promoção dos produtos portugueses no mercado espanhol, existe um conhecimento elevado da oferta existente, contudo a promoção e venda



destes produtos é reduzida. Além disso, comparando com produtos de outros países, em particular provenientes de França ou Itália, os espanhóis dão preferência a estes produtos. De acordo com a informação recolhida, os produtos portugueses podem ganhar maior relevância no mercado espanhol. Para isso, é necessário investir e trabalhar no marketing dos produtos portugueses. Além disso, Portugal deve aproveitar a proximidade com Espanha, por forma a aumentar as exportações de determinados produtos, nomeadamente frutas, frutos secos e frutos vermelhos. Deve também existir uma maior promoção de produtos portugueses especialmente procurados por espanhóis, nomeadamente produtos biológicos e mais saudáveis.

Fonte: AICEP, Potugal Foods, SPI

V.3. Retalho alimentar

V.3.1. Caracterização

Considerando a população como um todo, calcula-se que existem 2,2 estabelecimentos comerciais especializados no comércio de alimentos e bebidas em Espanha para cada 1 000 habitantes.

Os estabelecimentos do tipo supermercado ou hipermercado aumentaram sua participação de mercado nos últimos anos aumentando o número de estabelecimentos e a área de vendas.

Em 2020, são os seguintes os principais números do comércio de retalho de alimentações e bebidas em estabelecimentos especializados:

- Número de empresas: 94 671
- Número de locais: 105 010
- Volume de negócios: 22,3 mil milhões €
- Média anual do emprego total: 234 536
- Número de hipermercados: 491
- Número de supermercados: 23 938

Fonte: Mercasa

V.3.2. Retalhistas

Principais empresas de distribuição alimentar:

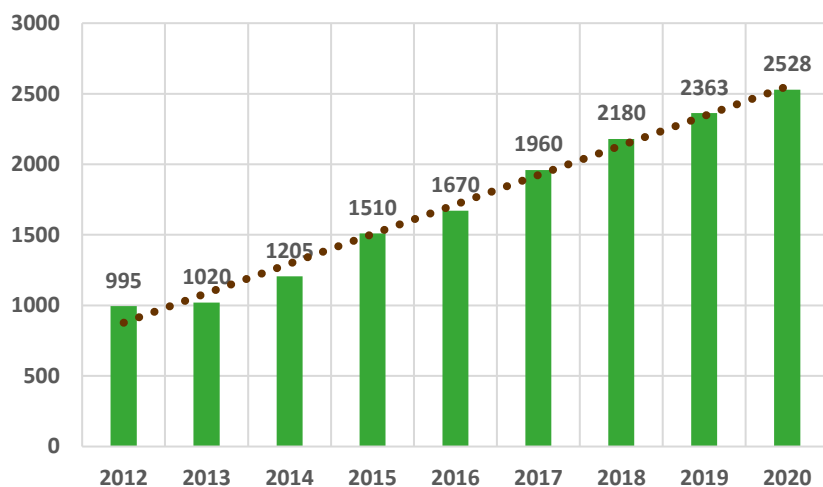
Tabela 31 - Principais empresas de distribuição alimentar – Espanha

<p>MERCADONA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 641 lojas, das quais, 20 em Portugal • 95 000 empregados, dos quais, 1 700 em Portugal • 2,2% do PIB de Espanha • 26 932 milhões € em volume de vendas em 2020 • 1 500 milhões € de investimento
<p>LIDL</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Mais de 630 lojas • 11 plataformas logísticas • 17 000 empregados
<p>DIA</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 2 851 lojas • 25 207 empregados • 1 477 franchisados • 95% de fornecedores locais
<p>ALCAMPO</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 62 hipermercados • 248 supermercados • 4 497 milhões € de volume de vendas em 2020 • 20 200 empregados
<p>EL CORTE INGLÉS</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • 87 centros comerciais • 38 hipermercados • 187 supermercados • 10 432 milhões € de volume de vendas em 2020 • 80 814 empregados

