

DIRECTÓRIOS ANIL

LACTICÍNIOS DE PORTUGAL (II)

Autoria: ANIL / IN-A-BOX
 Coordenação: Dr. Pedro Pimentel
 Dr.^a Manuela Pascoal
 Data: Abril.2002
 Formato: CD-Rom



VOLUME DE VENDAS

É de salientar uma perda relevante da importância do leite líquido, acompanhada do crescimento de peso de outros produtos, com destaque para os iogurtes e os produtos lácteos frescos. De nível de globalidade dos produtos, dita de grande consumo, em Portugal, o leite é o produto mais vendido, seguido do queijo, ocupando as primeiras 4^{as} posições.

O crescimento de vendas tem assenteado especialmente no segmento dos produtos lácteos frescos, enquanto nos queijos e após um período de alguma estagnação se sente novamente uma ligeira reativação. O leite líquido, a nata e a manteiga encontram-se numa fase de uma certa estabilização do consumo. Significativo é também o peso crescente, no volume de vendas global do sector, dos produtos de marca do distribuidor.

Os segmentos onde os crescimentos de vendas foram mais visíveis correspondem aos que apresentam uma maior diversificação e melhor adaptação aos gostos dos consumidores. Sob o mesmo ponto de vista, há a referir que os sectores onde se verificou alguma estagnação são aqueles em que foi observado um menor número de novas referências apresentadas ao consumidor (leite de leite ou de leite gálico, iogurtes relativamente ao leite - e fruto do já massivo consumo per capita nacional - assim-lu-ál, basicamente, a uma transferência de consumo de produtos similares para outros de maior valor acrescentado).

ESTRUTURA DO SECTOR

As empresas do sector apresentam estruturas muito diversificadas, havendo, de qualquer forma, uma predominância de PMEs. No entanto existem empresas de grande dimensão no sector, sendo a mais representativa a Lactagal, cuja facturação ultrapassa os 40% do volume de negócios da indústria láctea, abrangendo toda a gama de produtos, com ênfase nas leites. No segmento dos iogurtes merecem também destaque a Parmalat e a Viger (recentemente adquirida pela Lactagal), ao de qualquer maneira a Lacta Branco, enquanto no dos queijos e sobremesas lácteas merecem referência a Danoné, a Longa Vida e a Galgarte. Outras empresas de dimensão relevante estão instaladas nos Açores aproveitando o acesso privilegiado à matéria prima, com destaque para a Provolon, a Prolecto, a Loreto e a Insulact.

Tomando em linha de conta o número dos associados da ANIL, o qual representa mais de 90% do volume de negócios lipídicos comers utilizados do sector, temos que 62% das empresas 139 em 201 têm um volume de negócios inferior a 1.000.000 euros, enquanto apenas 4 (3%) possuem facturaciones superiores a 10 milhões de euros.

No que se refere ao número de trabalhadores, 65% dos associados da ANIL, têm menos de 50 trabalhadores, enquanto 11% empregam mais de 200 funcionários. É notório que no subsector queijo, é relativamente elevado o volume de facturación e bastante mais elevado que nos restantes subsectores, demonstrando um menor grau de automatização industrial e um maior recurso à utilização de mão-de-obra.

- Leite
- Iogurtes
- Queijo
- Sobremesas
- Manteiga
- Outros

REPARTIÇÃO DO VOLUME DE VENDAS EM PRODUTOS LÁCTEOS (PORTE A 100 MILHÕES €)

- < 100 mil €
- 100 mil - 500 mil €
- 500 mil - 1 M €
- 1 M - 5 M €
- 5 M - 10 M €
- 10 M - 25 M €
- > 25 M €

REPARTIÇÃO DO VOLUME DE VENDAS POR TAMANHO DE EMPRESAS (PORTE A 100 MILHÕES €)

- < 10
- 10 a 20
- 20 a 50
- 50 a 100
- 100 a 200
- 200 a 500
- > 500

REPARTIÇÃO DO VOLUME DE VENDAS POR NÚMERO DE TRABALHADORES (PORTE A 100 MILHÕES €)