



› Maned – Herdade Monte do Gavião: 570 hectares com amendoal de variedades americanas: Nonpareil, Wood Colony, Monterey, Independence, Butte e Padre

PLAYERS UNIDOS PARA O CAMINHO DO SUCESSO

Produtores partilham ideias para lidar com os maus anos agrónómicos, defendendo mais investigação varietal e de fitossanidade, bem como abordagens inovadoras aos mercados.

Ana Gomes Oliveira

Cerca de cento e oitenta convidados ligados ao sector dos frutos secos reuniram-se em Borba para participarem no balanço da campanha organizado em conjunto pela Portugal Nuts – Associação de Promoção de Frutos Secos, Centro Nacional de Competências de Frutos Secos (CNCFS) e Centro Operativo e Tecnológico Hortofrutícola Nacional (COTHN). Avaliar o desempenho da campanha de produção de frutos secos no País, partilhar experiências entre produtores e aprofundar conhecimentos técnicos foram os objectivos da sessão, que incluiu várias apresentações e três mesas redondas.

Numa das mesas redondas, os produtores deram conta de alguns dos desafios que enfrentam. António Garcia, responsável da parte industrial e de compras da Tremond, empresa focada na plantação de frutos secos, essencialmente amendoal e pistácio, referiu que uma das principais dificuldades está ligada à pouca experiência. «A empresa foi criada em 2020 e estamos ainda numa fase de aprendizagem. Além disso, a mão-de-obra é um problema, porque não há para os períodos de maior pico, e são precisas pessoas especializadas que tenham conhecimento, não só de

campo, mas de máquinas para a parte industrial».

António Garcia referiu ainda que o amendoal exige muito planeamento, um factor muitas vezes esquecido por quem se instala. «A partir do momento em que a amêndoa é colhida, é preciso ter em consideração que é necessário muito espaço, tanto para a amêndoa como para os resíduos. É necessário dimensionar isso tudo, caso contrário, a época da colheita pode ser muito difícil».

Que variedades plantar

Daniel Montes, do Grupo Trevo, alertou para uma das questões que já vem sendo levantada há algum tempo e para a qual não existem ainda respostas; e que se prende com a necessidade de saberem que variedades vão plantar. «Este ano foi muito marcado pelas questões fisiológicas, o sector continua a lidar com este problema de saber quais as melhores variedades para plantar. Tecnicamente é um problema que todos sentimos, sobretudo face às condições deste ano, em que o frio veio mais tarde impactando nas produtividades». Desafiado a comentar a fitossanidade da campanha, Daniel

Montes considera que este foi um ano «relativamente tranquilo», não tendo sido «o principal problema».

Miguel Costa Ferreira, da Valnoz, pegou nas alterações climáticas para relatar que face a um Outubro chuvoso, não foi fácil fazer a colheita de noz. «Além desta parte da colheita, o principal problema é “fitofinanceiro”, é mesmo o preço, até porque a nível de doenças não foi muito complicado. Tivemos algumas chuvas na altura da floração, uma condição perigosa com as bacterioses, mas conseguimos dar a volta».

Fungos na castanha provocam campanha terrível

Já na castanha, coube a José Pinto, da Cooperativa Agrícola de Penela da Beira, relatar o ponto de situação, partilhando com a plateia que a campanha deste ano começou cerca de 15 dias mais cedo do que em anos anteriores e que os problemas já são visíveis. «Temos um problema muito sério na qualidade do produto. A castanha está com vários fungos que não são detectáveis pelo exterior. Ou seja, só cortando o fruto se consegue perceber o problema. Mas quando se abre o produto, deixamos de o ter e, portanto, é um ano extraordinariamente difícil para o sector da castanha», disse José Pinto. O mesmo responsável lembrou que a fileira já vinha de um ano com quebras na ordem dos 30% «por causa da seca», numa altura em que os anteriores não foram melhores. «Estamos pelo quarto ano consecutivo com uma campanha muito, muito difícil. A expectativa é que possa melhorar. Ainda temos um mês de cam-