V.4. Orgânico e Gourmet

Todos os estudos disponíveis indicam o grande dinamismo do mercado de produtos orgânicos em Espanha. Entre 2012 e 2020 as vendas cresceram 154% e em 2020 ultrapassaram 2 500 milhões de euros, mais do que duplicando o registo de há seis anos atrás (2014)

Gráfico 57 - Valor das vendas a retalho de alimentos biológicos – Espanha; 2012/2020

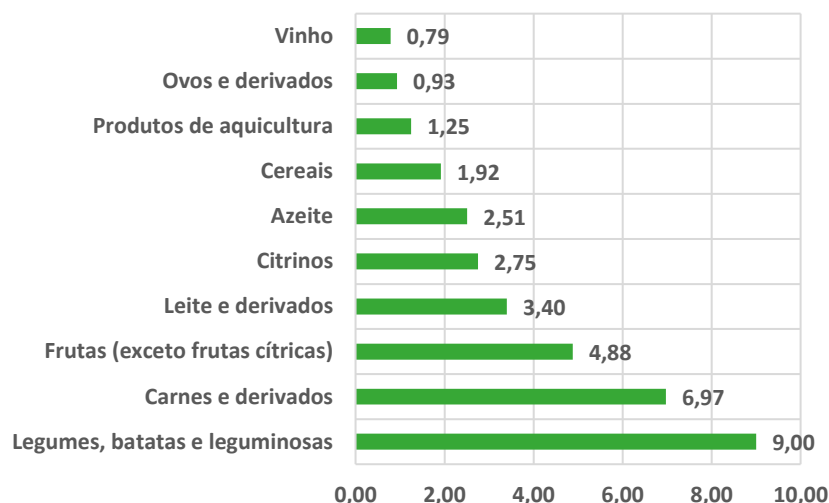


Unidade: milhão euro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

A despesa *per capita* em produtos alimentares biológicos, por tipo de produto, foi a seguinte em 2020:

Gráfico 58 - Despesa *per capita* em produtos alimentares biológicos, por produto – Espanha; 2020



Unidade: euro

Fonte: elaboração própria a partir de dados de Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, España; Statista

De acordo com as informações do Ministério da Agricultura, Pesca e Alimentação de Espanha, em 2020 a área registada na agricultura orgânica atingiu 2,44 milhões de hectares, o que representa um aumento de 3,5% em relação ao ano anterior, aliás, o que acontece praticamente todos anos desde o ano 2000 e com a seguinte progressão:

- Ano 2000 – 380 920 hectares
- Ano 2010 – 1 650 870 hectares
- Ano 2020 – 2 437 890 hectares

Fonte: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

A Espanha ocupa o primeiro lugar em área de agricultura orgânica na União Europeia e é o quinto no mundo.

Em termos de distribuição de área de produção orgânica pelas Comunidades Autónomas em 2020, tínhamos para as três primeiras posições:

- Andaluzia – 45%
- Castilha la Mancha – 17%
- Catalunha – 11%

Fonte: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

As culturas líderes na agricultura orgânica de Espanha em 2020, por tipo e em hectares, foi a seguinte:

- Olivais – 9,1%
- Cereais para produção de grãos – 8,9%
- Nogueiras – 8,1%
- Terras em pousio – 6,9%
- Vinhas – 5,4%
- Pasto para produção animal – 1,5%

Fonte: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación; Statista

A Espanha era em 2019 o país líder em área de vinhedos orgânicos em todo o mundo:

- Espanha – 121 000 hectares
- França – 112 000 hectares
- Itália – 109 000 hectares
- EUA – 16 000 hectares

Fonte: OIV

A despesa *per capita* em alimentos orgânicos em 2020 em Espanha, foi de 53,40 €. Neste mesmo ano, as maiores despesas *per capita* em alimentos orgânicos na Europa foram:

- Suíça – 418,40 €
- Dinamarca – 383,60 €
- Luxemburgo – 284,60 €
- Áustria – 253,60 €
- Suécia – 212,30 €

Fonte: AMI; FiBL; IFOAM; Statista

Em 2020, Espanha foi o sétimo maior importador de produtos alimentares orgânicos na União Europeia com 112 184 toneladas métricas (t), ficando atrás dos seguintes países:

