



MENOS FRUTA, MAS COM BOA QUALIDADE

Confrontados com uma redução transversal de volumes e um contexto de incremento de custos e de uma eventual diminuição do consumo, os produtores de citrinos destacam, ainda assim, a qualidade da fruta da corrente campanha.

Carlos Afonso

Com sede em São Bartolomeu de Messines, a empresa Frutas Martinho tem os citrinos como principal produto, sendo a exportação, nos últimos anos, o destino de aproximadamente 40% da produção com que trabalham. Tem 300 hectares (ha) de área própria de citrinos e depois faz a gestão de perto de 600 ha de agricultores associados.

No futuro, a Frutas Martinho poderá vir a aumentar as áreas, mas para já essa ampliação ainda não está definida. Além dos citrinos, a empresa também trabalha com ameixa e com abacate – culturas que visam sobretudo «completar o ciclo», para não perder a mão-de-obra existente –, mas ambas deverão representar actualmente à volta de 2% do volume de negócios da Frutas Martinho, explica Filipe Martinho, gerente.

A campanha 2022-2023 apresenta uma redução de cerca de 30% nos frutos pequenos em relação à campanha anterior, com destaque para as clementinas. No grupo das laranjas, o cenário é idêntico: em torno de 30% a menos.

Segundo Filipe Martinho, «para já a qualidade é excelente». «Os frutos miúdos até estão com calibres bastante aceitáveis. Na laranja, nesta variedade que estamos a trabalhar agora, a Newhall, estamos com alguns calibres médios, médios a pequenos.»

A nível fitossanitário, até à data «está tudo dentro das expectativas», sem nada fora do normal. O gerente realça as condições climáticas «favoráveis». «Esta pluviosidade que ocorreu agora foi o melhor que nos podia acontecer. Estávamos com imensa falta de água e acabou por vir colmatar esse défice. Vínhamos já de várias campanhas sem precipitação.» Na campanha anterior, «os preços estiveram muito abaixo do custo de produção, derivado também a alguns problemas qualitativos na parte epidérmica da variedade Lan Late», mas depois «a campanha acabou por terminar com a Valencia a preços até bastante razoáveis». Na opinião de Filipe Martinho, a actual campanha comercial decorre «dentro do nor-

mal» e, em termos de preço, acredita que se possam «manter ou até subir». Na exportação, para já, «as coisas estão a andar razoavelmente».

«Abaixamento forte no consumo»

Numa altura em que, na Cacial – Cooperativa Agrícola de Citrinos do Algarve, já se colhe a Newhall, a primeira variedade de laranja da nova campanha, registam «um abaixamento forte no consumo» de citrinos. Para Horácio Ferreira, gerente desta organização de produtores (OP), trata-se de uma «recessão» que os consumidores enfrentam, «em relação a toda a alimentação que não é prioritária, que não é fundamental». Uma situação com consequências negativas no preço, como detalha Horácio Ferreira. «As coisas não estão muito boas, porque os clientes estão a apertar na descida de preço, mas depois apostam na venda cara ao cliente. Enquanto nós olhamos mais a quilos do que propriamente a valor, porque o que interessa é que saiam quilos, os clientes olham ao valor. Portanto, como o consumo baixou, para manter a mesma rentabilidade que tinham, têm que subir o preço. Não é coincidente a visão para o negócio.»

O responsável da Cacial relata que, na exportação, «os mercados de destino têm mais conhecimento do nosso mercado do que nós temos conhecimento do mercado deles» e que os operadores nacionais enviam fruta para o mercado externo tendo o mercado nacional como «referência». Desta forma,

«influenciam» o mercado externo e «não obtemos a tal mais-valia que a exportação nos poderia trazer».

Em traços gerais, a colheita tem lugar de Dezembro até Julho, com Horácio Ferreira a sublinhar que «temos que meter fruta todos os dias em casa, perto de 200 toneladas de fruta, para podermos fazer sair à volta de 120, 150 toneladas». Porém, «isto era o que se passava em anos anteriores» e «é por aqui que eu digo que os consumos estão a baixar, porque hoje raramente atingimos estes números».