Amêndoa – Comércio internacional

Produto	Unidade	Fluxo	2021	2022*
Amêndoa com casca	Quantidade (tonelada)	Entradas	368	444
		Saídas	26.338	28.836
		Saldo	25.970	28.392
	Valor (1.000 €)	Entradas	1.797	1.943
		Saídas	42.265	42.832
		Saldo	40.468	40.889
Preço Médio de Importação		EUR/Kg	4,89	4,38
Preço Médio de Exportação		EUR/Kg	1,60	1,49
Amêndoa sem casca	Quantidade (tonelada)	Entradas	4.039	4.319
		Saídas	2.842	3.692
		Saldo	-1.198	-627
	Valor (1.000 €)	Entradas	19.680	21.105
		Saídas	12.944	15.999
		Saldo	-6.735	-5.106
Preço Médio de Importação		EUR/Kg	4,87	4,89
Preço Médio de Exportação		EUR/Kg	4,56	4,33

*Dados preliminares

SIPCAM

PLANTAÇÃO/
GOMOS INCHADOS

FLORAÇÃO

VINGAMENTO

DESENVOLVIMENTO
DO FRUTO

MATURAÇÃO/
COLHEITA

LEPRA

CRIVADO

PEDRADO

CICADELA

MONOCOTILEDONEAS

DICOTILEDONEAS

LADROES

BIOESTIMULANTES

Growing attitude

SAIBA MAIS SOBRE ESTES E OUTROS PRODUTOS

ESTES PRODUTOS DESTINAM-SE AO USO PROFISSIONAL | LER OS RÓTULOS ANTES DA UTILIZAÇÃO

panha pela frente e é natural que as castanhas mais bem desenvolvidas comecem a cair e que este problema de qualidade seja melhorado. Mas estamos perante mais um ano terrível para os produtores.» Quanto aos preços, estes estão «razoavelmente baixos» quando comparados com anos anteriores, «porque os operadores sabem que o produto ainda não tem a qualidade exigida».

Na avelã, a percepção da cooperativa é que é um ano de produção regular. «Não houve grandes problemas fitossanitários, há sim também um problema “fitofinanceiro”», refere José Pinto. A Cooperativa Agrícola de Penela da Beira é uma Organização de Produtores que trabalha amêndoa, noz, castanha, alfarroba, avelã e pistácio.

Castanha – Comércio internacional

Produto	Unidade	Fluxo	2021	2022*
Noz (com casca e sem casca)	Quantidade (tonelada)	Entradas	1.675	2.460
		Saídas	10.407	4 034
		Saldo	8.732	1 574
	Valor (1.000 €)	Entradas	4.713	6.752
		Saídas	27.816	12.537
		Saldo	23.103	5.785
Preço Médio de Importação	EUR/Kg	2,81	2,74	
Preço Médio de Exportação	EUR/Kg	2,67	3,11	

*Dados preliminares

Secagem na pós-colheita

A questão da pós-colheita também foi levantada no debate por Tiago Costa, da Portugal Nuts, que, tendo em conta a possibilidade de a campanha poder vir a alongar-se um pouco mais, quis perceber de que forma os produtores estão a preparar-se para a pós-colheita, face à capacidade de secagem que os Estados Unidos têm.

Miguel Costa Ferreira, da Valnoz, referiu que no caso deste fruto essas operações não são fáceis. «A secagem de noz é uma lo-

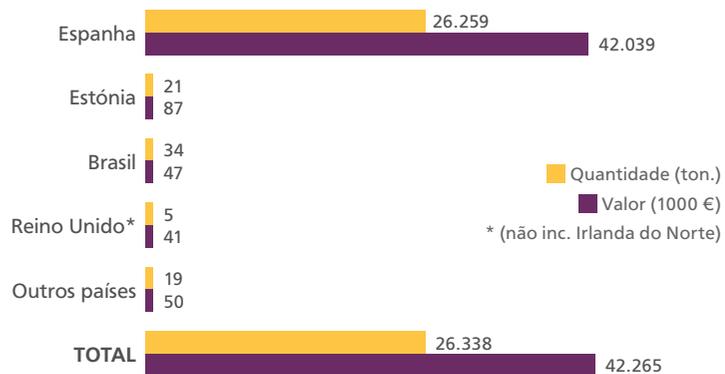


gística caríssima e complicadíssima. Toda a estrutura é complicada, mesmo em termos de volume. Um palote de noz são 200 quilos. Cada hectare precisa de dez palotes. Estamos a falar de custos astronómicos, quase tão caros como plantar a cultura.» Outro tema em cima da mesa, colocado por Daniel Montes, prende-se com a necessidade de se estabelecer uma maior ligação entre a produção e a academia, defendendo que os verdadeiros desafios são agrónomicos. «O tema varietal tem de ser estudado, cruzando com dados específicos de cada região, porque todas são diferentes. O sector do olival passou por isto. Eventualmente vamos ter de fazer um ajuste, tomando decisões corajosas quanto às variedades que se adaptem melhor e que sejam mais resistentes».