- Países Baixos – 857 361 t
- Alemanha – 491 719 t
- Bélgica – 303 002 t
- França – 274 620 t
- Itália – 236 106 t
- Suécia – 178 978 t

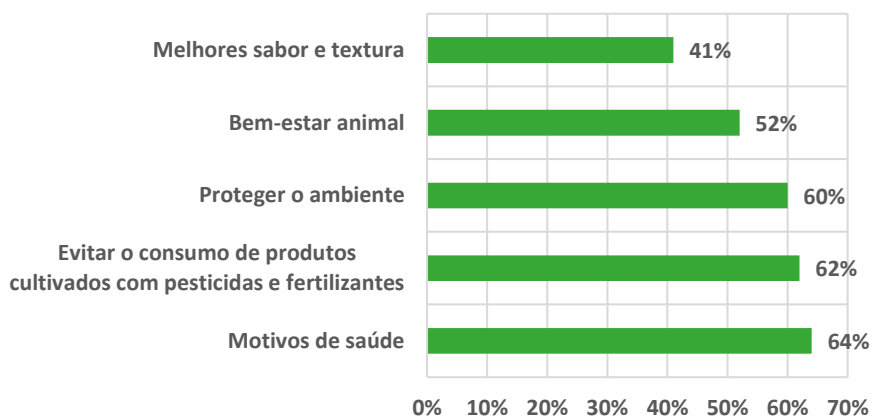
Com 44 493 produtores orgânicos, em 2020, a Espanha foi o 4º país da Europa em número de produtores orgânicos depois de:

- Itália – 71 590
- França – 53 255
- Turquia – 52 590

Fonte: AMI; FiBL; IFOAM; Statista

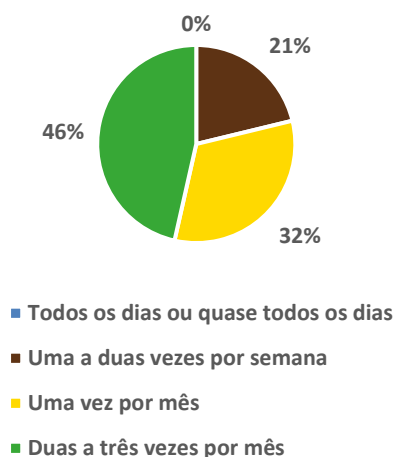
Em 2021, estas foram as principais razões que determinaram a compra de produtos orgânicos pelos consumidores espanhóis:

Gráfico 59 - Razões para comprar alimentos orgânicos – Espanha; 2021



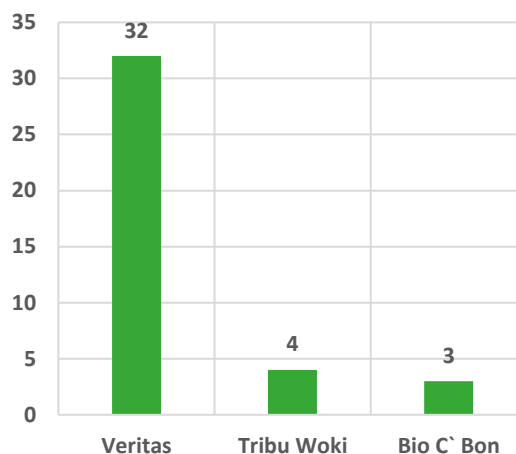
Fonte: elaboração própria a partir de várias fontes; Statista

Gráfico 60 - Frequência da compra de produtos orgânicos para consumo em casa – Espanha; 2021



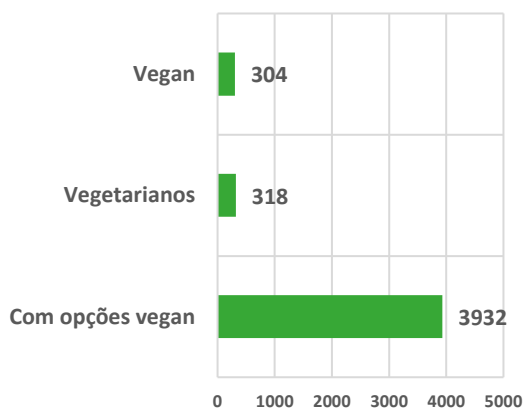
Fonte: elaboração própria a partir de várias fontes; Statista

