

# Jovens Agricultores #115

Revista Trimestral JUL|AGO|SET| 2018 | Distribuição Gratuita

Associação dos Jovens Agricultores de Portugal

Diretor: Eduardo Almendra



**PORTUGAL NA ROTA DO MELHOR AZEITE:  
O PRIVILÉGIO DE UMA HERANÇA**

## 3 EDITORIAL

## 4 ATUALIDADE

Novos Concursos para Jovens Agricultores

AJAP celebra novo Protocolo em Moçambique

## DOSSIER CENTRAL

- 6 «Alqueva está a colocar Portugal no rol dos países mais produtores a nível mundial. Uma verdadeira potência oleícola», José Gouveia, Engenheiro Agrónomo, Docente do Instituto Superior de Agronomia (ISA), Especialista na Área Oleícola
- 12 «Não tenho dúvidas de que Portugal se continuará a afirmar como um produtor de azeite de excelência!», Mariana Matos, Secretária Geral da Casa do Azeite
- 16 «Portugal tem atualmente 4-5 regiões com azeites complexos, mas bem distintos, oferecendo aos consumidores soluções organolépticas diferenciadoras e que os mercados e os vários concursos internacionais têm vindo crescentemente a premiar e a valorizar», José Maria Falcão, Presidente da Direção da Associação Interprofissional da Fileira Olivícola (AIFO)
- 20 Preservar o património oleícola, Madalena Barros, Presidente da Cooperativa de Olivicultores de Nelas
- 22 As oportunidades do setor oleícola, Manuel Castro e Brito, Vice-Presidente da Associação de Agricultores do Sul (ACOS), Diretor da Associação de Olivicultores do Sul (OLIVUM) e Presidente da Mesa da Assembleia Geral da AJAP
- 24 Conselho Oleícola Internacional (COI)

## AJAP SOU EU

- 25 Promover, desenvolver e divulgar o setor agrícola da região de Trás-os-Montes, Horácio Cordeiro, Técnico da AJAP no Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Saldonha

## PARCEIROS AJAP

- 27 Crédito Agrícola: Um Banco sólido e com proximidade do cliente, Isabel Matos, Diretora do Gabinete de Comunicação e Relações Institucionais do Crédito Agrícola

## PARCERIAS INTERNACIONAIS

- 29 A relevância das Associações no desenvolvimento agrário, Benedito Monjane, Presidente da Associação Juvenil de Produtores Rurais de Moçambique (PRODUJ)

## INVESTIGAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

- 30 Fruta Dragão: Validar a capacidade produtiva da Pitaia vermelha, Amílcar Duarte, Professor Auxiliar na Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade do Algarve



## UM SETOR EM FRANCA EXPANSÃO

O presente número da Revista Jovens Agricultores é destinado ao setor do olival, da azeitona de mesa e do azeite. Um setor em franca expansão, atualmente pujante e esperamos que continue a ser próspero a bem do país, do olival intensivo, do olival tradicional e do super intensivo. A aposta passa também pelos olivais em regime de agricultura biológica, com um registo de implementação cada vez maior.

Trouxemos à coação gente muito experiente e profundamente conhecedora, desde as questões mais técnicas das práticas culturais, na escolha das variedades mais adaptadas às distintas realidades do país, nos processos de fabrico, na apresentação do produto e na sua comercialização. Muitos mais peritos existem em Portugal, mas quisemos trazer algumas realidades diferentes, e com distintas formas de abordar esta temática.

Não podemos embandeirar em arco, quando muito ainda temos para

fazer, nomeadamente na valorização, marketing e agressividade comercial que necessitamos de fazer à escala mundial sob pena de estarmos muito dependentes do que se passa na vizinha Espanha, na Itália e em alguns países do norte de África. Temos de procurar mais os nossos clientes finais, temos de valorizar mais o nosso azeite, temos de o colocar no patamar da qualidade que efetivamente tem, mas que ainda não está.

Ainda nos falta organização, ainda nos falta quem efetivamente valorize e reconheça os azeites provenientes de variedades regionais, provenientes de olivais tradicionais e inclusive da qualidade diferenciadora em relação a outros países que temos nos olivais super intensivos.

Sim, também nos falta o Interprofissional, esperemos que desta vez esteja bem encaminhado. O que não deve faltar é sensatez e sensibilidade suficientes por forma a que as nossas apostas não recaiam apenas numa determinada região, em delimitadas

dimensões, de tal forma que quase sem dar por isso (sim, não me ocorre outro pensamento), estarmos a desertificar ainda mais o país já tão massacrado pelo abandono de tantas regiões.

Deixar tudo na mão dos poderosos é quase um crime de lesa a pátria.

Veja-se o que se está a passar no setor do leite em Portugal, com tanta organização, com tanta capacidade, hoje os interesses e o ócio são de tal forma gigantescos, que aqueles que se dizem defensores da produção, quando efetivamente podiam e deviam dar esse sinal claro ao setor acobardam-se e assobiam para o lado.

*Eduardo Almendra, Presidente da AJAP*

### Ficha Técnica

**Propriedade e Edição** AJAP-Associação dos Jovens Agricultores de Portugal | Rua D. Pedro V, 108, 2º - 1269-128 Lisboa  
**Direção** Eduardo Almendra **Coordenação Editorial** Carolina Sousa  
**Redação** AJAP-Associação dos Jovens Agricultores de Portugal | Rua D. Pedro V, 108, 2º - 1269-128 Lisboa  
**Secretariado** Olga Leitão **Departamento Comercial** Carolina Sousa | comunicacao@ajap.pt  
**Paginação** Miguel Inácio **Impressão** GMT Gráficos Lda | Rua João de Deus, 5-C, Venda Nova - 2700-486 Amadora  
**Depósito Legal** nº 78606/94 **Registo de Título** nº 116714 **NIPC:** 501396934  
**Tiragem** 10 000 Exemplares **Periodicidade** Trimestral  
**E-mail** comunicacao@ajap.pt **URL** www.ajap.pt  
**Distribuição** Gratuita  
**Estatuto Editorial** consulte em www.ajap.pt

Com o apoio



## NOVOS CONCURSOS PARA JOVENS AGRICULTORES

### **Governo apoia o rejuvenescimento do sector agrícola**

O Governo lança dois concursos – “Jovens Agricultores” e “Investimentos na Exploração Agrícola” – financiados através do Programa de Desenvolvimento Rural (PDR 2020). Estão disponíveis 43 milhões de euros destinados a captar jovens para a profissão de agricultor.

Estes dois concursos têm como destinatários jovens com idade entre os 18 e os 40 anos e aptidão e competência profissional adequada, que pretendam instalar-se no território continental.

O Secretário de Estado da Agricultura e Alimentação, Luis Medeiros Vieira, afirmou que “o contributo dos jovens para o crescimento e modernização do setor tem sido determinante para o percurso que tem sido feito, um percurso de internacionalização e de crescimento, com uma dinâmica de competitividade ao mais alto nível”. Referiu ainda que “o Governo está a dar prioridade à renovação e ao rejuvenescimento da agricultura, uma vez que 60% dos agricultores portugueses têm mais de 65 anos”.

O concurso “Jovens Agricultores” visa apoiar jovens agricultores que se instalem pela primeira vez na qualidade de responsáveis por uma exploração agrícola. Os apoios são concedidos sob a forma de subsídio não reembolsável, estando disponível para este concurso uma dotação global de 13 milhões de euros.

O concurso “Investimentos na Exploração Agrícola” tem como objetivo o apoio a investimentos em explorações agrícolas. O concurso é abrangente, apoiando explorações de fruticultura, horticultura, floricultura, plantas aromáticas, medicinais e condimentares, pequenos frutos e viveiros, olivicultura, pecuária extensiva e intensiva, cerealicultura (exceto arroz) e outras culturas temporárias, e ainda viticultura. Este concurso tem uma dotação de 30 milhões de euros.

As candidaturas podem ser apresentadas através de formulário electrónico, disponível no Portal do PDR 2020 (<http://www.pdr-2020.pt>) e estão abertas até ao dia 28 de setembro.



## AJAP CELEBRA NOVO PROTOCOLO EM MOÇAMBIQUE

A AJAP continua empenhada em partilhar a experiência e conhecimento dos projetos que tem vindo a desenvolver, com vista à promoção da instalação de Jovens Agricultores e à melhoria no acesso a condições estruturantes para o triunfo.

Aceitando novos desafios, apostando na articulação com outros organismos, entidades e associações é testemunha de inúmeros casos de sucesso, e é com um conjunto robusto de ferramentas, que tem trabalhado e reforçado a sua afirmação junto dos países da CPLP (Comunidade dos Países de Língua Portuguesa), através de projetos de cooperação, de parcerias e protocolos.

Foi com esta amplitude que colaborou na criação e surgimento da Associação de Jovens Agricultores de Tete (AJAT), à semelhança do que foi concretizado com a Associação Juvenil de Produtores Rurais de Moçambique (PRODUJ), recentemente.

A cerimónia de lançamento da Associação de Jovens Agricultores de Tete (AJAT), teve lugar no dia 24 de agosto, em Moçambique, na cidade de Tete. Constituída por um primeiro painel relativo às oportunidades de financiamento para jovens no agronegócio, um segundo painel que abordou os pacotes de parceria e apoio oferecidos pela AJAP, e um terceiro painel que levou a debate, o modelo Europeu na instalação de Jovens Agricultores, teve a AJAP como uma das interlocutoras durante o evento, enquanto nova parceria.

Um passo que será dado no sentido de colaborar com esta Associação moçambicana, que poderá beneficiar os jovens interessados em abraçar a atividade agrícola, estimular e aperfeiçoar a eficiência e a produtividade, e proporcionar novos mecanismos que apelem à instalação de Jovens Agricultores.



O Consultor Carlos Duarte, o Administrador do Distrito de Tete, Mendes Cândido, o Diretor Geral da AJAP, Firmino Cordeiro, o Governador da Província de Tete, Paulo Auade, a Presidente da AJAT, Lúcia Noriate, o Diretor Provincial da Juventude e Desportos de Tete, Ricardo Baulene, o Delegado da Agência do Vale do Zambeze, Alcides Nhamatate



Lúcia Noriate, Presidente da Associação de Jovens Agricultores de Tete (AJAT)



Carlos Duarte, Alberto Carreira, Delegado da AJAP em Moçambique, Lúcia Noriate, Firmino Cordeiro, Diretor Geral da AJAP e Barnabé Zandamela, Diretor da AgriMag



## DOSSIER CENTRAL - PORTUGAL NA ROTA DO MELHOR AZEITE: O PRIVILÉGIO DE UMA HERANÇA

«Alqueva está a colocar Portugal no rol dos países mais produtores a nível mundial. Uma verdadeira potência oleícola», por José Gouveia, Engenheiro Agrónomo, Docente no Instituto Superior de Agronomia e Especialista na Área Oleícola

**José Gouveia, Engenheiro Agrónomo, começou a lecionar no Instituto Superior de Agronomia, como Assistente Eventual, no Vº Grupo de Disciplinas que compreendia as Indústrias Agrícolas, na área dos vinhos. Em 1980, e por necessidade imperativa do serviço, passou para o setor dos óleos e gorduras comestíveis, assegurando a Disciplina de Tecnologia Agrícola II. O início de todo um percurso, que veio a tornar José Gouveia um dos peritos mais reconhecidos em solo nacional e internacional, na matéria oleícola.**

***Já provou mais de 30 mil azeites, um privilégio ao paladar. Como iniciou a sua espantosa jornada no mundo oleícola?***

À data (1980), a prova dos azeites era, por demais, irrisória. Colocava-se uma gota de azeite numa zona das costas da mão, chamada tabaqueira ana-

tómica, cheirava-se e provava-se com a ponta da língua. Como se calcula, esta prova estava, à partida, despida de qualquer sentido útil, pois dependia, fundamentalmente, do sabonete com que se havia lavado as mãos. E, nessa altura, o único documento legal era uma Norma Portuguesa que dizia que o azeite tinha de ter cheiro e sabor *sui-generis*, mas ninguém sabia o que isso era.

Em 1982, o Conselho Oleícola Internacional (COI) achou por bem convidar 11 laboratórios internacionais, entre eles o Laboratório de Estudos Técnicos (LET) do ISA, para encetarem os estudos conducentes à aprovação de uma metodologia de Análise Sensorial de Azeites Virgens, o que se veio a verificar em 1987. A equipa do LET era composta por mim e pela Eng<sup>a</sup> Paula Vasconcelos, atual Diretora Técnica do LET.

Quando em 1982 se iniciaram os estudos para estabelecer a Metodologia de Análise Sensorial de Azeites Virgens, sob a Coordenação do Professor espanhol D. Rafael Gutierrez Quijano tudo era novo. Houve que se caracterizar os azeites, primeiro para se chegar aos principais atributos positivos e também aos negativos (os defeitos) e depois começar a atribuir intensidades. Para tal, houve que estudar as condições ideais até se chegar àquilo que hoje constitui a metodologia: a taça de prova (de cor azul, para o provador não ser influenciado pela cor do azeite), a quantidade de amostra (15 g ou 15 ml), a temperatura da amostra (cerca de 28 °C), a ficha de prova, cuja pontuação levasse à distinção das diferentes categorias dos azeites virgens (virgem extra, virgem, corrente e lampante), o método de seleção dos provadores, etc.

