

Agroindústria O sector continua a subir de forma sustentada, mas é preciso mais cooperação entre as empresas e as universi

Diferenciar para crescer e ex

Texto **LILIANA COELHO**
Fotos **JOSÉ CARIA**

Não há dúvida de que, nas últimas duas décadas, a agricultura viveu uma revolução. Hoje o sector é mais profissional e vocacionado para o mercado com produtos de valor acrescentado.

Mas o futuro passa por mais inovação e investimento, segundo os protagonistas do sector. "Felizmente o agroalimentar tem estado pujante há mais de 15 anos, a crescer sustentadamente e com as exportações a aumentarem. A adesão à UE permitiu alguma continuidade apesar das mudanças de Governo", afirmou o ministro da Agricultura, Luís Capoulas Santos, na abertura da cerimónia da 3ª edição do Prémio Inter-marché Produção Nacional, que decorreu na quinta-feira no Instituto Superior de Agronomia, ao qual o Expresso se associa.

Com os apoios comunitários, os empresários conseguiram ultrapassar os constrangimentos em conjunto. "Havia problemas mas foi com o empreendedorismo e o associativismo que demos o salto", sublinhou Luís Vieira, secretário de Estado da Agricultura e da Alimentação, durante um debate inserido no evento sobre os desafios e as oportunidades do sector.

Segundo o governante, a agroindústria também beneficiou do facto de se terem criado marcas-chapéu que levam produtos diferenciados nacionais a vingar lá fora. Numa altura em que a insígnia Portugal está na moda — o que se traduz no desempenho do sector turístico —, isso traz igualmente benefícios para a agroindústria. "Penso que as componentes do turismo e da restauração têm também ajudado à colocação desses produtos no estrangeiro", destacou por sua vez Amarilis de Varennes, presidente do Instituto Superior de Agronomia (ISA).

Apostar na internacionalização

Apesar da localização geográfica favorável, o país não usufruiu sempre das melhores condições para a agricultura e a dimensão do mercado português exige que as empresas do sector procurem oportunidades lá fora, através de produtos diferenciados. "O mercado português é pequeno. Não podemos competir em pé de igualdade. Temos de procurar os produtos em que somos diferentes e melhores". Para a presidente do ISA, o país está no bom caminho mas existem ainda vários passos a dar, sendo o potencial de colaboração entre as universidades e as empresas crescente, apesar de já significativo.

Neste diagnóstico, o presidente da Confederação dos Agricultores de Portugal (CAP) deixou um parêntesis, sublinhando que a génese da agricultura hoje em dia é quase a mesma de há 10 ou 15 anos. "Nós somos um bocadinho de excessos em Portugal. Ou achamos que está tudo mal ou tudo bem. Nem hoje está tudo bem, nem no passado esteve tudo mal", sustentou João Machado. Sem deixar de reconhecer a importância da inovação e a modernização do empresariado, o presidente da CAP defendeu que no passado o sector tinha menos visibilidade e era menos valorizado pelo poder político.



DEBATE A cerimónia da 3.ª edição do Prémio Inter-marché Produção Nacional, que decorreu na passada quinta-feira no Instituto Superior de Agronomia, contou com a presença do administrador do Inter-marché, Vasco Simões, do ministro da Agricultura, Luís Capoulas Santos, e da presidente do ISA, Amarilis de Varennes. Além da entrega dos prémios, foram debatidas as oportunidades e os desafios do sector da agroindústria

ainda a falta de recursos humanos. "Este é um problema muito grande. Não arranjam os braços de obra nos meses de verão. Se queremos mais temos de arranjar mão de obra". Embora admita que o país não tem terrenos de excelente qualidade, o presidente da CAP sustenta que com água e culturas adequadas, o sector pode aumentar

OS CONSUMIDORES DO FUTURO PROCURAM INFORMAÇÃO EM

sociação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED), que defendeu que é fundamental que as empresas colaborem mais entre si perante um consumidor cada vez mais informado, que preza pela sustentabilidade e a transparência. "O consumidor procura cada vez mais informação em tempo real nas redes sociais. O fac-

colaborativas, sendo vital a existência de quadros regulatórios estáveis a nível nacional e europeu.

Amândio Santos, presidente da Portugal Foods, considerou que é cada vez mais a marca Portugal o suporte agroindústria nacional, mas é necessário que as empresas sejam capazes de promover os produtos portu-

ortar

“

O mercado português é pequeno. Não podemos competir em pé de igualdade. Temos de apostar nos produtos em que somos diferentes e melhores

AMARILIS DE VARENNES
Presidente do Instituto Superior de Agronomia

Nós somos um bocadinho de excessos em Portugal. Ou achamos que não tem potencial ou que está tudo bem. Mas hoje não está tudo bem, nem no passado esteve tudo mal

JOÃO MACHADO
Presidente da Confederação de Agricultores

A agroindústria não poderá fazer chegar os produtos por via terrestre, mas por via criativa. Só assim conseguiremos levar mais além a marca Portugal

AMÂNDIO SANTOS
Presidente da Portugal Foods

É muito importante perceber que só através da colaboração é que criamos valor juntos que terá de ser distribuído por todos

ANA ISABEL TRIGO DE MORAIS
Diretora-geral da APED



difícil, por exemplo, exportar produtos de fumeiro sem se diminuir no sal dos alimentos”.