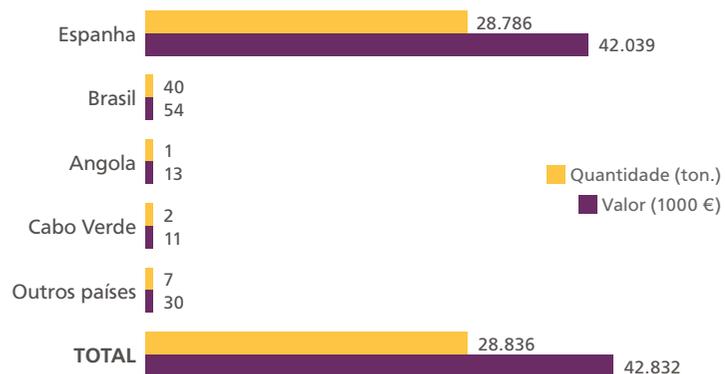
Diferentes formas de encarar o mercado

Um outro espaço de debate incidiu sobre a forma como as diferentes empresas encaram o mercado. Nuno Ferreira, da Pabi, frisou que a amêndoa trabalha num mercado muito volátil, mas que é um produto de sucesso, com qualidades nutricionais. «Trabalho no sector há 20 anos. Portugal era mais consumidor do que produtor e isso está a mudar. A Pabi, em actividade há 30 anos, está muito ligada ao mercado doméstico, foi pioneira de transformação de amêndoas em Portugal. Criámos duas partidoras de amêndoa e criámos uma linha de negócio para ligar à produção nacional, deixando de importar apenas da Califórnia. Quisemos distinguir e valorizar as amêndoas nacionais, por isso o slogan “Amêndoas com sabor a Portugal”».

Amêndoa com casca – Principais destinos das Saídas (2021)



Amêndoa com casca – Principais destinos das Saídas (2022)





O único cobre líquido no mercado com duas formas de cobre:
Oxicloreto e Hidróxido de cobre