***A última campanha oleícola atingiu um valor record desde que se dispõe de registos sistemáticos. O que mudou essencialmente na produção de azeite nos últimos anos?***

As coisas, nos últimos anos, mudaram para melhor e, hoje em dia, Portugal é olhado como um investidor, nesta área, sem igual na Velha Europa. O azeite em Portugal passou, em poucos anos, de uma participação de 1,5 % do azeite da União Europeia, para 5,0 % do total. A isto não é alheio o investimento feito na barragem de Alqueva. A água da barragem chega a 140 000 ha, em terras férteis e de declives suaves. Alqueva está a colocar Portugal no rol dos países mais produtores a nível mundial. Uma verdadeira potência oleícola. A produção de azeitona, em Portugal, quadruplicou, em apenas 10 anos. Quem o diz são os nossos vizinhos espanhóis que, porque não dizer, alavancaram as produções no nosso país aproveitando a disponibilidade de água.

A Comissão Europeia prevê que, em Portugal, em 2019, haja um aumento da produção de azeite de 44 %, em grande parte devido às plantações que se começaram a fazer no país desde 2006. Neste momento, Portugal é já o 4º ou 5º maior país exportador, a nível mundial, com uma quota a rondar os 6 % das exportações mundiais. Portugal exporta cerca de 500 milhões de euros de azeite, infelizmente a maior parte a granel. Mesmo assim, a balança comercial do azeite passou de um saldo negativo de 55 milhões de euros, em 2008, para os dias atuais com um saldo positivo de cerca de 150 milhões de euros.

***Os mercados internacionais têm sido uma forte aposta para o escoamento***

***do azeite português. Acha possível que a China e a Rússia possam vir a render-se a este produto tradicional português, tornando-se importadores?***

Naturalmente, que será preciso diversificar os destinos da exportação de azeite, explorando novas geografias a que não serão alheios mercados mais renitentes como a Rússia, China, Índia, Austrália, México ou África do Sul.

A China, principalmente nas cidades de Pequim e Xangai, apresenta crescimentos de importação de azeite, nos últimos anos, superiores a 100 %. No momento, são cerca de 250 marcas de azeite provenientes da Grécia, Espanha, Itália, Portugal e Argentina, representando, por ano, cerca de 12 milhões de toneladas.

Porém, parece-nos mais imediato alargar as vendas em mercados como EUA, Canadá, Japão, Polónia, Suíça e alguns países do norte da Europa, como sejam a Suécia e a Alemanha. A Suécia, por exemplo, apresenta aumentos de crescimento de consumo superiores a 50 %.

***Que características determinam a boa qualidade do azeite? (Por exemplo, o Azeite Virgem Extra é uma garantia imediata de qualidade?)***

O termo azeite advém do termo árabe “az-zait” que quer dizer sumo de azeitona. Para mim, a melhor definição de azeite “SUMO DE AZEITONA”.

E é como sumo de azeitona que devemos apreciar o azeite. Se se trata de um sumo natural, temos, sob o ponto de vista tecnológico, de tomar as devidas precauções para que desde a maturação e colheita das

azeitonas no campo, até ao ato do consumo, em casa de cada um dos consumidores, o azeite mantenha o mais possível as características com que a mãe Natureza o dotou.

Na indústria há um princípio que sempre me acompanha que é o princípio de Crosby que defende “OS ZERO DEFEITOS”. Portanto, teremos de aplicar este princípio no processamento tecnológico do azeite para que resulte um azeite com zero defeitos e esse é o Azeite Virgem Extra.

Em Portugal, mesmo com todas as vicissitudes do setor, mais de 45 % dos portugueses consomem azeites virgens extra. É um valor razoável, mas se o compararmos com o que se passa com o recente consumidor japonês, mais bem informado que o consumidor português, o valor torna-se incompreensivelmente baixo pois no Japão preferem 71 % de Azeite Virgem Extra.

Para além disso, o consumidor japonês sabe que o Azeite Virgem Extra tanto pode ser utilizado a frio, em cru, como cozinhado, e os mais velhos dão preferência a este tipo de azeite por uma questão de saúde, independentemente do preço enquanto que para os mais novos os fatores de escolha são o preço e, principalmente, o sabor.

***O comum consumidor tem a tendência para se focar na percentagem de acidez do azeite como fator determinante na sua compra. No entanto, não é necessariamente neste critério que se traduz a qualidade do produto, correto? O que deve o comum consumidor procurar no rótulo?***

Infelizmente, o consumidor, na maioria dos casos, escolhe o azeite, como resultado de uma busca incessante no rótulo, muitas vezes sem sucesso, do grau de acidez e também do preço.

A acidez mencionada isoladamente supõe, falsamente, uma escala de qualidade absoluta que é enganadora para o consumidor, pois esse critério é apenas um valor qualitativo de entre todos os que definem a qualidade dos azeites.

Relativamente ao preço, os azeites virgens, diretamente comercializáveis após a extração, podem ter reunido características de cheiro e sabor, marcadamente distintos, consoante as variedades de azeitona e as suas origens geográficas, as técnicas agrícolas ou as práticas de processamento tecnológico ou de loteamento e, daí, poderem resultar diferenças marcadas de preços.

Nos dias de hoje, ainda há quem pense que ir comprar azeite no lagar, num garrafão ou outra qualquer vasilha indefinida é uma garantia de pureza e qualidade. Puro engano! O lagareiro, a maioria das vezes, sabendo que o consumidor não pode fazer prova de que o azeite foi comprado naquele lagar, vai escoar desse modo os azeites de qualidade inferior que não poderiam, por falta de características, serem embalados e rotulados.

O consumidor, para sua segurança, deve, portanto, exigir azeites embalados e rotulados quer no uso doméstico, quer na restauração e não se preocupar por no rótulo não constar o grau de acidez, pois já sabe que a

acidez dos azeites virgens extra é menor ou igual a 0,8 %, a dos virgens é menor ou igual a 2,0 % e a do azeite – contém azeite refinado e azeite virgem é menor ou igual a 1,0 %, teores de acidez que não causam qualquer perturbação fisiológica.

Além de conter um código de barras que permite um tratamento informatizado mais prático e eficaz e muitas vezes mais seguro para o consumidor, o rótulo dá indicações sobre o tipo comercial de azeite ou seja a denominação de venda, com a respetiva definição, se se trata de azeite DOP, de Agricultura Biológica (erradamente conhecido como biológico), ou de Quinta, a quantidade líquida, o prazo de validade ou data de durabilidade máxima e o modo como deve ser conservado (em local fresco e ao abrigo da luz).

Para além disso, no caso dos azeites virgens extra ou virgens, pode dar outras informações facultativas como “primeira pressão a frio”, que significa que o azeite foi extraído pelo processo tradicional, por prensagem em prensas hidráulicas, a temperaturas menores ou iguais a 27 °C, ou “extraído a frio”, que significa, igualmente, extração àquelas temperaturas, mas em sistemas por percolação ou centrifugação. As embalagens para o consumidor individual só podem conter, no máximo 5 L.

A propósito das denominações que podem constar num rótulo, o consumidor deve, previamente, saber o que é um Azeite DOP, um Azeite “Biológico” (resultante de Agricultura Biológica), por vezes designado de “Orgânico” ou um Azeite de Quinta.

DOP é a abreviatura de “Denominação de Origem Protegida” que foi a forma

administrativa achada mais conveniente para proteger os azeites virgens nacionais pela sua origem e, simultaneamente, valorizá-los comercial e qualitativamente. As Denominações de Origem só se aplicam aos azeites com identidade própria, os “Azeites Virgens Extra” e “Azeites Virgens”, estes sem defeitos organoléuticos.

Os azeites DOP têm características próprias e garantem, a quem os consome, níveis de qualidade elevados.

Os azeites “Biológicos” são azeites virgens resultantes de azeitonas provenientes de olivais em regime de agricultura biológica, nos quais, para além de se avaliar os parâmetros da qualidade, se pesquisam, igualmente, produtos de síntese (pesticidas e adubos químicos). A União Europeia contempla na sua legislação a designação de “Produto de Quinta”, como sendo o género alimentício em que todas as operações, desde a produção e colheita das matérias-primas até ao embalamento, são executadas dentro da área da exploração agrícola. Foi nesse sentido que apareceram alguns “Azeites de Quinta”.

### Que atributos são identificados na degustação?

Direi que o consumidor deve preocupar-se fundamentalmente, para além da cor, com as características de cheiro e sabor dos azeites virgens, aqueles que se tornaram a gordura mais nobre e apetecível na tradicional cozinha mediterrânea.

Os azeites virgens podem apresentar diversas cores, odores e sabores, conforme a região, a variedade de azeitona, o grau de maturação, o estado sanitário dos frutos, o processo de extração, o modo de conservação, a idade do azeite, etc...

A cor depende, única e exclusivamente, do estado de maturação das azeitonas. Se as azeitonas estão mais verdes, quando se faz a extração dos azeites, estes aliam aos tons de amarelo à cor verde, e como nesta altura as azeitonas contêm um teor elevado de antioxidantes, os azeites apresentam-se muito frutados, mas são amargos e picantes.

Mas que azeite é que se está a consumir? Naturalmente, o ou os azeites que primam pela qualidade, que proporcionam às pessoas que o comem não só bem-estar, mas também prazer.

Estamos a falar de azeites virgens, de preferência virgem extra, aquele que carrega consigo tudo o que de boa mãe natureza lhe doou por uma herança, mais do que tudo, genética. Não esqueça que o azeite é um sumo de fruta e como tal deve ser fresco.

A escolha de um azeite não deve recair, apenas, na acidez e preço, mas sim nas características de cheiro e sabor que são as que, verdadeiramente, diferenciam os azeites uns dos outros.

**No campo da investigação, há uns anos falou-se nas facultades probióticas das azeitonas. Vê potencial para estas azeitonas funcionais no mercado nacional?**

Em primeiro lugar, julgo que será importante esclarecer o que são alimentos probióticos e também prebióticos.

Os probióticos (p.ex.: chocolate negro ou cacau em pó, ervilhas, chucrute, cerveja, vinho, kefir, pickles, pão bem cozido, fermentado com massa azeda, iogurte grego, queijo mole envelhecido, azeitonas verdes, etc.) são alimentos com uma grande quantidade de bactérias simbióticas essenciais para a saúde do corpo humano e, assim, desempenham um papel

importante na manutenção da flora intestinal ou do ecossistema bacteriano simbiótico no nosso intestino.

Estas bactérias têm várias funções benéficas, incluindo o auxílio na digestão, com aumento de imunidade, além de manter a saúde gastrointestinal, reduzir o colesterol e a tensão arterial e, pesquisas mais recentes, têm mostrado como os alimentos ricos em probióticos podem ajudar a tratar o autismo.

Os alimentos prebióticos (p.ex.: cebola, alho, tomate, banana, cevada, aveia, trigo, mel e cerveja, azeitonas verdes) têm na sua constituição determinados tipos de fibras, ou seja, glúcidos não digeríveis pelo organismo, pois possuem uma configuração molecular que os tornam resistentes à ação das enzimas, mas que são alimentos bons para as bactérias intestinais benéficas, por exemplo as bactérias simbióticas dos alimentos probióticos.

### **Como escolher e consumir azeite?**

A variedade de azeitona influencia, decisivamente, o aroma e o sabor dos azeites. Quantas vezes além do frutado de azeitona, verde ou maduro, se aliam outros frutos como maçã, framboesa, morango, banana, amêndoas, nozes, etc.

Também a região, e mesmo o local, em que as oliveiras estão plantadas são fatores influentes nas características de cheiro e sabor dos azeites. Não raro, a mesma variedade plantada em locais distintos origina azeites com especificidades diferentes.

Para além do frutado de azeitona e de outros frutos, os azeites podem cheirar e saber a verde nas suas várias facetas (folha, erva, alcachofra, casca de amêndoa verde, casca de banana verde, etc.), e serem amargos (o amargo deteta-se na parte posterior da cavidade bucal) e picantes (o picante é uma sensação tátil, ao fundo da cavidade bucal) e, por vezes, ligeiramente adstringentes (quem não deu já uma dentada num dióspiro?). Estes últimos atributos têm a ver, principalmente, com o teor em polifenóis, os antioxidantes naturais dos azeites virgens.

Quando não são amargos e picantes, os azeites dão uma sensação virtual de “doces”, pois eles não têm açúcares. Estes azeites são também designados na gíria popular de “suaves”.

São estas especificidades que nos devem levar à descoberta dos azeites, pois é nessa multiplicidade de características que reside grande parte da sua riqueza e encanto.

As azeitonas verdes podem ser consideradas probióticas e prebióticas. Probióticas porque o seu processo de fabrico consiste numa fermentação láctica principalmente devido a *Lactobacillus plantarum* e *Lactobacillus pentosum* e prebióticas pela sua estrutura fibrosa de pectinas.

Azeitonas verdes, azeite virgem extra e extratos de folha de oliveira mostraram que são efetivos contra certas infeções microbianas, virais e fúngicas e previnem a osteoporose pela prevenção da perda óssea. Igualmente, estes alimentos têm poder antiinflamatório por conterem ibuprofeno natural, inibindo o crescimento de enzimas que causam inflamação e, portanto, aliviam a dor.

A Organização Mundial de Saúde refere como gordura ideal, sob o ponto de vista de saúde, uma gordura com 25 % de ácidos gordos saturados, 50 % de monoinsaturados e 25% de polinsaturados. O azeite virgem extra tem uma composição em ácidos gordos que se aproxima da gordura ideal e, para além disso, contém teores de ácidos gordos essenciais que se aproximam dos valores do leite materno.

Para além de tudo isto, as azeitonas verdes, como suplemento de cobre e de vitamina E, e o azeite, principalmente o virgem extra, rico em vitaminas lipossolúveis (A, D, E e K) e, como se disse, em antioxidantes

naturais, na forma de tocoferóis e, fundamentalmente, polifenóis, são importantes para uma saúde cardíaca ideal, fatores responsáveis, em grande parte, pela maior longevidade das populações.