Mais inovação e parcerias

Além da inovação, o presidente da Portugal Foods frisou que a associação ajuda as empresas a acederem ao mercado externo e deu como exemplo o sucesso da aposta nos frutos vermelhos. “Os pequenos frutos são a prova viva de que quando pensamos de forma associada resulta”, comentou Amândio Santos. Daniel Campello, presidente-executivo da empresa Aromáticas Vivas, segue o mesmo diapasão: “A nossa empresa tem grande sucesso, penso eu, por causa das parcerias”, explica o CEO, sustentando que o sector terá ainda maior potencial se oferecer mais produtos biológicos que respondam à preocupação dos consumidores com a saúde. A preferência pelos hábitos saudáveis está a transformar a fileira do comércio e terão de alterar também a produção. “A tecnologia pode não ser só máquinas, mas lutas biológicas, genéticas. Hoje em dia temos um consumidor mais exigente e no futuro será cada vez mais”.

Portugal”, vaticinou o presidente da Portugal Foods.

Neste momento, o sector assiste a duas revoluções: ao nível da genética e da engenharia mais pesada, refere Amarilis de Varennes. Só intercalando as cadeias de valor será possível alcançar melhores resultados. “É muito importante perceber que só através da colaboração é que criamos valor juntos, que terá de ser distribuído por todos”, observa Ana Isabel Trigo Morais.

O secretário de Estado da Agricultura reconheceu que é preciso encontrar o equilíbrio na cadeia de valor, entre produtores e fabricantes, sendo essa uma preocupação comum ao nível da União Europeia, tal como as práticas de comércio ilegal, mas considerou também que o próprio sector tem de fazer mais ao nível da autorregulação. “Fez-se um ajustamento estrutural fortíssimo. O agroalimentar evoluiu muito nas últimas décadas, fruto da modernização tecnológica e da associação empresarial. Os agricultores passaram a acreditar e a dar a volta”, sublinhou o governante, admitindo que há mais metas a conquistar.

Em relação ao futuro, Amândio Santos

OS GRANDES VENCEDORES DE 2016



PRÊMIO INTERMARCHÉ PRODUÇÃO NACIONAL

VIVID FOODS

Carne
Depois dos laticínios, é a hora da carne. A empresa dos Açores (arquipélago que tem apenas 2,5% da área de Portugal) produz 32% do leite nacional. Mas agora quer ficar famosa também pela qualidade da carne. Se antes era apenas um “subproduto do leite sem valor comercial” segundo Paulo Carvalho, sócio-gerente, coloca atualmente dez toneladas de carne da ilha Terceira todas as semanas no continente. É o resultado da parceria entre a Vivid Foods e a Unicol, sustentada na promoção de boas práticas, longevidade e sustentabilidade.

POM PORTUGAL

Frutas

A romã criada nos montes alentejanos é o nome do jogo para estes três amigos de longa data. Quando concluíram que a presença da romã estrangeira nos supermercados nacionais tinha que acabar aproveitaram os recursos que já tinham para criar um produto de sucesso. Com recurso à água do Alqueva, que marca um antes e um depois na indústria local, rapidamente chegaram aos 50 hectares. “Produzimos 55 a 60 toneladas. Daqui a três, quatro anos estamos a produzir mais de 400”, espera Daniel Montes, um dos fundadores.

BONJARDIM

Vinhos

O que o casal holandês Hubertus e Wilhelmina Landers sabia sobre vinhos podia resumir-se a quatro palavras: “Tinto, branco, vazio e cheio.” Mas a sua paixão pelo néctar dos deuses trouxe-os para Bonjardim, na Sertã, há 20 anos, para produzir vinho segundo técnicas biológicas que aprenderam com uma dedicação livresca. As ervas são pensadas ao pormenor, para que cada uma atraia um determinado tipo de inseto que as ajuda a manter sãs e as uvas fermentadas com leveduras selvagens para produzir 15 mil garrafas, 90% das quais são exportadas.