Sediada em Almancil, a OP reúne 116 produtores e um total de 1.200 ha de citrinos (entre laranja, clementina, tangerina, limão e lima), dos quais cerca de 250 ha são área própria da Cacial. Actualmente, os planos de produção da empresa consistem em «manter os produtores e começar já a aumentar um pouco a área própria».

Na actual campanha, existe menos quantidade de fruta em comparação com a anterior. «Em relação a um ano normal de produção, na Newhall estamos bem, em Lanenate há um bocadinho menos e nas Valencia há muito menos, talvez quase perto de 50% menos de produção», refere Horácio Ferreira. Quanto à qualidade, a produção da Newhall caracteriza-se por calibres pequenos: «estão mais miúdos do que o normal, por falta de chuva na época própria». «A Lanenate está um bocadinho heterogénea, porque, como há menos fruta, a situação não está regular em termos de qualidade. Na Valencia, ainda é cedo para dizer se vamos ter calibres grandes ou miú-

SOLUÇÕES FERTINAGRO AGROVIP GRANULADOS DE PRECISÃO



RENOVATION
FUERZA Actibión
ENERGY

COM N-PRIMER *

30 N + 2 MgO + 15 SO₃ + 0,1 Zn



*Maior disponibilidade de azoto – evitando a sua perda



Nutrientes polissulfatados, mais eficientes, solúveis e disponíveis



Estimula o desenvolvimento da raiz e crescimento vegetal



Respeitoso para o meio ambiente – TECNOLOGIA N-PRIMER



dos, mas, em princípio, tudo aponta para calibres grandes na Valencia Late. E na Lanelate, com esta chuva, também penso que vai subir um pouco de calibre. A chuva poderá ajudar a meter calibre, para não saírem tão fracos, tão pequenos.»

A nível fitossanitário, a humidade poderá proporcionar a ocorrência de problemas de podridão, registando-se também problemas com a mosca do Mediterrâneo – «os tratamentos para a mosca foram até muito tarde, uma vez que as temperaturas estiveram sempre altas» –, os quais se irão «agudizar, porque ficou muita fruta no chão na campanha passada; são focos de mosca da fruta, portanto, presumo que vamos ter algumas dificuldades». Em termos de mão-de-obra, Horácio Ferreira indica que não sentem grande dificuldade.

Na vertente comercial, o gerente da Cacial considera que «a IGP faz diferença» e que «é uma boa arma comercial». A campanha comercial deverá ser «complicada», mas o prognóstico é incerto, porque «as coisas estão confusas e o mercado ainda não se organizou». «Pressinto que a organização do mercado vai passar exactamente por deixarmos de ter um consumo alargado e passarmos a ter um consumo mais restrito: um abaixamento do consumo. E, provavelmente, os valores por quilo terão que subir. Neste momento, é importante dar nota que aquilo que é pouco às vezes pode tornar-se muito. E haver muito pode ser a antítese de uma subida do preço.» Horácio Ferreira frisa a «grande pressão que o mercado está a fazer para baixar preço» e que essa pressão se poderá «agudizar» relativamente à variedade Lanelate, «por haver falta de calibres grandes e haver muito calibre miúdo». De evolução incerta, para já a campanha está «confusa» e «andamos meio baralhados no meio do negócio», conclui.

Mercado «continua a pagar baixo»

A Mediterrâneo Dourado, empresa de produção e comer-

cialização de frutas, conta com perto de 50 hectares (ha) de produção própria de citrinos, localizados em torno de Tavira, com Luís Mendonça, gerente, a mencionar que existem perspectivas de expandir esta área. A empresa, com sede em Tavira, também comercializa citrinos que adquire a outros produtores, mas num volume muito inferior à produção própria, e exportam mais de 50% do total de citrinos com que trabalham.

A produção decorre normalmente de Novembro a Agosto. Para a colheita, recorrem a equipas de prestação de serviço e nessa vertente não têm sentido problemas – «dá para controlar», aponta o gerente –, até por se tratar de uma empresa familiar, de pequena dimensão, sem grandes estruturas de armazenamento, e, no caso da fruta adquirida, muitas vezes esta ser colhida pelos proprietários.

Na nova campanha, os volumes de citrinos são menores, «devido a uma grande produção no ano passado – estamos em contrassafra». Como no ano passado não choveu, «há alguma fruta mais pequena», em algumas parcelas, mas nada muito significativo – «na generalidade, não se notam grandes diferenças» –, diz Luís Mendonça. Garante que «a qualidade está boa» e que «ter calibre mais pequeno não significa que a fruta tenha menos qualidade».