Mas atenção: as azeitonas verdes são conservadas em salmoura e, portanto, há que ter atenção aos níveis de sódio, pelo que se deve dessalinizá-las antes do consumo e o azeite é uma gordura, com elevado poder calórico, podendo contribuir para a obesidade, aconselhando-se um consumo máximo diário de uma a duas colheres de sopa.

**É necessário continuar a apostar no estudo de novas variedades que se adaptem ao modelo intensivo e super intensivo?**

Naturalmente, que todos os estudos são sempre bem-vindos. Contudo, em minha opinião, será muito importante que não se desvirtue as características do azeite português que vai sobrevivendo na base da diferenciação e todos os estudos deverão levar a aumentos de produtividade, a mais baixo custo, mantendo ou aumentando o grau de aceitação por parte do consumidor.

Começarei por referir, para os menos entendidos, que, de um modo geral, existem três sistemas de cultivo do olival: olival tradicional, com 60 a 100 árvores, maioritariamente em regime

de sequeiro, olival intensivo, com 200 a 400 árvores, maioritariamente em regime de regadio e superintensivo, com 1500 a 2000 árvores, igualmente a grande maioria em regime de regadio.

Poder-se-ia dizer que para melhorar um olival tradicional haveria que se estudar, se é possível o adensamento (mais árvores por ha), o que nem sempre resulta e a possibilidade de se vir a regar, com o intuito de aumentar o potencial produtivo.

Para um olival intensivo, o fator limitante para novas variedades será a região. As variedades nem sempre se adaptam a determinados climas. Há casos, que ilustram bem isto que estou a dizer. Veja-se, por exemplo, que algumas variedades como é o caso da Madural de Trás-os-Montes, só existente naquela região e mesmo da Cobrançosa, originária igualmente de Trás-os-Montes, que se tem tentado difundir por todo o país, dadas as boas características do azeite, e nalguns casos não tem resultado.

Quanto ao olival superintensivo, devido à elevada densidade de plantas por ha, o fator limitante, que deverá ser atendido no estudo de novas variedades, será, certamente, o vigor da árvore que permita todas as operações culturais, nomeadamente a colheita com as máquinas cavalgantes, por exemplo.



## AS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS PODERÃO AFETAR AS OLIVEIRAS E CONSEQUENTEMENTE A QUALIDADE DO AZEITE?

Um fator, que porventura poderá vir a alterar as características dos azeites portugueses, principalmente no Sul e no centro do país, serão os ventos do norte de África que, cada vez mais, trazem até nós poeiras e pólenes de oliveiras que poderão levar a alterações na polinização e, consequentemente, alteração das características dos azeites. Contudo, o mais problemático das alterações climáticas, no imediato, será criarem-se, cada vez mais, condições propícias ao desenvolvimento de pragas e doenças que têm influência negativa no estado das oliveiras, na qualidade do azeite e na sustentabilidade do ambiente.

*Na sua perspetiva o que é ainda necessário fazer para que o setor oleícola continue a crescer de forma sustentada e equilibrada?*

Em primeiro lugar, o setor oleícola, à semelhança de outros setores, tem de procurar, o mais rápido possível, aplicar o conhecimento de outras ciências que, embora não parecendo ter a ver com olival e azeite, terão tudo a ver com eles: Informática e metrologia, automatizações e robotizações, *drones*, entre outros, ao serviço dos produtores, com vista a maiores e melhores colheitas, com poupança na utilização nos produtos fitossanitários e na água de rega e, consequentemente, produtos finais melhores e mais baratos. Para além disso, há que redobrar o esforço para levar o conhecimento a todos os níveis e a todos os atores envolvidos no setor, de modo a diferenciar e divulgar os azeites, tanto a nível nacional como fora do país.

Podemos, no entanto, começar com medidas mais fáceis de modi-

ficar o estado das coisas e talvez mais simples de implementar, assim haja vontade!

- **No olival**, por exemplo, teremos de acautelar o flagelo da *Xilella fastidiosa* que poderá vir a causar estragos incalculáveis e os olivais ficarem irremediavelmente perdidos. Ao momento, e à falta de melhor, existe um sistema aéreo de câmaras hiperespectrais que permitem a deteção dos sintomas da *Xilella* em plantas e árvores afetadas antes de que os sintomas sejam perceptíveis a olho nu, e isso, graças a um sistema de alerta capaz de detetar mudanças subtis na cor das folhas das árvores afetadas, com uma precisão de mais de 90 %, em comparação com os resultados das provas de ADN na seiva das árvores.

Será que os nossos serviços estão apetrechados com esta ou outra técnica para prevenir a doença?

- **Os nossos produtores exportadores**, na grande maioria dos casos, passo a expressão, estão “a entregar o ouro ao bandido”, por exportarem a granel. As mais valias do azeite embalado estão as empresas estrangeiras a beneficiar delas.

- **E a AIFO** (Associação Interprofissional da Fileira Oleícola) do que estamos à espera para a pôr a funcionar? Olhando para as AIFOS dos outros países, e não é preciso ir muito longe, Portugal tem deixado de receber da União Europeia, através da AIFO, muitos e muitos milhões de euros.

- **E o ensino agrícola?** Com tantas escolas de agricultura e com este boom que se tem assistido no país não se ensina olivicultura? Parece que só a Escola Superior Agrária de Beja é que tem uma disciplina.

- **E o ensino nas Escolas de Cozinha e de Hotelaria?** Não usam azeite nos cozinhados e desconhecem por completo o produto?

- **E a lei dos galheteiros nos restaurantes?** É boa, não é? A Espanha e a Itália adotaram-na. Porque não se faz cumprir a lei, em defesa dos consumidores e da qualidade do azeite?

- **E os consumidores**, não têm direito a ser informados sobre azeite? Tem de se lhes explicar que o azeite não é só para temperar o bacalhau cozido e o peixe cozido! Poderia e devia-se começar a falar de azeite nas escolas primárias, à semelhança do que se fez no WOOS, na Feira Nacional de Agricultura, em Santarém.

## SUGESTÃO DE UTILIZAÇÃO DOS DIFERENTES TIPOS DE AZEITE:

“**Azeites Virgens Extra**” para todos os cozinhados, utilizando-se os mais suaves e “doces” em cru, em saladas, molhos, maioneses, doçaria e gelados e os mais frutados, amargos e picantes nos pratos cozinhados a quente, ou vice-versa. Há que experimentar!

“**Azeites Virgens**” para as sopas tipo açordas alentejanas ou caldo verde minhoto, por exemplo.

“**Azeites – contém azeite refinado e azeite virgem**” para fritar e refogar.

E não deve esquecer-se que o maior partido dos azeites virgens extra se tira nas marinadas, nas emulsões (com coentros, pimento, baunilha, etc.) e quando utilizados no final das cozeduras, para que a temperatura destas não eliminem as substâncias voláteis responsáveis pelo melhor que o azeite tem que é o cheiro e o sabor.



## DOSSIER CENTRAL - PORTUGAL NA ROTA DO MELHOR AZEITE: O PRIVILÉGIO DE UMA HERANÇA

«Não tenho dúvidas de que Portugal se continuará a afirmar como um produtor de azeite de excelência!», por Mariana Matos, Secretária Geral da Casa do Azeite

### **PROMOVER O CRESCIMENTO DO SETOR OLEÍCOLA NACIONAL: A MISSÃO DA CASA DO AZEITE**

A principal missão da Casa do Azeite é a promoção do consumo do azeite português, não só em Portugal como internacionalmente; é aí que se alicerça toda a atuação da Casa do Azeite, enquanto única estrutura de âmbito nacional exclusivamente dedicada ao setor do azeite. De facto, entendemos que o desenvolvimento do setor deve ser sobretudo assente na expansão do consumo, só assim será estrutural e sustentável. A Casa do Azeite tem promovido, principalmente na última década, uma série de ações promocionais para divulgação do Azeite Português em vários mercados relevantes, como seja o caso do mercado brasileiro, onde o azeite português tem consolidado a sua liderança e que é

hoje um dos principais mercados consumidores do mundo. Para além desta missão, a Casa do Azeite desenvolve também um papel, que considera importante, na discussão e posterior divulgação para o setor, de todo o enquadramento legal no qual se baseia a atuação das empresas no mercado, quer seja em relação à qualidade e características do produto quer seja em relação às regras de rotulagem, segurança alimentar, entre outros.

### **TRANSFORMAÇÃO, INOVAÇÃO, CIRCUITOS DE COMERCIALIZAÇÃO E PADRÕES DE CONSUMO: UMA EVOLUÇÃO COM BOA CLASSIFICAÇÃO**

O setor transformou-se radicalmente a partir do início da década de 2000, e costumo dizer com algum humor que nessa altura se deu uma espécie de “tempestade perfeita”: altera-

ções na PAC, conclusão da barragem do Alqueva, tecnologia inovadora, quer ao nível da produção quer ao nível da transformação, existência de grande propriedade no Alentejo, entre outros fatores, tornaram o investimento no olival um dos mais interessantes, e os investidores portugueses e estrangeiros, apostaram em força no olival, principalmente naquela região.

Embora a área total de olival não tenha crescido muito, em termos nacionais, aumentou muito, particularmente na região do Alentejo. Mas mais importante que o crescimento da área será porventura a grande alteração que se verifica em termos de sistema de produção, dando lugar à implantação de olivais intensivos e superintensivos regados, altamente produtivos, sendo que quase 80% da produção nacional se

registra na referida região do país. E aqui a inovação teve um papel fundamental, não só ao nível do olival, mas igualmente ao nível da transformação. Hoje em dia, a região do Alentejo é uma das mais modernas e inovadoras ao nível da produção de azeite do mundo, onde se incorporam e se testam todos os dias novas soluções tecnológicas para que a produção e a transformação deste produto seja cada vez mais eficiente, sustentável e rentável. É importante referir que Portugal passou de um país altamente deficitário para autossuficiente (em termos de consumo interno), tendo as exportações quadruplicado na última década.

No entanto, em termos de consumo, infelizmente diria que Portugal não tem tido um desempenho que acompanhe o desenvolvimento do setor produtivo. O consumo atual de azeite em Portugal situa-se abaixo de 7 kg/per

capita e tem decrescido ligeiramente nos últimos anos. Este consumo está abaixo do de outros países produtores, como Espanha, Itália ou Grécia. Ainda assim, temos assistido também a uma deslocalização do consumo para categorias de maior qualidade e valor acrescentado, ou seja, consume-se hoje uma maior percentagem de azeite virgem extra, o que é positivo.

### **OS DESAFIOS QUE SE VERIFICAM NA PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DO AZEITE PORTUGUÊS**

Apesar de o olival, mesmo nos sistemas mais intensivos, ser uma das culturas mais eficientes, melhor adaptada ao nosso clima e com menor impacto, penso que um dos maiores desafios do setor em Portugal será o de continuar a desenvolver a produção nacional, de forma sustentável e ambientalmente respon-

sável. O olival tradicional representa outro desafio, teremos que ser capazes de encontrar soluções para que as áreas de olival tradicional mais frágeis não sejam abandonadas. Por outro lado, a questão das alterações climáticas também não pode deixar de nos preocupar, uma vez que se assistirá no futuro e cada vez com maior frequência a fenómenos extremos, com um impacto muito grande na produtividade do olival e com o conseqüente reflexo na instabilidade dos preços de mercado do azeite.

Em termos da comercialização, o maior desafio é a conquista de novos consumidores, o desenvolvimento de novos mercados. Não nos podemos esquecer que o azeite representa ainda apenas cerca de 4% do consumo mundial de gorduras líquidas, e isso é uma enorme oportunidade para esta tão saudável gordura.





### **O AZEITE PORTUGUÊS COMO OBJETO DE CONSUMO NOS MERCADOS INTERNACIONAIS**

O trabalho de desenvolvimento de novos mercados, para ser mais eficaz, deveria ser coordenado e desenvolvido a vários níveis: um primeiro nível, e muito importante, tem que ser desempenhado por organismos como o COI (Conselho Oleícola Internacional) ou com a própria União Europeia, e tem a ver com a regulamentação do produto, que muitas vezes é inexistente nesses mercados. Um segundo nível tem a ver com a promoção institucional, com a divulgação dos seus benefícios para a saúde, com o desenvolvi-

mento de programas genéricos junto de líderes de opinião, da comunidade médica e dos importadores e distribuidores (trade), que já pode e deve ser desenvolvida pelos diferentes países produtores, de forma coordenada através das suas associações ou interprofissionais, idealmente em conjunto com a empresas privadas. Portugal ainda tem um longo trabalho à sua frente para desenvolver esse trabalho promocional de suporte às marcas portuguesas de forma mais eficaz e coordenada, como já faz hoje Espanha, por exemplo, através de uma forte e muito profissional associação interprofissional. E não podemos esquecer também o papel fundamental de ter

uma Marca-País reconhecida, mas esse é um trabalho que não é apenas de um setor, deveria ser uma espécie de desígnio nacional.

### **PRESERVAR E MELHORAR O PATRIMÓNIO GENÉTICO**

Pensamos que a preservação das variedades nacionais, e principalmente o seu melhoramento, é absolutamente vital para o setor. Não temos nada contra a produção em olivais intensivos e superintensivos – antes pelo contrário, têm-nos permitido crescer a um ritmo que seria impossível de outra forma e esse tipo de olival é responsável pela afirmação de Portugal como um *player*

cada vez mais importante a nível mundial – mas também não nos podemos esquecer que mais de 80% da área de olival em Portugal continua a ser tradicional, e que em algumas zonas não é possível converter esse olival para sistemas mais modernos. Da mesma forma que não nos deveríamos esquecer do papel fundamental que esta cultura tem em certas regiões do interior, tanto ao nível económico como até social ou paisagístico. Por todas essas razões, mas também por uma questão de diferenciação e tipicidade dos azeites portugueses, é muito importante que não se perca e que se melhore o nosso património genético único. O valor do olival tradicional vai muito para além da sua componente económica... Mas se não for economicamente viável, se não houver uma valorização dos azeites das nossas variedades tradicionais, se não houver estratégias ligadas ao território e à multifuncionalidade do olival tradicional, receamos que grande parte destas áreas venha a ser abandonada, representando um enorme prejuízo para este setor.