GRANJA DOS MOINHOS

Queijos

Mais conhecido pelo seu vinho, o Cartaxo também se pode orgulhar de ser o local de um produto que anda na boca de todos os chefes nacionais, o queijo de cabra chèvre com bolores. “Somos os únicos a fazê-lo, outros tentaram mas não conseguiram”, conta Adolfo Henriques, que desenvolveu o queijo nos anos 80 após uma passagem pelo laboratório de Engenharia em Lisboa. Os 100 queijos que produz por dia — a partir de 400 litros de leite de 200 cabras — ganharam fama e já deram origem a um livro de receitas.

RECEIARIUM, LDA

Produtos da pesca

Com base em Peniche, esta empresa de congelados inovou com as almôdegas de cavala. Sim, leu bem. Um dos peixes mais subvalorizados foi alvo de uma aposta de sucesso. “Nasceu em resposta a um pedido de um cliente da restauração” que queria “ter uma alternativa de peixe ao tradicional bacalhau”, conta a sócia Rita Amador. Assim surgiu o produto idealizado por uma chefe da Escola Superior de Turismo e Tecnologia do Mar.

QUINTA DOS FUMEIROS

Enchidos (peru)

“Com toda a gente a fugir dos produtos de porco por razões de saúde, sabia que ia perder negócio”, garante a fundadora Deolinda Campelo. A resposta, encontrou-a no peru. Desde 2011 é a base para alguns enchidos de aves, como o presunto aqui premiado, que tem chamado a atenção internacional de tal forma que hoje este segmento é o principal responsável pelo crescimento fora de portas. Se antes eram de porco a grande maioria das 3,5 toneladas de carne que recebiam por semana, atualmente este total já tende para um equilíbrio mais acentuado.

CONSERVEIROS REUNIDOS

Produtos de pesca — menção honrosa

A Bom Petisco trabalha para não adormecer à sombra da sua posição dominante. Marca histórica e líder no segmento do atum em Portugal, procura agora renovar-se com produtores inovadores. Por isso, lançou recentemente uma linha de sabores capaz de acrescentar nova dimensão ao atum e que se juntam aos clássicos de óleo, azeite e natural. A pimenta da terra e ervas finas, azeite virgem extra e orégãos e cinco pimentas “vão cair bem num consumidor mais exigente”, afirma Pedro Ferreira, responsável comercial.

QUINTA DOS FUMEIROS

Enchidos (porco) — menção honrosa

Desengane-se o leitor se acha que só de peru se faz atualmente a vida desta empresa. A partir do porco bísaro, uma espécie autóctone do norte do país, hoje apresentam 15 variedades de enchidos entre os quais se destaca o “ferrari”: o lombo cachaço fumado. Trata-se de um produto temperado com vinho verde típico da zona e que “parece que se desfaz na boca”, assegura Deolinda Campelo. “Não é muito bonito. Mas é o que mais vende e quem prova não resiste”.

O que é feito deles?

Entre a diversificação e o crescimento. É nesté que estão os vencedores do Prémio de Produção Nacional em 2014 e 2016

Longos dias têm dois : (730, para ser mais exa muitas dinâmicas surgem. o digam as nove empresas nas duas anteriores edições Prémio de Produção Nacional — projeto do Intermarché apoio do Expresso — ganharam respetivas categorias e tinham a dar cartas.

Em 2014, ano inaugurado foram três os vencedores Cooperfrutas foi uma das conhecidas com a sua gar purés de fruta feitos a part sabores tão tradicionais co maçã de Alcobaca ou a percha. Atualmente, apreser uma parceria com uma es de Alcobaca e lançaram projeto novo relacionado compostagem. A batata deu a distinção na categoria legumes à Atlantic Sun Pa que lhes permitiu chegar

Da primeira para a segunda edição, os prémios aumentaram de três para seis

tretanto ao lugar de m produtor do país. Já a Fio I rado, que venceu com o az Quinta do Juncal, benefici com a entrada no Intermarché (todos os vencedores recel garantia de escoamento du te um ano), o que se refletiu aumento do volume de ven

Uma porta para crescer

Especialista em cogumelos Segredos da Floresta foi t das vencedoras da segun edição e, com a chegada a público nacional decorre da distinção, aumentara faturação entre 70 a 80% a Azevago, com o projeto desidratação de fruta, ganl este ano o Great Taste Award em Inglaterra, perante mai 2000 produtos de outros pa e aposta na expansão internacional. Com nove variedades diferentes de ervas aromáticas produzidas todo o ano, a Aromáticas Vivas captou a aten do júri e procura introduzir vas variedades, como erva cortadas, enquanto aume o lucro.

Noutro campo, a Societ Agrícola da Quinta da La alva aproveitou o prêmio tido na categoria de vinho a entrada no grande retalh o know how obtido para l çar novos produtos, como gumelos congelados, azeit frutos secos. A qualidade produção do queijo da Se da Estrela vale o reconhe mento para a COCEBA, q continua a inovar nos pon de venda, como aconteceu r aeroportos do Porto e Lisb Na carne, destaque para o P mert cuja produção de ra