A nível fitossanitário, além da incidência da mosca da fruta – «como todos os anos» –, não existe, para já, nenhum outro problema com relevo a assinalar. A chuva das últimas semanas foi bem-vinda, «porque já não tínhamos água aqui no sotavento algarvio»: «A zona irrigada pelo perímetro de rega do sotavento algarvio estava já condicionada a um corte e com risco de ficarmos sem água. Podia pôr em causa a produção do próximo ano. Porque não havia mesmo água, estava a chegar ao limite».

O gerente da Mediterrâneo Dourado defende que, «se chove pouco, temos de ter reservatórios e mais barragens, fazer a Choupana e mais uma barragem ou duas, para se conseguir ter reservas que cheguem», e que, embora o abastecimento público tenha prioridade, «não nos podemos esquecer é de criar soluções para todos». «Não vamos deixar a água que cai doce ir para o mar e depois pô-la doce, quando se fala numa crise energética. É melhor aproveitar a água doce toda antes que fique salgada. Há dinheiro para a TAP e para tudo e mais alguma coisa, mas não há dinheiro para fazer barragens. Só quando isto der mesmo barraca a sério! Porque a barragem do sotavento algarvio, além da toda a área de agricultura que irriga, alimenta o sistema público. A nossa quota é de 20 e picos, 23%. Quem consome mais é o sistema público. E enquanto não perceberem que têm de fazer mais barragens, que a população, os jardins, os campos de golfe e tudo o mais gasta água, é preocupante.»

Na vertente da comercialização, «os preços melhoraram, mas nada de especial», e nem todos os mercados valorizam a Indicação Geográfica Protegida (IGP). O mercado «continua a pagar baixo» e os citrinos «continuam a ser a fruta mais barata», declara Luís Mendonça. «Nesta altura, de Natal e passagem de ano, as vendas caíram. Nota-se bastante. Vai-se





Juntos pela Agricultura

CENTRO AGRÍCOLA DO ALGARVE, LDA.

ADUBOS • SEMENTES • FITOFÁRMACOS • RAÇÕES



Grupo
NOVAGRIL
AMBIÇÃO | GRUPO | RIGOR | INOVAÇÃO | LEALDADE



CAAL

SEDE e LOJA - LISBOA

E.N. 125, Sítio dos Virgílios, Salgados
8005-540 Faro

Tel: +351 289 829 064

Fax: +351 289 804 764

info.faro@novagril.com

LOJA e ARMAZÉM

Centro da Vila, Rua S. Jose N.º 1
8365-063 Algoz

Tel: +351 282 574 371

Fax: +351 282 574 717

info.algoz@novagril.com



vendendo, mas as vendas estão um bocadinho emperradas. Não há procura. Toda a gente está farta de comer laranjas. Nos supermercados, gostam de comprar o que é caro, o que não é fruta da época.»

Menor volume, qualidade «superior»

Na Frutas Lurdes, a qualidade dos citrinos com que a empresa trabalha na corrente campanha, à data de meados de Dezembro, é considerada «superior» à obtida na campanha anterior. De acordo com Telma Guerreiro, responsável de empresa, denota-se um decréscimo no volume de fruta e registam-se calibres menores em comparação com a campanha 2021-2022. As causas desta situação consistem numa combinação de condições climatéricas com a alternância da cultura dos citrinos – «normalmente, quando há uma campanha onde existiu grande quantidade de fruta na árvore, a campanha seguinte é sempre menor». A nível comercial, Telma Guerreiro assinala a existência de procura, tanto no mercado nacional como externo, sendo que «iniciámos com bom preço; já baixou alguma coisa desde o início da campanha até agora, mas nada de muito significativo».

Com sede em Silves, a Frutas Lurdes trabalha com citrinos – laranja, tangerina e seus híbridos, limão, lima – oriundos de aproximadamente 600 hectares, que combinam área própria com a compra de fruta na árvore a outros produtores, sendo toda esta área situada no concelho de Silves. A responsável da empresa afirma que o objectivo é, «pelo menos, manter a área, nunca diminuir», e que existe vontade de crescer em termos de área, mas que não há garantia de quando isso se poderá concretizar.