### **O QUE É AINDA NECESSÁRIO FAZER PARA QUE O SETOR OLEÍCOLA CONTINUE A CRESCER DE FORMA SUSTENTADA E EQUILIBRADA?**

A produção nacional ainda não atingiu o patamar de produção correspondente ao potencial produtivo já instalado em Portugal, e ainda se continua a plantar muito olival. Pensamos que a produção nacional tenderá para um valor médio acima da produção recorde da última campanha, diria que talvez 150 mil a 180 mil, em média, nos próximos anos. É um enorme salto, em relação às cerca de 30 mil toneladas que Portugal produzia em média no início do século XXI. Mas para além do aumento da quantidade, a qualidade do azeite produzido também aumentou extraordinariamente. Esse aumento da qualidade deve-se a vários fatores, mas essencialmente a um maior cuidado com a sanidade dos frutos e com a altura da colheita. E também ao facto de ter havido um grande investimento ao nível dos lagares, que são hoje dos maiores, mais modernos e mais bem equipados do mundo.

Não tenho dúvidas que Portugal se continuará a afirmar como um produtor de azeite de excelência! Temos hoje em dia uma capacidade produtiva crescente, de excelente qualidade média, com um reconhecimento internacional cada vez maior. Para além da quantidade, temos também uma enorme diversidade de azeites, variedades autóctones muito interessantes que podem ser trabalhadas para mercados mais de nicho, com maior valorização. Um dos nossos grandes desafios é a organização da fileira e o suporte à Associação Interprofissional da Fileira Olivícola (AIFO) que está neste momento a renascer e que tem um papel importantíssimo a desenvolver no futuro, como estrutura profissional de promoção de uma marca-chapéu do Azeite Português. É um desafio enorme, mas acredito que vamos conseguir bons resultados.

#### **A SABER**

- A qualidade do azeite deve ser sempre a mais elevada possível, dentro das 3 categorias que podem ser comercializadas: azeite virgem extra, azeite virgem e azeite (contém azeite refinado e azeite virgem);
- Dentro de cada categoria, e principalmente dentro dos azeites virgens (que são puro sumo de azeitona) as características do azeite são muitas vezes ajustadas em função das preferências dos consumidores;
- Atualmente já se encontra uma oferta de azeites virgem extra com características mais suaves, maduros, ou então mais verdes e intensos, o que permite uma escolha em função da aplicação;
- É muito importante que o consumidor perceba que não existe um “azeite”, mas sim uma enorme variedade de azeites com diferentes características organolépticas e com diferentes tipos de utilização culinária.

*«Portugal tem atualmente 4-5 regiões com azeites complexos, mas bem distintos, oferecendo aos consumidores soluções organoléticas diferenciadoras e que os mercados e os vários concursos internacionais têm vindo crescentemente a premiar e a valorizar»*

por José Maria Falcão, Presidente da Direção da Associação Interprofissional da Fileira Olivícola (AIFO)

**A ASSOCIAÇÃO  
INTERPROFISSIONAL DA FILEIRA  
OLIVÍCOLA - OBJETIVOS  
E INTERVENÇÃO NO SETOR**

A AIFO nasceu em 2005 com o objetivo fundamental de dinamizar e aglutinar os interesses da fileira com vista a divulgar, promover e defender o olival, o azeite e todos os intervenientes na cadeia de valor.

Desde então o setor olivícola e oleícola nacional têm sofrido impactos sucessivos muito importantes e determinantes para estarmos atualmente no ponto que o conhecemos. Muitos destes impactos vieram do

exterior, dos mercados, das políticas de preços e do mecanismo de formação de preço mundial, mas igualmente por ser um produto mediterrânico, cada vez mais vincado face às aleatoriedades climáticas, fundamentalmente inserido em zonas de sequeiro, com variações interanuais de produção enorme, com cíclicas épocas de excesso de produção seguidas de períodos em que os stocks de final de campanha quase não chegam para unir campanhas.

Assistimos nestes últimos anos a uma profissionalização e a uma adaptação muito importante no setor transformador, com uma redução de mais

de 65% das unidades em laboração. O setor produtivo criou igualmente níveis de profissionalismo enormes, com ciclos de investimento consecutivos que permitiram atingirmos nesta campanha de 2017-2018 e de forma sustentada a maior produção nacional, depois de há alguns anos termos alcançado a autossuficiência. Mas não nos podemos esquecer que embora o azeite seja um produto de alta qualidade com propriedades ao nível da saúde, quase ímpares, faz parte do pacote das gorduras alimentares e que no semáforo nutricional europeu aparece a vermelho misturado erradamente com todos os tipos de gordura sem qualidade.



Aumentar produções nacionais em contexto internacional em que o consumo e a produção estão num equilíbrio instável exige um trabalho de toda a fileira na defesa e na promoção do produto e na persistente promoção do azeite nos mercados de países não produtores, tradicionalmente mercados com maior poder de compra, mas também maior apreensão do conhecimento e exigências. É importante frisar que 80% do consumo europeu se faz nos países produtores da franja mediterrânica onde o poder de compra das donas de casa é substancialmente inferior. Um equilíbrio instável de preços com as outras gorduras alimentares rapidamente origina transferências de consumo para os óleos alimentares, mais baratos, mas também com propriedades reconhecidamente inferiores.

Ajudar a gerir stocks conjunturais com uma visão interanual, de modo a que haja uma correta formação de preço em toda a cadeia e uma estabilidade evolutiva do consumo é algo que preocupa a AIFO e será uma das vertentes futuras do seu trabalho.

### A AJAP NA ESTRUTURA DA AIFO

Numa estrutura composta por 5 organizações representativas da fileira e de modo a que possa haver uma convergência assumida de responsabilidades e de objetivos decidimos criar um órgão não estatutário de apoio à Direção que permitisse que todos estivessem presentes no dia-a-dia da AIFO. Assim a AJAP e a CNA estarão umbilicalmente ligadas às decisões.

A renovação do tecido produtivo nacional é algo que temos que fomentar promovendo ações que permitam que a atividade olivícola seja rentável e que permita a quem quer começar o possa fazer sem limitações. A AJAP pelo seu enfoque e base social terá por isso um papel fundamental na angariação responsável e consciente dos verdadeiros jovens futuros olivicultores.

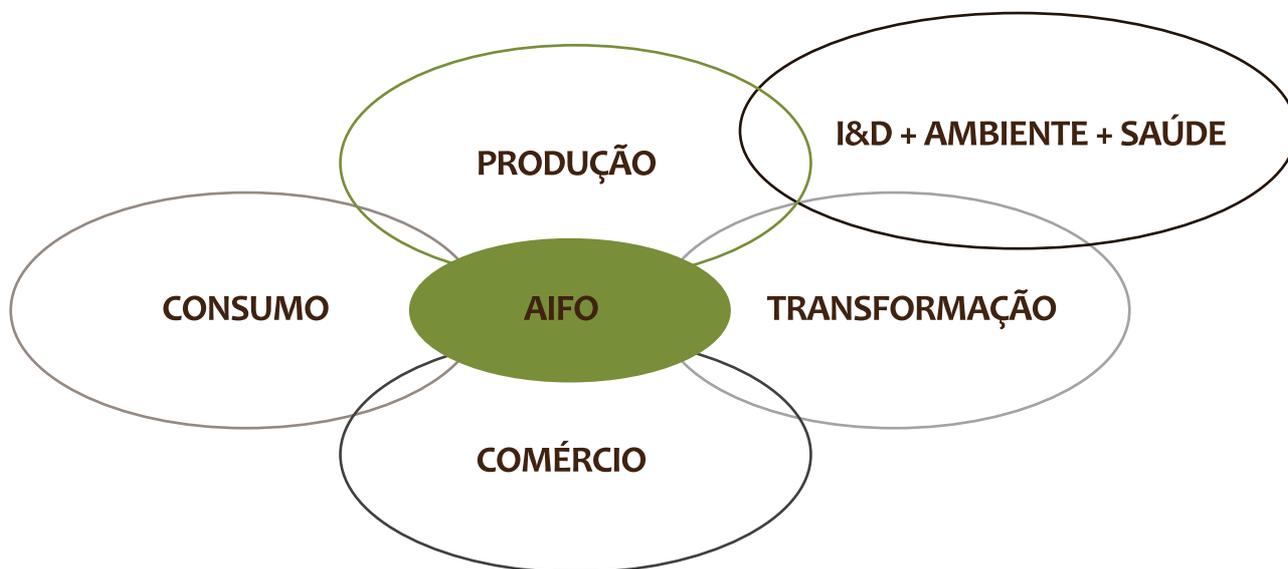
### CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO OLEÍCOLA NACIONAL

Se estivéssemos hoje em setembro de 2017 diria que estávamos numa

bolha olivícola com resultados imprevisíveis. De facto, a nível mundial esperava-se uma campanha produtiva muito baixa, fruto da seca enorme e consecutiva que Espanha atravessava. Temia-se que não houvesse sequer azeite para unir campanhas e os preços tinham entrado numa espiral inflacionista com impactos já evidentes no consumo. Hoje tudo mudou, as perspetivas são muito diferentes, o preço do azeite está numa descida acelerada e vamos ver como saímos da próxima campanha olivícola!

O mercado oleícola nacional, com o maior produtor mundial ao seu lado, tem sempre uma formação de preço indexado a esta conjuntura geográfica. Em boa verdade não temos um verdadeiro mercado nacional, mas seguramente temos um mercado ibérico.

No entanto as nossas especificidades quer climáticas, quer varietais, quer de estratégia produtiva permitem-nos ter diferenciações positivas nos preços que passam quer pela alta qualidade do azeite obtido, pelas



antecipadas épocas de colheita, pela produção de azeites de variedades com características diferenciadoras e procuradas pelo consumidor nacional e porque não por um *terroir* diferente e valorizável.

Portugal tem atualmente 4-5 regiões com azeites complexos, mas bem distintos oferecendo aos consumidores soluções organolépticas diferenciadoras e que os mercados e os vários concursos internacionais têm vindo crescentemente a premiar e a valorizar.

No que respeita à qualidade do azeite, existem diversas qualidades no mercado e as suas variantes organolépticas são mais do que suficientes para abarcar as exigências da panóplia de consumidores. Compete aos azeiteiros adaptar, função das variedades da azeitona que entra no lagar e do seu estado de maturação, o produto final ao gosto do seu consumidor alvo. Felizmente o olival português tem um conjunto alargado de variedades que isoladamente ou em *blending* (combinado; mistura), permite obter azeites com características diferenciadoras de outras origens e que podem ter uma valorização diferenciada.

### **PORTUGAL - UM PRODUTOR OLEÍCOLA DE EXCELÊNCIA. UMA TENDÊNCIA COM FUTURO?**

Comparativamente com Espanha a produção nacional obtém sistematicamente e anualmente azeites de melhor qualidade, produzidos até com variedades mais suscetíveis e mais difíceis.

Ao nível dos grandes concursos internacionais nos últimos anos temos angariado prémios de enorme valor o que mostra que, quando queremos, somos quase invencíveis.

Mesmo num ano em que o record produtivo histórico nacional foi alcançado, a qualidade manteve-se muito alta o que assegurou uma procura sistemática dos nossos azeites pelos grandes *players* internacionais.

A antecipação da colheita, a crescente expressão dos olivais super-intensivo e o seu peculiar sistema de mecanização levam a que com sustentabilidade continuemos a ter muito cedo azeites de alta qualidade que chegam ao mercado, agrupando características organolépticas muito evidentes.

Mas não podemos deixar-nos embriagar com este sucesso pois os anos que se seguem, fruto da climatologia recente que ocorreu na península ibérica, que permitirá em breve uma produção mundial muito alta, e em que o preço se aproximará do limiar de rentabilidade, as práticas culturais e a colheita no tempo oportuno (que nem sempre coincide com o pico da máxima produção de gordura) são vitais para que a qualidade dos azeites e a sua valorização se mantenham. No entanto, não podemos descurar a promoção pois aumentos de produtividade e picos elevados de produção mundial exigem uma procura constante de novos consumidores, pois serão esses a chave da sustentabilidade futura do setor.

### **ACESSO AOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO POR PARTE DOS PEQUENOS PRODUTORES - COMO CONTORNAR OS CONSTRANGIMENTOS EXISTENTES?**

Felizmente ainda temos 2 *players* que falam português e que sentem o olival nacional como algo que é nosso e que tem que ser protegido. Além de que põem o nosso azeite em mercados internacionais e em

especial no mercado da “saúde”. Em minha opinião os pequenos produtores, com produtos de qualidade diferenciadora, têm que olhar para outro caminho que passa em primeiro lugar por se unirem e depois criarem os seus próprios canais de comercialização, juntando o seu esforço comercial ao de outros produtores e a um vasto conjunto de pequenos produtos tradicionais mediterrânicos, como o queijo, enchidos, mel, caça, azeitona de mesa.

O pequeno produtor que decide assumir mais uma etapa muito importante na aproximação ao consumidor final tem que trabalhar para os nichos de mercado, que lhe permitirão obter mais-valias importantes e o reconhecimento do consumidor.