Gráfico 61 - Principais cadeias de supermercados orgânicos – Espanha; 03.2022



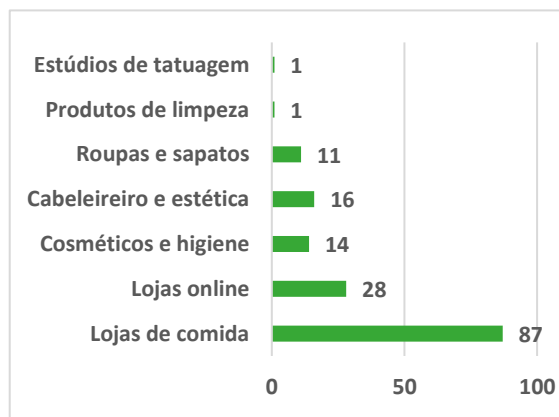
Unidade: número
Fonte: Tribu Woki; Bio C` Bon; Veritas

Gráfico 62 - Restaurantes que servem comida vegetariana e vegan, por tipo – Espanha; 07.2022



Unidade: número
Fonte: Happy Cow

Gráfico 63 - Lojas vegan, por tipo de loja – Espanha; 2021



Unidade: número
Fonte: guiavegana.net

É famosa a gastronomia *gourmet* de Espanha e, naturalmente, com um elevado número de restaurantes com estrelas Michelin – 226 e assim distribuídos pelas Comunidades Autónomas:

Gráfico 64 - Restaurantes com classificação Michelin, por Comunidade Autónoma – Espanha; 07.2022



O portal oficial de turismo da Espanha, acessível em <https://www.spain.info/pt> apresenta uma nova geração de mercados, cantos de sabor onde se pode degustar deliciosas receitas além de comprar produtos frescos *gourmet* da culinária espanhola.

É importante:

- Demonstrar valor:
 - embora a saúde e a nutrição continuem sendo considerações importantes para compras orgânicas, os consumidores de hoje esperam que as marcas orgânicas representem mais e essa distinção pode-se tornar mais desafiadora de fazer no futuro;
- Mostrar integridade:

- com credenciais ambientais e éticas, tornando-se rapidamente uma parte integrante do orgânico, as marcas orgânicas devem estar dispostas a percorrer o caminho, aderindo aos princípios fundamentais do *ethos* orgânico e respaldando-os nas suas promessas de marketing;
- Criar entusiasmo:
 - há oportunidades para comercializar alimentos e bebidas orgânicos de alta qualidade e empolgantes para consumidores mais jovens que se consideram "gulosos" e esperam um envolvimento constante com a comida de marcas por meio do lançamento de novos e emocionantes produtos, ingredientes de qualidade e posicionamento ético.

V.5. E-Commerce

A Espanha é um dos mercados europeus com maior potencial para o *e-commerce*, doméstico e internacional. Em termos de *ranking*, ocupa o 5º lugar a nível europeu e o 13º mundial. Objetivamente, existem boas razões para as empresas portuguesas exportarem para este mercado através do comércio eletrónico:

- O castelhano é a terceira língua mais usada na internet a seguir ao inglês e ao mandarim;
- Pode funcionar como porta de entrada para o comércio eletrónico na América do Sul (muitas empresas sul-americanas têm a sua sede europeia em Espanha);
- Os espanhóis sentem-se cada vez mais confortáveis a fazer compras através de canais digitais;
- As compras efetuadas a partir de *smartphones* estão a crescer;
- Há imensas empresas de logística com serviços disponíveis para todo o tipo de produtos ou pacotes;
- A entrada em Espanha de gigantes como a Amazon e a AliExpress impulsionou o crescimento do *e-commerce*;

O *e-commerce* inclui a venda direta ao consumidor (B2C) e transações entre empresas (B2B). Este último já se tornou o mais expressivo em termos dos montantes envolvidos, mas está ainda no início da curva de maturidade. Porém, a análise efetuada recai apenas na vertente B2C dada a sua maior relevância junto do consumidor final.