Do ponto de vista fitossanitário, por enquanto registam-se apenas os problemas normais da cultura, sem nada de grave, com excepção da mosca da fruta, «um grande problema

geral, que todos nós, produtores de citrinos, enfrentamos». O problema da água tem vindo a agravar-se – «a algum custo, têm sido respondidas as necessidades, mas a perspectiva não é boa», lamenta Telma Guerreiro – e a mão-de-obra «é sempre uma dor de cabeça»: «Também não é novidade no sector. Reunimos sempre todos os esforços para ter tudo em ordem em relação à mão-de-obra, mas é muito complicado».

A Frutas Lurdes tem produção de citrinos praticamente todo o ano, «excepto no intervalo entre a laranja de Verão e a laranja considerada laranja de Inverno». A exportação é o destino de cerca de 80% dos citrinos com que trabalham, sendo que a IGP “Citrinos do Algarve” «tem sido, cada vez mais, uma exigência no mercado internacional» e «tem tido, cada vez mais, um peso importante». França e Espanha são os principais mercados de exportação da empresa. «Na campanha passada, enviámos fruta para alguns países africanos. Já enviámos também para o Canadá. Este ano, também já tivemos procura do mercado canadiano. Estamos a ter procura de outros mercados a nível da Europa onde normalmente não costumamos trabalhar, que é o caso do Luxemburgo e da

Noruega. Para já é isso: temos tido procura a nível de Canadá e de outros países europeus, mas mantemos muito o nosso trabalho com o mercado francês e espanhol», esclarece Telma Guerreiro.

Embora a Frutas Lurdes esteja impossibilitada de ampliar a área de fábrica, tem vindo a incrementar os equipamentos. E para 2023 «estão previstas melhorias significativas a nível de equipamentos dentro da fábrica».

Sobre o impacto dos aumentos dos custos dos factores de produção e do transporte, Telma Guerreiro é taxativa: «O produto não valoriza para cobrir o aumento que houve de tudo nos últimos meses... e nos últimos dois anos, no fundo. O valor da fruta não cobre esses aumentos. As empresas têm vindo a suportá-los». E a responsável da empresa admite que não há perspectiva de que esta situação venha a mudar, «porque não existe grande aceitação, por parte do mercado, do aumento do preço do produto».

Ainda assim, persiste a esperança. «Acredito que poderá ser uma campanha positiva. Espero que seja. E precisamos de uma campanha positiva, mesmo. É crucial, para compensar um bocadinho da tragédia dos últimos tempos», comenta Telma Guerreiro.

Aumentos de custos com «impacto brutal»

A Frusoal conta com aproximadamente 50 produtores e à volta de 1.200 ha de citrinos, uma área que se tem mantido estável e que está dispersa por todo o Algarve, com maior incidência nos concelhos de Tavira, Vila Real de Santo António e Castro Marim. Além de laranja – a fruta que tem maior expressão –, tangerina, clementina, limão e lima, a OP também produz diospiro e abacate, culturas que representam, respectivamente, 4% e perto de 1,5% na produção da empresa.

Pedro Madeira, gerente, assegura que, «se não fosse toda



Messinagro

Agricultura · Jardinagem · Petfood

A dar vida à sua terra.

Desde 1998



geral@messinagro.pt

+351 289 815 270

messinagro.pt



esta polémica, liderada por ambientalistas e companhia, com base em falsas questões, o abacate tinha todo o interesse e todas as condições para aumentar produção». O diospiro, escoado sobretudo no mercado nacional, «é um mercado um pouco mais restrito», mas «também temos aumentado alguma coisa nos últimos anos».

A actual campanha de citrinos caracteriza-se por menores volumes e também, sobretudo no caso das primeiras variedades de laranja, por menores calibres. «Em termos de qualidade, há de tudo. Mas também depende muito do tempo que faça», afiança Pedro Madeira.