Esse papel embora possível e por vezes já feito, não está na génese e na filosofia de negócio dos grandes embaladores e das grandes superfícies, pois eles próprios têm dificuldade em criar valorizações para produtos muito especiais e locais.

### **PROJETOS DE INVESTIGAÇÃO E DE DESENVOLVIMENTO: UMA NECESSIDADE PREMENTE**

Infelizmente a investigação nacional no olival é escassa e muitas vezes pouco dirigida. Mesmo com os grupos operacionais criados abriu-se um leque enorme de iniciativas, muitas com sobreposições parciais evidentes, e não se deu às variedades nacionais e aos seus sistemas agronómicos a preponderância que deveria ter sido dada.

Sabendo que os recursos são escassos, deveria ter-se definido de princípio balizas e objetivos antes de distribuir dinheiro. Com o maior produtor mundial ao nosso lado, e com a maior área de olival numa

franja climática muito similar, com várias estações de investigação especializadas no olival e no azeite, aquilo que não deveríamos ter premiado internamente era estudar pragas, doenças e sistemas agronómicos que são típicas das suas variedades, mas sim a problemática das variedades nacionais! Em concreto e salvo melhor opinião, de que serve iniciar estudos sobre o “olho de pavão”, doença com forte presença em Espanha e não estudar a nossa “gafa” típica da principal variedade nacional - a galega?

Sem desprestígio para os nossos investigadores, mas com muita clareza quando chegarmos próximo da solução, já em Espanha ela foi seguramente encontrada! E se nos atrasarmos muito até a gafa será primeiro solucionada, pois já se encontra a afetar algumas variedades com grande dispersão em Espanha como a *Hojiblanca* e a *Picual*.

Obter uma nova variedade de uma cultura permanente que vai ficar connosco 30-50 anos demora no mínimo 15-20 anos até termos dados com alguma sustentabilidade, pelo que temos que ser muito objetivos naquilo que queremos. Se o dinheiro não fosse um fator limitante ou se as variedades nacionais estivessem perfeitamente estudadas (nas suas diversas vertentes) então seguramente que era a hora de encontrar novas variedades que melhor se adaptem ao conhecimento atual, aos custos da cultura, ao aquecimento global, que produzam mais azeite ou azeitona de mesa em condições mais agrestes.

Mas infelizmente o ponto de partida que temos é que qualquer das nossas variedades nacionais, e em especial as galegas (porque há muitas e não são sinónimas!) nem sequer a obtenção de uma multiplicação eficiente e a escolha de 1 clone produtivo, precoce e com rendimento em gordura

alto conseguimos ter! Se não começarmos a juntar-nos com outras estações de investigação na pesquisa e obtenção de novas variedades adaptadas ao que seremos climaticamente dentro de 50 anos, então seguramente estaremos mais perto do desastre e do deserto.

*Nunca nos podemos esquecer que Portugal tem cerca de 300.000 ha de olivais tradicionais e intensivos, com variedades nacionais, que além de produzirem azeite e azeitona de mesa, têm um papel social, ambiental e sustentador de populações e dinâmicas rurais muito importantes e que muitas vezes é esquecido na hora de tomar medidas de política.*



# PRESERVAR O PATRIMÓNIO OLEÍCOLA



**Madalena Barros,**  
Presidente da Cooperativa  
de Olivicultores de Nelas

## A SABER

- Antes de ser colocado no mercado, o azeite é submetido a uma avaliação química (feita por um laboratório credenciado), assegurando: a sua pureza; que a componente lipídica não esteja deteriorada; que na sua composição estejam presentes um conjunto de nutrientes, entre os quais os antioxidantes;
- Luz e oxigénio são os grandes inimigos da qualidade do azeite;
- Más práticas de armazenamento e conservação (incluindo por parte do consumidor) fazem do período, após o embalamento, o mais crítico na qualidade do azeite consumido;
- Ter atenção ao prazo de validade (por norma situa-se entre os 18 e os 24 meses, mas depende do tipo de azeitona, do tipo de embalagem e do produtor)

## DOSSIER CENTRAL PORTUGAL NA ROTA DO MELHOR AZEITE: O PRIVILÉGIO DE UMA HERANÇA

Nem só o vinho dá história à região do Dão. Os olivais que se estendem um pouco por toda essa zona dão origem ao tão inesquecível e saboroso azeite.

Constituída em 1952, a Cooperativa de Olivicultores de Nelas, levou aos agricultores do concelho e áreas limítrofes a possibilidade de uso e partilha dos equipamentos industriais de extração de azeite, dotando de autonomia os proprietários de micro e pequenas explorações, uma vez que os lagares pertenciam na sua maioria às médias ou grandes propriedades rurais.

Várias décadas após a sua fundação, a Cooperativa continua a prestar o serviço de extração a partir de um sistema de centrifugação (instalado em 1998), para quem é sócio. Mas a missão estende-se ao constante apoio aos agricultores, promovendo boas práticas agrícolas no olival e nos processos, e incutindo a valorização e preservação da variedade endógena, a azeitona de oliveira galega.

Madalena Barros, Presidente da Cooperativa de Olivicultores de Nelas, dá-nos a conhecer um pouco do setor da região, recordando as repercussões que os incêndios tiveram no património oleícola.

### **Quais são os maiores desafios na produção de azeite na região do Dão?**

Na região do Dão, a produção de azeite a partir de azeitonas regionais é maioritariamente para o autoconsumo das famílias rurais, sendo a atividade considerada pelos agricultores como marginal. A ausência de valorização mercantil do azeite não gera problemas, não precisa de soluções, não tem desafios à escala regional. Quando e se eventualmente, os agricultores começarem a interessar-se em gerar rendimento com esta atividade, em número significativo, surgirão as dúvidas, a necessidade de respostas, o contrariar de entraves, e toda a génese dos desafios de uma região, iniciar-se-á.

### **Que modelo de olival predomina essencialmente na região?**

A oliveira está muito presente na nossa paisagem. As mais antigas, de variedades autóctones, encontram-se muito dispersas ou associadas a outras culturas, ou em bordadura. Os olivais que foram plantados a partir dos anos 90, quer de variedades exógenas quer de variedades endógenas já têm uma orientação clara de ordenação e de compasso.

### **O azeite virgem extra monovarietal de azeitona galega é uma das vossas ímpares produções...**

Este azeite é a expressão de um produto singular, pois a variedade galega é hegemónica no nosso património oleícola. As características organolépticas do azeite dependem da combinação de muitas variáveis: o cultivar, a sua adaptação às condições edafoclimáticas (o Dão e os seus microclimas), o grau de maturação da azeitona, o tipo de tecnologia adotado na extração e as técnicas adotadas na exploração do olival.

Quando o ano “corre bem”, sem pragas, doenças, entulhamento ou avarias, os azeites são de elevada qualidade. Desde os verdes frutados das primeiras extrações até aos frutados maduros das penúltimas extrações. Desde os amarelo-esverdeados aos dourados. Desde os amargos intensos aos doces. Algumas vezes com notas de maçã, banana, rama de tomate e erva. Muitas vezes com notas de frutos secos, amêndoa em particular. E com uma composição química evidenciadora da sua qualidade.

Mas, os custos de produção de azeitona são muito altos, comparativamente às outras regiões com maior apetência à olivicultura. E muito superiores se tivermos em consideração os novos olivais intensivos e superintensivos. Trata-se de um produto caro, mas a sua qualidade intrínseca tem procura significativa. De nicho, sim.

A venda de azeite de boa qualidade tem de ser uma experiência sensorial entre o produtor e o consumidor.

**Considera importante preservar as variedades nacionais, em detrimento de outras variedades (não nacionais) que possam ser mais rentáveis?**

Sim, absolutamente. A variedade é importante na “construção” da qualidade do azeite. Se autóctone, será um dos fatores diferenciadores da qualidade do nosso azeite nacional.

**Localmente, o número de Jovens Agricultores ligados ao setor olivícola é significativo?**

Os jovens agricultores têm apostado na diversificação de culturas. Localmente, a dos frutos vermelhos tem sido a sua opção preferencial, mas há sempre a preocupação de plantar um pequeno olival, de galega, princi-

palmente. No entanto, não representam ainda, um peso significativo.

**A última campanha nacional atingiu valores record. No que respeita à produção como foi o desempenho na região de Nelas?**

Dois fatores influenciaram a produção de azeitona na campanha anterior na nossa região. O primeiro, foi a seca prolongada, uma vez que a grande maioria dos olivais e oliveiras dispersas é de sequeiro. E o segundo, foi a destruição do nosso património oleícola pelos incêndios ocorridos no ano anterior, com perda de produção no curto, médio e longo prazo. Foi, portanto, uma má campanha, com repercussão nas campanhas seguintes.

**Tendo uma boa parte dos olivais sido afetada pelos incêndios, que medidas foram disponibilizadas aos olivicultores lesados?**

O governo pagou 16€ por cada oliveira ardida, independentemente da variedade, da idade, e da sua importância patrimonial. O incêndio destruiu exemplares fantásticos de oliveiras antigas que nunca se vão recuperar. E as que se conseguirem recuperar demorarão anos a entrar na sua idade madura, reprodutiva.

Num país utópico, com uma profunda sensibilidade agrícola, os serviços técnicos do Ministério da Agricultura deveriam conceber e implementar nas regiões afetadas um plano de recuperação desta herança ancestral.

**Portugal tem vindo a afirmar-se cada vez mais como um produtor de excelência de azeite. Na sua perspetiva o que é necessário fazer para que o setor oleícola continue a crescer de forma equilibrada e sustentada?**

Por detrás deste notório crescimento, está a gradual e implacável exigência do consumidor.

Esta impõe o ritmo no processo de melhoria de qualidade, que alguns produtores de azeite a operar em terras lusas, nacionais ou não, adotam. Apoiam-se na multidisciplinariedade científica, específica do azeite, que tem ocupado cada vez mais, estudiosos e investigadores, nacionais e estrangeiros imbuídos de uma atitude pragmática. É uma ligação explosiva na batalha da qualidade

Contudo, é necessário entender que o consumidor é que está retraído. Na hora da compra, viram as costas a um alimento e optam por um tempero, normalmente o óleo.

O consumidor precisa apenas de compreender que o azeite tem de ser caro (os custos de produção são altos), mas que avaliando bem, o produto não fica caro.

Veja-se o seguinte raciocínio, simples:

- 1 - 30% das nossas necessidades calóricas devem ser fornecidas por lípidos.
- 2 - Numa dieta de 1800Kcal, corresponderá a 540Kcal.
- 3 - A fonte nutricional de gordura é diversa, mas admita-se que 50% será azeite, logo 270Kcal
- 4 - Ora isto é apenas 27 g de azeite/dia
- 5 - Se o azeite custar 10€ (caro), a despesa diária por pessoa é de apenas 0,27€ (barata)

Esta sequência permite um entendimento elucidativo para o consumidor, demonstrando que o azeite pode estar ao alcance de qualquer bolsa.



## AS OPORTUNIDADES DO SETOR OLEÍCOLA,

por Manuel Castro e Brito, Vice-Presidente da Direção da ACOS, Diretor da Olivum e Presidente da Mesa da Assembleia Geral da AJAP

**Manuel Castro e Brito é descendente de famílias de agricultores. O pai de Manuel, visionário e com uma enorme paixão pela sua região, criou e fundou juntamente com colegas e amigos a ACOS (Associação de Agricultores do Sul), que com muito esforço, paixão e resiliência se tornou nos dias de hoje, numa das Associações agrícolas mais sólidas de Portugal, com cerca de quase uma centena de funcionários diretos, e mais de duas centenas indiretos, laboratório de Saúde Animal e laboratório de Azeite e Azeitona.**

**Estando bastante ligado a núcleos associativos, Manuel é atualmente Vice-Presidente da Direção da ACOS, Diretor da Olivum e Presidente da Mesa da Assembleia Geral da AJAP.**

**Engenheiro Agrónomo, com uma Pós-Graduação em Análise Sensorial de Azeites e diversos cursos ligados ao setor oleícola, afirma que o Professor José Gouveia (Instituto Superior de Agronomia), foi o seu grande mentor no setor do Azeite, passando-lhe a enorme paixão que tem ao nobre alimento.**

**Enquanto Jovem Agricultor e empreendedor, remete a sua perspetiva do setor oleícola para os desafios atuais e futuros desta cultura com história.**

**Enquanto Jovem Agricultor, que oportunidades e pontos fracos reconhece na cultura do olival?**

Oportunidades e vantagens:

- Cultura muito bem-adaptada à região (Beja), prova disso é as oliveiras milenares que produzem nos dias de hoje sem “ajuda” alguma;
- Pode-se dizer que a tecnologia

mais avançada do mundo, na olivicultura e na produção de azeite está aplicada nestes investimentos no setor, na última década, originando grande facilidade em produzir azeite virgem extra. A aplicação de tecnologia agrónómica, seja na rega, no controlo de infestantes, no controlo fitossanitário, e no desenho das plantações, permite às empresas e aos agricultores um período muito curto entre a colheita e a moenda das azeitonas, obtendo-se azeites de alta qualidade em grande escala.

Pontos fracos:

- O facto de o mercado ser dominado essencialmente por Espanha e por vezes ser muito especulativo. Sou da opinião que a médio prazo devam ser criados mecanismos para defender os nossos azeites, pois estes têm uma qualidade média muito elevada a nível mundial e deveriam ser pagos acima do preço da bolsa por onde se regulam os preços do negócio, essencialmente o *poolred* (ainda que em maioria dos negócios sejam feitos um pouco acima, mas a mais-valia devia ser muito maior).