Autorizado
em Agricultura
Biológica



Certis Belchim Portugal

Av. do Brasil 2E, loja 6 | 3080-323 Figueira da Foz

Tel./fax 233109482

www.belchim.pt

www.certisbelchim.com



Certis Belchim

GROWING TOGETHER

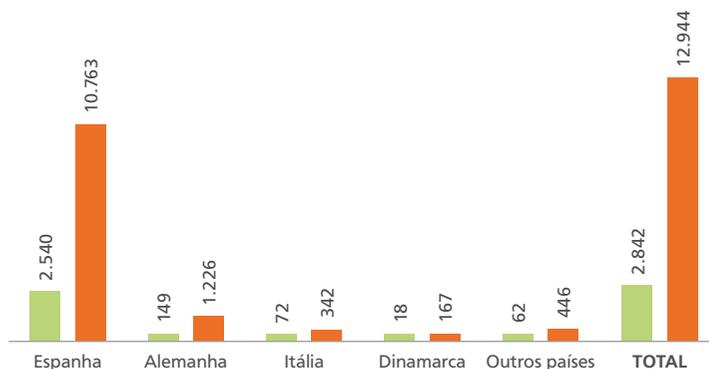
Transformação e valorização

Já Miguel Rodrigues, da I'm Nat, contou a origem da marca e da empresa que transforma frutos secos em cremes alimentares. «Sou natural de Faro e a ideia foi sempre valorizar os produtos da região. A amêndoa foi o foco principal, por ser um produto da região, haver maior disponibilidade e ser rico a nível nutricional. O objectivo foi sempre muito ligado à transformação e à valorização de uma matéria-prima que estava cada vez mais em decadência naquela região». Começaram então a transformar o fruto seco em creme de amêndoa. «Vendemos sobretudo para o mercado português um produto que é nutricionalmente superior à manteiga de amendoim e que se insere numa gama cujo consumo tem vindo a aumentar. O factor preço ainda é um entrave, por causa do poder de compra que temos em Portugal, mas o que estamos a fazer é participar nos novos hábitos de consumo, trazendo valor a esse mercado.» Além dos cremes, a I'm Nat produz também amêndoas torradas com alecrim, com canela, ou com mel. A origem da amêndoa é alguma do Algarve, mas muita de Espanha e dos Estados Unidos. «Para a pasta de amêndoa precisamos de amêndoas com muito óleo e, claro, preço. Desconheço que isso se faça em Portugal», justificou Miguel Rodrigues.

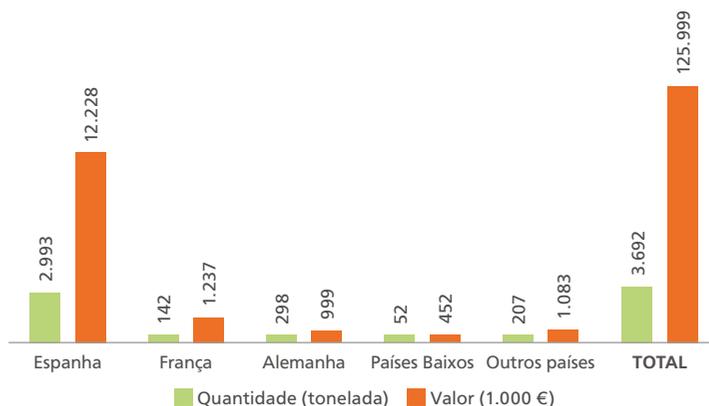


Já Nuno Ferreira, da Pabi, falou da criação da marca Fogo na Casca, através da qual aproveitam as cascas de amêndoa para substituição de pellets no aquecimento das casas. «É um subproduto e uma solução de rentabilidade, uma vez que tem um mercado enorme. A casca foi muito valorizada no último ano. Chegámos a vender casca de amêndoa a 30 cêntimos e as paletes atingiram 70 a 80 cêntimos. É uma linha de negócio que está por explorar», partilhou Nuno Ferreira. ●

Amêndoa sem casca – Principais destinos das Saídas (2021)



Amêndoa sem casca – Principais destinos das Saídas (2022)



MIGDALO INTEGRA-SE NA MANOLET ALMONDS PARA CONQUISTAR MERCADO MUNDIAL

«O sector da amêndoa cresceu tanto que o passo que tínhamos pensado dar ia continuar a ser pequeno. Assim, em vez de fazermos esse caminho sozinhos, fomos buscar um parceiro estratégico. Surgiu assim esta integração da Migdalo na Manolet Almonds. Sentimos que precisávamos de um parceiro que nos trouxesse o mercado mundial. A Manolet é uma das empresas em Espanha que mais mercado mundial tem, exporta 95% da produção. Vamos trazer isso para Portugal. Com o aumento da oferta de amêndoa, precisamos de ter capacidade de transformação e comercialização numa escala diferente. Por isso, vamos expandir a capacidade industrial e escoar a amêndoa do Alentejo para o mercado internacional, que até hoje não existia. Estimamos estar em plena produção dentro de dois anos. Continuamos com pomares próprios, continuamos com a parte das assessorias

e gestão de pomares de amendoal de fornecedores nossos; compramos amêndoa aos produtores da região e produtores nacionais, passando agora a ter uma capacidade de resposta industrial e de comercialização que não tínhamos até ao momento, fazendo face a este crescimento. Não podíamos desperdiçar esta enorme oportunidade.»

Miguel Matos Chaves, Migdalo



ESTAMOS COMPROMETIDOS
COM A CONSERVAÇÃO DO
MEIO AMBIENTE E O USO SUSTENTÁVEL
DOS RECURSOS NATURAIS.



LABINOR®



Contactos
Avenida do Rio Tejo - Herdade das Praias
2910-440 SETÚBAL, PORTUGAL
www.tradecorp.pt
Tradecorp Portugal - LinkedIn