Na sua perspectiva, a principal causa da situação de «calibres mais miúdos» reside nas «condições climáticas» e «não tanto na falta de água, porque têm tido água de rega». O problema das condições climáticas é «o prolongar da precipitação e dos excessos de humidade, que não deixam tratar, não deixam entrar nos campos e estão a penalizar a produção», embora exista a compensação de a chuva estar a mitigar o problema da falta de água – «neste momento, as coisas começam a compor-se nesse aspecto; não há bela sem senão». Os aumentos de custos que marcaram 2022 «estão a ter um impacto brutal na produção, que não está a ser compensado em termos de preços de venda finais do produto». «Isto vai ter um impacto muito forte directamente no produtor. Se tem menos quilos, mais custos e não está a ser compensado com o preço da fruta, significa que, muito provavelmente, vai ter prejuízo», testemunha Pedro Madeira.

Nos anos de maior produção, a exportação pode chegar aos 25%, mas nos outros pode descer até aos 15%, uma vez que, «nos anos de menor produção, privilegiamos o mercado nacional, porque é um mercado mais próximo». Na exportação, «em alguns mercados, consegue-se valorizar mais qualquer coisa», mas esta vertente é penalizada pelos incrementos no custo do transporte – factor que «hoje tem um impacto muito forte no preço final da fruta».

Quanto aos preços da fruta à produção, a perspectiva não é positiva. «Começo a ver a situação complicada, porque a própria situação do consumidor está a complicar-se muito. Ele vai

ter que tirar de algum lado e já sabemos que tradicionalmente é da fruta que tira para fazer face a outras coisas. Quando vai às compras, se calhar a fruta é a mais penalizada e isso não é bom para podermos fazer subidas de preço ou compensações de preços pelas subidas que nós próprios sofremos», constata o gerente da Frusoal.

A perspectiva de haver menos citrinos no Hemisfério Norte «deveria ajudar» a valorizar a fruta, «mas é preciso que quem comanda as vendas deste país – que é a distribuição, em termos gerais – assim o permita, porque, se a distribuição continuar a preocupar-se mais em fazer promoções do que em cobrir custos à produção, será difícil que os preços subam alguma coisa que se veja». Na comercialização, a IGP «é reconhecida» e «há uma procura grande pela IGP», mas «a valorização é pequena» – «nós tentamos valorizá-la, o cliente tenta que essa valorização não se faça». Ainda assim, «hoje em dia, a maioria da fruta que se está a comercializar para o exterior é IGP e, mesmo a nível nacional, os supermercados, uns mais do que outros, já valorizam isso».

A mosca da fruta é o principal problema fitossanitário, potenciado pelas temperaturas quentes – «com as temperaturas a manterem-se altas durante o resto do ano, já estamos a ter fruta picada mesmo durante o Inverno» –, mas há também outros problemas provocados pela chuva e por outras pragas, sendo que «cada vez temos menos produtos para tratar». «Portanto, isto vai chegar a um ponto em que laranja há quando as pragas permitirem», lamenta Pedro Madeira. O gestor reporta a estratégia que os espanhóis adoptam na zona de Valência, com lançamento de moscas estéreis, de avião, sobre toda a zona citrícola, «mas isso é um investimento que tem de ser feito por toda uma região em conjunto e só o Estado é que tem capacidade para o fazer e para o coordenar; não só pelos custos, que são insuportáveis – a citricultura não tem capacidade para isso –, mas também porque carece de autorizações e de uma série de condições».

A produção de citrinos abarca praticamente o ano inteiro, com menor produção nos meses de Setembro e Outubro. Os grandes volumes de colheita ocorrem nos meses de Primavera e de Verão e, na Frusoal, têm conseguido encontrar soluções na vertente da mão-de-obra, mas a prazo. «Vamos mantendo os grupos mais ou menos fidelizados, mas as perspectivas de médio prazo não serão famosas, porque, à medida que vão deixando de arranjar trabalho, eles, mal por mal, voltam aos seus países de origem ou procuram outros países onde possa haver maiores saídas em termos laborais. Portanto, é natural que, a pouco e pouco, a coisa se vá complicando, porque na nossa área, principalmente na parte das colheitas, se não forem os estrangeiros... Com portugueses não conseguimos colher nada, porque o português não quer fazer esse trabalho.» Pedro Madeira destaca ainda o investimento continuado que a OP tem vindo a fazer, alicerçado no programa operacional. A Frusoal tem investido na «melhoria de estruturas, tanto produtivas como de laboração», e na «adaptação às novas realidades e às novas tecnologias». «Temos feito isso e iremos continuar a fazê-lo.» ●