**O acesso ao financiamento continua a ser uma barreira à renovação de gerações. Na sua perspetiva, enquanto Jovem Agricultor, que tipo de constrangimentos se detetam ao submeter um projeto?**

Tudo depende do tipo de investimento que o Jovem Agricultor quer fazer, a fileira oleícola bem como a dos frutos secos, na minha região transmite à banca um otimismo elevado, visto haver resultados reais desta tipologia de investimento desde 2002/2003, em que a grande

maioria dos projetos tiveram sucesso, e as empresas e agricultores estão sólidos.

Um dos grandes constrangimentos do nosso último projeto não foi bem o acesso ao financiamento, mas sim o pagamento por parte do PDR2020 de um pedido de pagamento submetido no final de dezembro de 2017, que já foi vistoriado no campo, e a finalização da sua análise e pagamento ainda não foi efetuado, o que para nós está a ser bastante complicado financeiramente, pois tivemos de recorrer à banca.

**Dentro das variedades de oliveiras que elegeu para cultivo, que particularidades conferem os tipos de azeitona ao azeite daí produzido?**

Plantámos maioritariamente *Arbequina*, *Picual* e *Cobrançosa* que confere um elevadíssimo grau de complexidade aos nossos azeites e também incrementa bastante a estabilidade físico-química e sensorial, pois os teores de ácido oleico na constituição destes azeites são bastante elevados, bem como os teores de polifenóis, que são compostos minoritários e responsáveis pelos aromas e intensidades dos frutados, pela intensidade das sensações de amargo e de picante. Fatores que conferem estabilidade e valorização do produto.

Por outro lado, a *Cobrançosa* (variedade Nacional) também tem outra vantagem, que é a de ter dupla aptidão, ou seja, também pode ser vendida para conserva.

**As condições meteorológicas do último ano provocaram alterações evidentes na azeitona? Por exemplo ao nível do teor de gordura?**

Em relação aos teores de gordura tiveram uma subida quase “astronómica”, mas também os custos de produção subiram muito na sequência de ter sido um ano extremamente seco, em que os custos com a rega subiram também muito significativamente.

**Sendo considerada uma atividade económica que pode contribuir para o desenvolvimento local e para a preservação do ecossistema, acha que a implementação da atividade por parte de jovens agricultores, poderia ser uma aposta no combate à desertificação na faixa interior do país?**

Sem dúvida, visto ser uma espécie muito bem-adaptada a quase todo o território nacional comparando com outros países produtores, aliada aos baixos consumos em água e nutrientes, visto ser autóctone, torna-se uma cultura que transmite uma elevada segurança para o agricultor/investidor.

Ainda que seja preciso muita resiliência nos primeiros anos, em que os investimentos são elevadíssimos e têm necessidades enormes de liquidez.

**E o azeite da região do Alentejo, o que o torna tão especial e alvo de prémios pelo mundo inteiro?**

A alta tecnologia aplicada ao setor, ao Know-how dos seus agricultores/investidores, aos *blends* que se fazem com as diferentes variedades aqui produzidas, e as diferentes formas de produzir azeitona.

**Considera importante que se continuem a usar e preservar as variedades nacionais de oliveiras?**

Considero que não podem ser esquecidas, mas é pena que no nosso país a olivicultura e outros setores da nossa agricultura tenha ficado esquecida durante muitas décadas e consequentemente o melhoramento genético das nossas variedades também. Como Provador de Azeite considero-as

fenomenais, como agrónomo e investidor constato que na realidade a produção de azeite por Kg de azeitona é do simples para o dobro, e os azeites da variedade predominante no Alentejo - *Arbequina* são de ótima qualidade e muito bem aceites nos novos mercados de novos consumidores, sensorialmente planos, com frutados muito suaves e agradáveis que vão das notas de maçã verde a notas de amêndoa, conforme o estado de maturação da azeitona.

**Na última campanha, registaram-se novos olivais a entrar em produção na região do Alentejo?**

Houve sim, bastantes se compararmos com as campanhas passadas, e vai haver seguramente um rápido e alto incremento da produção anual nas próximas décadas.

**Que papel tem a Olivum no seio oleícola do Alentejo?**

A Olivum – Associação de Olivicultores do Sul é essencialmente uma associação de produtores de azeitona e não de produtores de Azeite, ainda que em alguns casos, empresas sócias da Olivum produzam azeite também. Tem cerca de 200 empresas associadas e representa na região do Alentejo mais de 30.000 ha de olivais, sendo de referir que nesta campanha de 2017/2018, os olivicultores associados, foram responsáveis pela produção de mais de 400 milhões de kg de azeitona, um crescimento acima dos 10%, em relação ao ano anterior.

Esta Associação ocupa-se da defesa dos interesses dos produtores de azeitona do Sul, e oferece aos seus associados uma série de vantagens, nomeadamente na compra de energia, combustíveis, seguros, assistência técnica, alarmes, bem como determinados fatores de produção, através de protocolos assinados com os fornecedores que ofereçam maior vantagem aos seus associados. A resolução de questões técnicas, jurídicas e políticas também é um dos campos de ação da Olivum.

**Parte do azeite dos associados da Olivum sai para o mercado internacional?**

Sim, maioritariamente para Espanha e Itália, havendo negócios mais pequenos com os restantes países dos diferentes continentes. Uma parte de associados nossos também vende azeitona para cooperativas e agrupamentos de produtores.

**O que é ainda necessário implementar no setor oleícola, para que continue a evoluir de forma equilibrada?**

Penso que nos faz falta uma interprofissional forte que fosse um grande promotor do Azeite de Portugal como um todo, pois de região para região os azeites são diferentes, ainda que na sua maioria sejam azeites de elevadíssima qualidade.

**ANO DE INSTALAÇÃO DO OLIVAL:**

2008/2011/2014/2017

**SAU:** aprox. 165ha

**LOCAL:** Herdade do Outeiro

da Cardeira e Herdade

das Nogueiras e Chaminé

**PRODUÇÃO NA ÚLTIMA CAMPANHA:**

1000000kg de azeitona e 150 ton. azeite

**MÃO DE OBRA PERMANENTE:**

4 pessoas e contratação de serviços externos

**REGIME DA PRODUÇÃO:** 5 ha

tradicional de sequeiro; 40 ha

de intensivo 7x5m; 60 ha de intensivo

6x4,5 e 60ha de olival em sebe

de 3,75x1,35m. O de 7x5 foi uma

plantação de *Cobrançosa*, *Pical*

e *Arbequina*. As de 6x4,5 são

da variedade *Arbequina* que não

necessitam de tanta área para a copa

e otimiza o rendimento

nos primeiros 5 anos em cerca de

35% a mais do que o 7x5, e a última

plantação foi em sebe

(super-intensiva) com compasso

de 3,75x1,35, pois estão a começar

os problemas de falta de mão

de obra no pico da colheita.



## CONSELHO OLEÍCOLA INTERNACIONAL

O Ministro da Agricultura do Japão, Ken Saito, à esquerda, a receber uma oliveira em miniatura e uma garrafa de um azeite vencedor do Prémio Mário Solinas, oferecidas pelo Diretor Executivo do COI, Abdellatif Ghedira, à direita

Criado em Madrid, Espanha, em 1959, sob os auspícios das Nações Unidas, entre os governos de vários países e tendo como membros fundadores, Portugal, Bélgica, França, Grécia, Itália, Espanha e Reino Unido, o Conselho Oleícola Internacional é o único organismo científico no mundo que se dedica ao azeite e às azeitonas de mesa.

Composto por 16 membros produtores, entre os quais a União Europeia, o COI trabalha para o desenvolvimento integrado e sustentável do olival mundial, e constitui um fórum global onde são debatidas as políticas a adotar, mediante os desafios que o setor enfrenta.

Os pedidos de adesão à Organização devem ser submetidos ao Conselho de Membros pelo Governo dos países que desejam fazer parte do Acordo Internacional sobre Azeite e Azeitonas de Mesa, seja através de seu Ministério de Relações Exteriores ou qualquer outro ministério competente, ou a partir da sua representação diplomática em Espanha, sendo que empresas privadas ou indivíduos a título particular não podem ser membros do COI.

É nesta sequência do processo de adesão e da importância que o Conselho Oleícola Internacional representa para o setor oleícola, que publicamos um artigo (cedido e da autoria do COI) que revela a missão e o processo de admissão do Japão. Este país, que é o terceiro maior importador de azeite, é também produtor, e objetiva aumentar e garantir a qualidade do azeite consumido, mediante os parâmetros do Conselho.

### Objetivos do COI:

- Incentivar a expansão do comércio internacional de azeite e de azeitona de mesa e promover o seu consumo, através de campanhas inovadoras;
- Desenvolver a cooperação técnica internacional através de projetos, atividades de pesquisa e transferência de tecnologia;
- Estabelecer normas comerciais aos produtos de olival e melhorar a sua qualidade;
- Divulgar informação sobre o setor;
- Minimizar o impacto ambiental do olival e da indústria da oliveira;
- Efetuar reuniões periódicas entre os representantes institucionais e os especialistas para reportar as problemáticas do setor e determinar as ações prioritárias do COI

### O Japão e o COI

Reuniu recentemente em Tóquio, um grupo de trabalho, composto por membros do Parlamento japonês e representantes da Associação Japonesa de Processadores de Oleaginosas (JOPA), com o intuito de apoiar o governo, e em particular o Ministro da Agricultura, Ken Saito, a promover a candidatura do Japão para se tornar um membro do Conselho Oleícola Internacional (COI).

Este é o primeiro resultado concreto de uma missão realizada, no final da campanha de promoção do COI no Japão, pelo Diretor Executivo do Conselho Oleícola Internacional, Abdellatif Ghedira, acompanhado pelo Chefe da Unidade de Economia e Promoção, Ender Gündüz, e pelo Chefe do Departamento de Relações Externas, Mounir Fourati. No decorrer da missão, foram realizadas diversas reuniões com o objetivo de discutir a possível adesão do Japão ao COI. Primeiro com os Embaixadores da

Turquia e da Tunísia e com o Conselheiro da Secção Comercial e Económica da Delegação da União Europeia no Japão, Mervi Khalos, seguidamente com o Presidente da Comissão de Orçamento da Câmara dos Representantes, Takeo Kawamura e com representantes do JOPA (o Presidente Fuminao Hachiuma e o Diretor Geral Akira Saito).

O Japão, que produz azeite virgem extra na sua região de Kagawa, não consegue atender à demanda interna, importando cerca de 60 000 toneladas de azeite por ano, principalmente de Espanha, de Itália, da Grécia, da Turquia e da Tunísia. É o terceiro maior importador de azeite, fora dos membros do COI, depois dos Estados Unidos e do Brasil. O seu mercado está a crescer rapidamente e um número gradual de consumidores está a render-se às propriedades inerentes do azeite, adicionando-o às suas dietas principalmente por razões de saúde.

O Ministro da Agricultura do Japão, Ken Saito, que recebeu a delegação do COI no final da sua missão, saudou o trabalho do Secretariado Executivo com o Sr. Kawamura para a adesão do Japão ao COI.

Uma boa meta para a decisão da adesão, seria 2020, ano em que o Japão sediará os Jogos Olímpicos. A adesão do Japão ao Conselho Oleícola Internacional, permitiria que o país oferecesse aos visitantes e aos consumidores japoneses a garantia da qualidade no consumo de azeite virgem extra, de acordo com os padrões de qualidade do COI.

(Artigo cedido pelo COI para a Revista Jovens Agricultores #115)



## Promover, desenvolver e divulgar o setor agrícola da região de Trás-os-Montes

Horácio Cordeiro, técnico afeto ao Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Saldonha, reconhece que o trabalho exercido neste espaço influencia positivamente a qualidade de vida dos agricultores e da comunidade local.

Um leque alargado de serviços de apoio técnico agrícola é prestado não só nas instalações em gabinete, como também diretamente no terreno. A realização de projetos agrícolas, (nomeadamente para jovens agricultores), a execução do estudo prévio de avaliação da viabilidade económica e financeira do plano empresarial, e o acompanhamento do projeto até à sua conclusão física e financeira, é um dos principais focos do trabalho que por aqui se exerce. A assistência técnica a agricultores, com medidas agroambientais, na recolha de análises de solos, folhas e águas, na elaboração de cadernos de campo, nas recomendações de fertilização e agroquímicos, no controlo de pragas e doenças, no serviço de aconselhamento agrícola (em várias áreas temáticas), englobam a lista de boas práticas que promovem e divulgam o setor agrícola da região e propiciam culturas de sucesso, como o olival.

### Que vantagens traz este gabinete à comunidade local?

O setor da agricultura, à semelhança de outros setores, enfrenta diariamente o desafio de reforçar a capacidade de resposta às mudanças tecnológicas, científicas e também burocráticas existentes. A resposta a este desafio passa pelo desenvolvimento de uma relação de proximidade entre agricultores e técnicos especializados de modo a acompanharmos juntos as mudanças necessárias. É nesse sentido que o nosso gabinete atua: servindo como elo de comunicação entre os diversos organismos envolvi-

dos, e o agricultor, ajudando-o a receber financiamento para os seus investimentos, a receber as suas ajudas anuais candidatas ao pedido único e atuando como agente facilitador na resolução de diversos problemas que possam surgir. De modo geral, o gabinete influencia positivamente a qualidade de vida dos agricultores e da comunidade local, contribuindo indiretamente para criação de riqueza (através do aumento da produção e comercialização dos diversos produtos agrícolas dos seus associados resultante dos projetos de investimento), diminuição do desemprego (apoando a instalação de jovens agricultores) e diminuição do abandono agrícola (apoando investidores a executar os seus projetos agrícolas através do cultivo da terra), promovendo e divulgando também o sector agrícola da região.