A crescer a uma taxa média anual de 6% entre 2021 e 2025, prevê-se que as compras dos espanhóis via *e-commerce* atinjam 35,5 mil milhões de USD em 2025. Este ritmo de crescimento

é inferior à média mundial (6,3%), mas superior à média europeia (5,3%), ficando também abaixo do Sul da Europa, região que deverá apresentar um elevado dinamismo (8%).

As empresas interessadas no e-commerce encontram em Espanha um ambiente digital favorável. O ambiente de negócios é bastante bom (84/100), bem como o desempenho logístico (83/100). A taxa de penetração da Internet situa-se bem acima da média mundial (65,1%), assim como a dos smartphones (62,2%). Espera-se que em 2025 estas atinjam em Espanha 85,1% e 85%, respetivamente.

Digitalização:

- 20 / 40

Fonte: Resilience Digitale, 2021

Utilizadores de internet:

- 38,8 milhões

Fonte: Statista Digital Market Outlook, 2021

Taxa de penetração de internet:

- 83 %

Fonte: Statista Digital Market Outlook, 2021

Taxa de penetração de smartphones:

- 83 %

Fonte: Statista Digital Market Outlook, 2021

A Espanha é um mercado incontornável no que respeita ao comércio eletrónico na Europa, e um dos mais dinâmicos de entre os países do Sul. Prevê-se que as compras continuem a crescer, assim como o gasto médio por comprador, e que a percentagem de consumidores via e-commerce seja em 2025 de 63,4%, acima da média mundial (63,1%), da do Sul da Europa (54,4%) e da portuguesa (56,8%).

Compradores online:

- 29,6 milhões

Fonte: Statista Digital Market Outlook, 2021

Compradores online no total da população:

- 63,4 %

Fonte: Statista Digital Market Outlook, 2021

Prevê-se que as compras dos espanhóis via e-commerce continuem a aumentar, mas a um ritmo cada vez menor. O crescimento médio anual de 2021 a 2025 ficará abaixo do previsto para 2018-2022 (6% contra 18,7%). Entre 2021 e 2025 os produtos alimentares e de cuidados pessoais registarão o crescimento médio anual mais acelerado (8,4%), e os brinquedos, passatempos e bricolagem o mais lento (4,2%).

O gasto médio anual dos espanhóis em compras online irá atingir em 2021 os 949 USD e prevê-se que cresça de 2021 a 2025, a uma média anual de 0,3%. Este valor supera à média mundial (857 USD) e a portuguesa (806 USD), mas é inferior à da média da China (1 563 USD), líder mundial em e-commerce.

V.5.1. Perfil do consumidor e-commerce

Os espanhóis utilizam sobretudo o *smartphone* e o computador portátil para comprar *online*. Concentram-se entre os 35 e os 54 anos (53%) e repartem-se de forma idêntica entre homens e mulheres, e pelos três escalões de rendimento com predomínio dos escalões alto (36,4%) e médio (33,5%).

Além disso o espanhol que compra *online*:

- É muito motivado por preços baixos e descontos;
- Valoriza bastante a poupança de tempo;
- É muito sensível à simplicidade e facilidade de navegação e à segurança dos *websites*;
- Aprecia uma oferta variada e que lhe sejam sugeridos produtos complementares;
- Faz questão de ter descritivos de produtos claros e detalhados e em língua espanhola;
- Está muito atento aos *rankings*, quer do vendedor quer dos produtos, e às opiniões de compradores anteriores;
- Exige transparência nas condições de venda;
- Compra preferencialmente quando o frete é gratuito;
- Exige opções de pagamento seguras;
- Tende a comprar mais uma marca se esta tiver uma forte presença nas redes sociais (Facebook, Twitter ou Instagram);
- Utiliza sites de comparação de preços;
- Aderiu rapidamente ao e-commerce via mobile.

Fonte: AICEP