### Quais são os subsectores agrícolas que têm atraído mais investimento no concelho de Macedo de Cavaleiros? O setor do azeite, mantém o lugar de destaque?

O olival e os frutos secos (castanha, amêndoa, noz e agora o pistácio) continuam a ser os subsectores agrícolas que atraem mais investidores no nosso concelho, quer pela sua fiabilidade em termos de produção, quer pela prática de preços de comercialização relativamente constantes e apelativos ao longo dos anos. Para além das condições edafoclimáticas adequadas, o facto de existirem canais de escoamento já estabelecidos e o conhecimento ancestral sobre estas

culturas oferecem maior segurança e estabilidade aos agricultores que continuam a apostar no seu cultivo.

Em todos os períodos de candidaturas ao PDR2020 e anteriormente no PRODER, surgem no gabinete agricultores e futuros agricultores interessados em investir no olival, pelo que todos os anos são plantados novos olivais no concelho e na região.

### Quais são os maiores desafios para os agricultores que têm o olival como cultura predominante e de subsistência?

Em Trás-os-Montes a maior parte dos produtores são pequenos, sendo um verdadeiro desafio rentabilizar a produção pois, os custos da própria produção também são elevados. Para isso pode ajudar aumentar a densidade do olival tradicional, com a plantação e reposição de oliveiras novas, possibilitando um aumento da produção. Da mesma forma que é importante a instalação de regadio, não só para aumentar a quantidade de azeite produzido e melhorar o estado fitossanitário da cultura, mas também para fazer face aos períodos de seca extrema.

No que respeita à comercialização, é cada vez mais necessário valorizar este produto de excelência, encontrando novos caminhos para o seu escoamento, que passam normalmente pela sua exportação. Este é por norma o caminho adotado, dado que uma boa parte do consumidor português ainda não valoriza verda-

deiramente o azeite, nem está devidamente informado para distinguir um bom de um mau produto. Apesar de normalmente o consumidor externo também não o fazer, ainda assim está preparado para pagar mais por este produto.

É necessário tomar o azeite Português reconhecido no estrangeiro, e para isso têm contribuído muitos dos prémios que as marcas portuguesas têm obtido, e o turismo. Seria também importante o aumento das ajudas para as culturas tradicionais como o olival.

**No que respeita a pragas e ameaças fitossanitárias do olival, a *Xylella fastidiosa* tem sido alvo de preocupação na região? Foram implementadas medidas de prevenção?**

Durante muito tempo pensou-se que a bactéria estaria circunscrita ao continente americano, de onde é originária. Contudo, em 2013 a doença foi detetada pela primeira vez na Europa, devastando milhares de oliveiras em Itália. Também em Espanha, França e Alemanha ocorreram surtos arrasadores. Até ao momento, para além destes países, o restante território europeu encontra-se livre da bactéria. Porém, Portugal possui vários fatores que facilitam a entrada da bactéria: a posição geográfica, as condições climáticas (Inverno pouco rigoroso), a presença de plantas hospedeiras da bactéria (oliveira, vinha, citrinos, sobreiros e amendoeiras) e ainda a presença de insetos vetores.

Uma vez que esta bactéria apresenta um largo espectro de hospedeiros e

produz graves danos em culturas agrícolas importantes para a região, como o olival, foi desenvolvido um plano de contingência desta bactéria, pela DGAV, INIAV, DRA, no sentido de reforçar a proteção fitossanitária no nosso país e na região. Não existindo meios de luta direta contra esta bactéria, o combate passa essencialmente por medidas de natureza preventiva: atuando sobre os vetores e o material de multiplicação. O uso de cultivares resistentes e a certificação de material de multiplicação são as medidas adotadas.

**Enquanto técnico da AJAP, e sabendo da importância que existe em relação ao rejuvenescimento do tecido agrícola, na sua opinião que tipo de medidas poderiam atrair mais jovens à agricultura no concelho de Macedo de Cavaleiros?**

Talvez a existência de maior número de propriedades agrícolas disponíveis no banco de terras e também maior facilidade no emparcelamento, criando propriedades maiores, mais fáceis de gerir e com custos de gestão mais reduzidos.

É necessário que a decisão dos projetos agrícolas seja mais célere. Não é normal um agricultor jovem com vontade e meios limitados para investir tenha de esperar anos por uma resposta depois de submetido o projeto, e outros tantos anos para a sua assinatura depois de aprovado. Isso deita por terra muitas das expectativas e bloqueia temporalmente ou definitivamente o avanço do investimento. Resumidamente, facilitar o acesso à terra para os Jovens Agricultores, desburocratização dos proje-

tos, nomeadamente a decisão e os pedidos de pagamento e por último, mas não menos importante, o acesso ao regadio.

**Focando-nos no regadio como um dos motores de desenvolvimento económico da agricultura, considera que conceber o alargamento do regadio da albufeira do Azibo, poderá dar um novo impulso e reforçar a agricultura da região?**

Sem dúvida que sim, pois existem outras zonas agrícolas sem acesso ao regadio (a zona nascente do concelho por exemplo) com grande potencial e que beneficiariam muitíssimo com o acesso à água de rega. Existem agricultores de considerável dimensão que só não apostam mais na agricultura porque não têm acesso à água de rega e outros que acabam por não se instalar pela ausência de regadio.

Para além disso, a produtividade agrícola das culturas existentes aumentaria consideravelmente, bem como a qualidade dos produtos e produções constantes, o que seria um motor no desenvolvimento económico da região e por outro lado, poder-se-ia direcionar a agricultura para outros sectores mais rentáveis (como os frutos vermelhos, morango, hortícolas).

Efetuar investimentos em estruturas de captação de água como poços e furos e até charcas é muito dispendioso para os agricultores que não têm meios para o fazer, o que à partida os coloca em desvantagem em relação aos que têm o privilégio de estar localizados dentro do perímetro de rega da Albufeira do Azibo.



**Contacto do Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Saldonha**

Rua Fonte do Paço

Edif. Maria da Fonte, 2º Andar, Escritório 2  
5340-268 Macedo de Cavaleiros

Tel: 278 425 756

E-mail: [ajap.saldonha@ajap.pt](mailto:ajap.saldonha@ajap.pt)



PARCEIROS AJAP

## CRÉDITO AGRÍCOLA: UM BANCO SÓLIDO E COM PROXIMIDADE DO CLIENTE

Isabel Matos, Diretora do Gabinete de Comunicação e Relações Institucionais do Crédito Agrícola, e a desempenhar funções nesta instituição bancária há mais de quinze anos, revela com satisfação que todos os desafios que chegam ao grupo CA, têm sido superados, mantendo sempre as características e valores únicos, que nele estão enraizados.

**O Crédito Agrícola é uma instituição que desde a sua génese é associada ao setor agrícola. Como tem sido materializada a consolidação desta entidade bancária no território nacional?**

Desde logo pela proximidade e pelo conhecimento que temos do setor. O Crédito Agrícola tem uma abordagem comercial à semelhança dos seus pares, com uma vasta oferta de produtos e serviços, mas com um fator absolutamente distintivo: o enraizamento local. E isso faz, de facto, toda a diferença no contexto da prestação de serviços de consultoria e aconselhamento. Paralelamente a esta relação de confiança com os seus Clientes, o Crédito Agrícola tem assumido um papel muito importante na promoção e na inovação do setor. Exemplo tangível disso mesmo é a atribuição de prémios que anual-

mente distinguem o que de melhor se faz em Portugal em matéria de inovação no setor agrícola, agro-indústria e floresta. Acrescem, neste enquadramento, os prémios que atribuímos também todos os anos a duas fileiras muito relevantes, como são a do vinho e a do azeite.

**Atualmente qual é a importância do crédito concedido à atividade agrícola, nesta instituição bancária?**

O setor agrícola tem-se revelado cada vez mais inovador, dinâmico, criativo e em permanente busca de novos mercados. Por isso, na nossa estratégia este é um setor prioritário, com o qual o CA se identifica desde sempre, e cujo crescimento pretende naturalmente continuar a acompanhar e a apoiar.

A proximidade e a efetividade desse acompanhamento são incomparáveis, pois a atividade agrícola desenvolve-se, justamente, nos locais onde o Crédito Agrícola tem a maior parte da sua rede de distribuição. Resulta dessa circunstância um contributo insuperável para o desenvolvimento económico das comunidades onde estamos inseridos e, concretamente, para o crescimento da atividade agrícola.

Com empresas que apresentam bons resultados e com bons níveis de risco, este setor representa 13,9% do total do crédito concedido pelo CA. Já quando falamos na nossa quota de mercado no setor, os números apontam para 32%, considerando só a Agricultura e Pescas – e sem a inclusão das Agroindústrias.

### **O que mudou essencialmente na instituição bancária, nos últimos dez anos?**

O Grupo Crédito Agrícola apetrechou-se de ferramentas tecnológicas que o prepararam para o futuro, de forma adequada e robusta; inovou na infraestrutura, nos canais digitais e nas propostas de valor para o cliente. Essa focalização muito centrada no Cliente, nas suas expectativas e necessidades, tem sido um traço muito acentuado na nossa atividade. E mesmo perante os inúmeros desafios que a todo o tempo vão surgindo, o facto é que o Grupo CA continua a defender os seus valores cooperativos de apoio ao desenvolvimento das comunidades onde se insere. Exemplo disso são os vários protocolos que tem estabelecido com as mais diversas instituições. Nos últimos anos, o CA está progressivamente a afirmar-se no mercado como um Banco de confiança, quer pelo grau de satisfação por parte dos nossos Clientes, quer pelos resultados sustentáveis que temos a vindo a apresentar.

### **O Crédito Agrícola é hoje uma organização com diversos protocolos com entidades ligadas ao setor primário. Em sua opinião, qual é a importância para o grupo CA do envolvimento com cada uma das instituições?**

O CA assume a inovação e o empreendedorismo no setor agrícola como valores inquestionáveis para criar valor, ciente de que o sucesso verificado na agricultura tem alavancado o crescimento económico. Precisamente nesse contexto e a partir dessa interpretação, temos celebrado um conjunto de protocolos destinados a apoiar o setor primário e a potenciar os seus planos de negócios sustentáveis. Destacaria, entre muitos, os protocolos celebrados com a Agrogarante, sociedade

de garantia mútua direccionada especificamente para o setor agrícola, que disponibiliza às empresas garantias na concessão de financiamento, e as nossas parcerias com as Confederações e Associações de Agricultores, proporcionando condições especiais na subscrição de produtos e serviços financeiros e de proteção CA aos associados e colaboradores dessas instituições. Mas há muitos outros protocolos que ligam o CA a diferentes entidades que consideramos relevantes para dinamizar o setor.

### **Em sua opinião, quais são os maiores desafios que o Crédito Agrícola deveria alcançar para os próximos anos, em Portugal, na Europa e nos Países da CPLP (Comunidade dos Países de Língua Portuguesa)?**

Sempre com a proximidade dos nossos clientes no horizonte, o CA tem uma presença física muito dinâmica na Europa, através de Escritórios de representação em França, Suíça e Luxemburgo, assegurando o contacto permanente com as nossas comunidades e na deteção constante de oportunidades de negócio para as empresas nossas Clientes.

Na África lusófona, estamos abertos à apreciação de oportunidades viáveis. No âmbito da internacionalização, importa assinalar que o Crédito Agrícola tem trabalhado para a afirmação de Portugal nos mercados externos, como parceiro de referência dos nossos produtores na sua caminhada por outras geografias, na promoção dos seus produtos, na própria produção, financiando-os, apoiando-os e segurando-os.

A presença do CA em Feiras internacionais ao lado dos nossos Clientes do setor primário sublinha bem essa dimensão estratégica.





## A RELEVÂNCIA DAS ASSOCIAÇÕES NO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO, por Benedito Monjane, Presidente da PRODUJ

**O papel do associativismo na sociedade é imprescindível, contribuindo para aumentar a competitividade das empresas agrícolas, reforçar a capacidade de intervenção dos seus profissionais, bem como partilhar oportunidades e participar ativamente da discussão, concertação e reflexão dos problemas dos agricultores e empreendedores.**

**Benedito Monjane, Presidente da PRODUJ – Associação Juvenil de Produtores Rurais de Moçambique, relata as mudanças que são ainda necessárias ocorrer no seio agrícola, bem como os benefícios vindouros de parcerias vinculadas com entidades como a AJAP - Associação dos Jovens Agricultores de Portugal.**

### A PRODUJ E O PAPEL QUE DESEMPENHA

A PRODUJ é uma Associação Juvenil de Produtores Rurais de Moçambique, para além de ser uma instituição de utilidade pública sem fins lucrativos, dotada de personalidade jurídica, goza de autonomia administrativa, técnica, política, científica, financeira e patrimonial. Tem um papel indispensável na promoção do desenvolvimento económico e social das comunidades locais, da região e do país, através da prestação de serviços sociais, profissionais, bem como a produção de bens de consumo. A PRODUJ está, também, ligada ao Conselho Nacional da Juventude, coordenada através do Conselho Provincial da Juventude de Gaza, que por sua vez é tutelada pelo Ministério da Juventude e Desporto. O Conselho Provincial da Juventude desempenha um papel crucial na mobilização de Jovens para participar ativamente na produção agrícola.

### APOIO AOS JOVENS AGRICULTORES – UMA NECESSIDADE IMINENTE

Os esforços do Governo, principalmente para zona sul do país, em que

o associativismo ainda não tem muita expressão, são muito insignificantes. Jovens empreendedores e com ideias ficam com as expectativas muito limitadas, e os seus projetos acabam simplesmente por ficar no papel, por falta de linhas de financiamento de iniciação da atividade agrícola. As linhas de financiamento existentes do Fundo de Desenvolvimento Agrário (FDA), PROSUL, SUSTENTA, entre outros, são de difícil acesso, exigindo que os candidatos entrem com uma prestação, no entanto, os jovens não dispõem de capital. Devia ser pensada uma alternativa, como por exemplo, um fundo de iniciação empresarial, com um período gratuito e depois efetuar a liquidação das prestações mensais com juros menos elevados.

Existem barreiras muito acentuadas para que os jovens se tornem empreendedores (pela falta de programas de financiamento), fazendo com que se sintam marginalizados e excluídos no processo de desenvolvimento socioeconómico. Se o jovem poderia ser o ator principal na atividade económica do país, nomeadamente na agricultura, aqui acontece o inverso, vendo as suas expectativas reduzidas a cinzas pela falta de apoios.

### AGRICULTURA EM MOÇAMBIQUE – EM QUE FRENTE É NECESSÁRIO ATUAR PARA PROSPERAR?

Havendo um entendimento sério por parte de quem é de direito e achando que é seu dever amparar os seus cidadãos, devia de forma incansável criar um bom ambiente de execução de projetos virados para a agricultura inclusiva, desde a concessão DUAT (Direito de Uso e Aproveitamento de Terra), financiamento com um período gratuito, sem se descorar a aplicação de juros bonificados para incentivar a prática de uma agricultura consciente. Moçambique ainda pratica uma agricultura de subsistência porque não produz numa

escala em que o seu povo tenha primeiro que satisfazer a sua demanda e posteriormente o excedente, para repensar a comercialização interna e para outros mercados além-fronteiras.

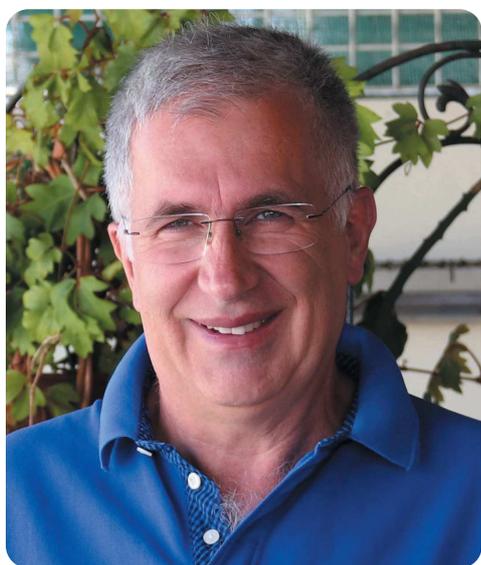
Há uma certa utopia quando se fala de agricultura em Moçambique. Há debates sobre o setor, levados a cabo por múltiplos intervenientes, mas que não trazem as reais soluções, trazem sim, um conjunto de ideias sob a forma de perguntas, em que as suas respostas a longo prazo não têm nenhuma sustentabilidade. É inconcebível que com tanta terra arável que Moçambique dispõe, não haja alocação de investimento agrícola... Os projetos atuais do Governo, através do Ministério da Agricultura e Segurança Alimentar (FDA, PROSUL, SUSTENTA), têm muitos condicionalismos para o acesso, levando as pessoas a optar pelo associativismo e cooperativismo para vencer essas barreiras.

Acredito que com um pouco de esforço do Governo, se possa pôr em prática uma parceria Público-Privada para a redução e simplificação de acesso ao crédito agrícola, bem como um ambiente de negócio saudável.

### AJAP – UMA PORTA INCONTORNÁVEL PARA O SUCESSO

A cooperação é sempre necessária, pois iria trazer diversas mais valias, ao nível da transferência de tecnologias, da formação de técnicos e profissionais da liderança dos órgãos sociais das associações, bem como dos seus membros e, criar no seio das arenas políticas a confiança para investir nas associações e no desenvolvimento da agricultura. Neste sentido, o estabelecimento de parceria com a AJAP seria uma porta incontornável para o sucesso das associações nacionais, pois estariam ancoradas às boas práticas já consolidadas da Associação dos Jovens Agricultores de Portugal.

### FRUTA DRAGÃO: VALIDAR A CAPACIDADE PRODUTIVA DA PITAIA VERMELHA (No campo de ação da parceria de investigação)



Amílcar Duarte,  
Professor Auxiliar na Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade do Algarve

#### A Saber:

A Pitaia é um fruto que deriva de diversas espécies de catos epífitos, dos géneros *Hylocereus* e *Selenicereus*, rico em nutrientes e uma excelente fonte de antioxidantes, são atribuídas ao fruto atividades anticancerígena, antimicrobiana, hepato-protetora, anti-hiperlipidémica, anti-diabética e cicatrizante. Também conhecida como Fruta Dragão, tem origem na América Central e no México, sendo o seu cultivo feito também em países com a China, Israel e Brasil.

No âmbito da Ação 1.1 PDR 2020 – Grupos Operacionais, foi criada a iniciativa que pretende avaliar o impacto de diferentes práticas culturais na capacidade produtiva da Pitaia Vermelha no sul de Portugal. Um projeto que tem a AJAP – Associação dos Jovens Agricultores de Portugal, como responsável pela parceria com mais cinco entidades: Universidade do Algarve, Luís Sabbo – Frutas do Algarve, Lda, Mil Plantas – Produção e Comercialização de Plantas, Lda, Desafio Tropical Lda, e Consulai.

Amílcar Duarte é Professor Auxiliar na Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade do Algarve. Agrónomo, com doutoramento em Ciências Agrárias na especialidade de Fruticultura, lecionando diversas cadeiras da licenciatura de Agronomia e do Mestrado em Hortifruticultura, colabora também com o Centro para os Recursos Biológicos e Alimentos Mediterrânicos (MeditBio). É na perspetiva de investigação da Fruta Dragão e parceria do projeto com a Universidade do Algarve, que Amílcar Duarte explica os objetivos de testagem desta cultura, bem como as salutares propriedades que são atribuídas a esta fruta.

**Qual é o papel da Universidade do Algarve neste projeto e como surgiu a oportunidade de integrar esta iniciativa no âmbito da ação 1.1 PDR 2020 – Grupos Operacionais?**

A iniciativa de apresentar este projeto foi do Eng.º Luís Sabbo, que nos convidou a integrar o consórcio que daria corpo ao projeto. O convite foi imediatamente aceite, até porque a nossa Universidade está empenhada em manter uma relação estreita com o setor produtivo, particularmente no desenvolvimento de novas ideias ou novas culturas, como é o caso.

O papel da Universidade consiste em contribuir com a sua experiência na área da investigação agronómica e com o seu equipamento e capacidade laboratorial para que os ensaios a realizar no âmbito do projeto sejam tecnicamente bem conduzidos e tenham o apoio laboratorial adequado, por forma a que os resultados sejam consistentes. A colaboração entre investigadores da Universidade do Algarve e empresas agrícolas da região tem sido profícua noutros casos, e sê-lo-á certamente também neste caso.

**Quais são os objetivos da testagem desta cultura e que resultados são expectáveis alcançar?**

O que se pretende é recolher informação sobre o crescimento e a frutificação desta planta nas nossas condições edafoclimáticas e sobre a reação a diferentes práticas culturais que serão testadas ao longo da execução do projeto. Com este trabalho, os agricultores poderão contar com mais uma opção para diversificar a fruticultura na região do Algarve e, possivelmente, noutras regiões do país. Pretende-se também aumentar a disponibilidade de frutos destas espécies no mercado português, contribuindo assim para uma alimentação mais saudável e variada da nossa população. A diversificação de culturas e de frutos disponíveis para a nossa alimentação tem efeitos positivos sobre o ambiente e sobre a nossa saúde. No último século tem havido uma excessiva redução do número de espécies vegetais usadas na nossa alimentação.

**Que variedades estão compreendidas na testagem do projeto?**

Teremos que testar várias espécies, mas incidiremos o nosso trabalho sobretudo sobre duas espécies: *Hylocereus costaricensis*, onde as frutas apresentam coloração vermelha tanto na casca como na polpa, e *Hylocereus undatus*, que apresenta coloração vermelha na casca e polpa

branca. Serão estudadas diferentes variedades de cada uma destas espécies e também alguns híbridos, para avaliarmos a produtividade, rusticidade, qualidade dos frutos e características organolépticas de cada uma. Tentaremos incluir neste estudo todas as variedades que estejam disponíveis em Portugal e Espanha, além de algumas importadas. Sabemos que há diferenças acentuadas entre variedades e a inclusão de todas as opções disponíveis destina-se a que possamos escolher quais as que produzem frutos de elevada qualidade, nas nossas condições edafoclimáticas e com custos de produção aceitáveis.

**Que tipo de procedimentos e metodologias vão ser utilizadas na investigação?**

Está a ser instalada uma parcela experimental para avaliação das diferentes variedades e em que se testarão também diferentes sistemas de condução. Pretendemos, também, recolher informação em plantações de agricultores que estejam disponíveis para colaborar com a equipa do projeto. Além das observações em campo, serão recolhidas amostras para avaliação organoléptica e análise química, no sentido de fazer uma caracterização dos frutos, tão completa quanto possível.

**Tendo em conta que a fruta do dragão ou pitaia é nativa da América Central e está adaptada a um clima tropical, as condições edafoclimáticas da Região Algarvia são favoráveis ao desenvolvimento da cultura?**

A pitaia é cultivada em climas tropicais, mas também em zonas subtropicais quentes. Na sua origem, a planta cresce como trepadeira, sob a proteção de árvores de grande porte. Por isso, ela não é muito exigente em radiação. Assim, e considerando as

experiências pontuais que já existem de cultivo no nosso país, tanto na Madeira como no continente (Algarve e Sesimbra), consideramos que o Algarve tem condições para produzir pitaia ao ar livre, com custos de produção competitivos. Porém, há que estudar o comportamento da cultura em diferentes microclimas e há que testar diferentes técnicas culturais que façam com que a planta “se sinta” em boas condições para o seu desenvolvimento.

**É uma fruta com diversas atribuições funcionais? Que compostos bioativos lhe são reconhecidos e que benefícios tem na alimentação?**

Vários estudos realizados nos últimos anos têm revelado que a inclusão desta fruta na nossa dieta alimentar traz vários benefícios para a saúde. Um dos aspetos interessantes, tendo em conta o estilo de vida da maioria da população, é o facto de o fruto saciar a fome, mas ser pouco calórico, contribuindo assim para combater a obesidade, tão frequente nos dias de hoje.

Os frutos de pitaia são ricos em minerais (Ca, K, P, NA, Fe e Zn), fibra, vitaminas (B1, B2, B3, B6, B12 e C), compostos fenólicos e pigmentos, de entre os quais se destacam as beta-lainas, embora contenha também flavonoides e outros pigmentos. A fruta é rica em oligossacarídeos, que auxiliam no bom funcionamento do intestino e melhoram a digestão e a absorção de nutrientes. As variedades de polpa branca e roxa são fontes de prebióticos, que podem ser usados como ingredientes em alimentos funcionais, apresentando as suas sementes um efeito laxante.

São atribuídas ao fruto atividades anticancerígena, antimicrobiana, hepato-protetora, anti-hiperlipidémica, antidiabética e cicatrizante.

Por isso, os frutos têm sido utilizados para o tratamento de gastrite, tosse, asma, hiperatividade, tuberculose, bronquite, diabetes e outras doenças. Todos estes efeitos são atribuídos aos frutos.

As propriedades nutricionais diferem de espécie para espécie e de uma cultivar para outra. Um dos objetivos do projeto é avaliar o valor nutritivo de cada uma das variedades testadas.

**Na sua perspetiva quais são os maiores desafios que este projeto poderá trazer?**

Cultivar uma planta que não conhecemos bem traz sempre grandes desafios. Por um lado, temos muitas dúvidas quanto à forma de a cultivar, mas, além disso, é inevitável que nos surjam problemas que, à partida, não esperamos. O desafio é maior quando nós não queremos apenas que a planta cresça, mas sim que ela seja produtiva.

Neste caso há vários desafios. Em primeiro lugar, há que determinar quais os fatores que, nas nossas condições, podem ser limitantes para o desenvolvimento da planta. Sabemos que ela não gosta de solos pesados nem de excesso de humidade, mas temos que ver como devemos instalá-la, regá-la e fertilizá-la, para que cresça e frutifique adequadamente.

Um dos problemas que se coloca está relacionado com a polinização. Isto porque a floração da pitaia ocorre durante a noite e nesse período é difícil que haja insetos polinizadores suficientes para que a polinização seja a adequada. O recurso à polinização manual é uma possibilidade, mas aumenta os custos de produção. Este é talvez um dos maiores desafios que se colocam à equipa de investigação deste projeto e aos agricultores envolvidos.





## Adira ao Serviço de Aconselhamento Agrícola e Florestal

### Áreas Temáticas

#### *Agrícola*

Condicionalidade  
Segurança no Trabalho  
Práticas Agrícolas Benéficas para o Clima e o Ambiente (Greening)  
Manutenção da Superfície Agrícola

Medidas de Protecção à Qualidade da Água  
Utilização Sustentável de Produtos Fitofarmacêuticos  
Medidas ao nível da Exploração Agrícola  
Primeira Instalação de Jovens Agricultores  
Requisitos Mínimos das Medidas Agro-Ambientais

#### *Florestal*

Segurança no Trabalho  
Medidas de Protecção à Qualidade da Água  
Defesa da Floresta  
Conservação da Natureza

Utilização Sustentável de Produtos Fitofarmacêuticos  
Medidas ao nível da Exploração Florestal  
Plano de Gestão Florestal  
Certificação Florestal

Para mais informações  
Contacte a Sede da AJAP

Tel: 213 244 970  
[ajap@ajap.pt](mailto:ajap@ajap.pt)