

AJAP OBJETIVA

Newsletter da Associação dos Jovens Agricultores de Portugal

JANEIRO | 2018 | Nº 166

EDITORIAL

Novo ano! Novas perspetivas! Novos desafios!

Ano fulcral de negociações na Europa assente no novo quadro de programação pós 2020.

Ano crucial no lançamento da Figura do Jovem Empresário Rural.

Desafio na nova condução e estratégia no Departamento de Comunicação da AJAP.

Desafio para as Entidades Recetoras da AJAP, e técnicos da organização na implementação do novo SAAF.

Um ano de mais internacionalização e divulgação dos produtos portugueses além-fronteiras... Que será marcado pela captação de mais investimento estrangeiro na agricultura nacional e na procura de investimento nos Palop(s).

Será um ano de muito trabalho, crescimento e consolidação da AJAP.

A todos os colaboradores e Entidades Recetoras, quero deixar uma mensagem de esperança e confiança na AJAP.

Firmino Cordeiro
Diretor Geral da AJAP



AJAP EM ANGERS

A convite da Divatec, empresa que executa sistemas de gestão de água, a AJAP e alguns agricultores nacionais estiveram presentes em Angers, França.

Situada no oeste, Angers, considerada a primeira cidade verde francesa e capital para a indústria de plantas especializadas, foi palco da SIVAL. Com cerca de 620 expositores e 22.800 visitantes profissionais é a única feira em França a apresentar uma oferta abrangente e impressionante de equipamentos e serviços para todas as produções de plantas: viticultura, enologia, horticultura, arboricultura, culturas de vegetais, sementes, medicamentos e plantas aromáticas, cidra, cogumelos e tabaco.

Foi neste âmbito que a Divatec, com domínio de atuação na irrigação, bombagem e fertilização aliado a uma gestão eficiente de energia, esteve a promover os seus serviços num expositor do aclamado certame.

Os representantes da AJAP tiveram, desta forma, a oportunidade de estabelecer contacto com diversos serviços e produtos, bem como puderam ainda conhecer algumas explorações agrícolas em estufa com tecnologia de ponta, produtores de legumes e saladas em túnel e ao ar livre.



AJAP EM BRUXELAS



No âmbito da parceria com o CEJA (Conseil Européen des Jeunes Agriculteurs), a AJAP participou em Bruxelas na reunião do primeiro grupo de trabalho de 2018, da organização que se assume como a voz da próxima geração de agricultores da Europa.

Dentro da ordem de trabalhos, esteve a proposta de revisão do regulamento interno da organização e o debate sobre um dos temas mais fraturantes da atualidade, o Brexit.

O corpo de oradores contou com a presença de François Guerin do Copa-Cogeca e do professor Alan Matthew da Universidade de Dublin, que afirmam que se encontra em estudo as vantagens e os obstáculos relativamente aos fluxos comerciais, sujeitos ainda a negociações prévias.

Estima-se, no entanto, que os setores da carne e do leite venham a ser os mais afetados pelo Brexit.

O encontro terminou com o comunicado para o próximo seminário do CEJA em parceria com a NFYFC (National Federation of Young Farmers' Clubs), a decorrer no Reino Unido no próximo mês de março.



NOVO ANO, NOVA EDIÇÃO DA ACADEMIA DO CENTRO DE FRUTOLOGIA COMPAL

Encontra-se a decorrer a fase de candidaturas à 6ª edição da Academia, até dia 23 de fevereiro de 2018. Vocacionada para empreendedores frutícolas que pretendam instalar-se pela primeira vez, aumentar a sua exploração ou reconvertê-la, desde que os projetos incidam em culturas como a maçã, cereja, amora, pera rocha, laranja, entre outras frutas. Este ano conta ainda com uma novidade: podem também candidatar-se os projetos com kiwi e groselha.

Composta por sessões no terreno, que dão a conhecer aos formandos explorações agrícolas reconhecidas pela utilização de técnicas inovadoras na área da fruticultura, o contacto com produtores, técnicos e empresários ligados ao setor. Os módulos teóricos como parte da formação, promovem as melhores práticas no âmbito da produção e gestão agrícola, atendendo às diferentes exigências das espécies.

Um projeto de sucesso que conta com cinco edições já realizadas, 60 empresários frutícolas formados e 15 bolsas de instalação atribuídas no valor de 300.000 euros.



The postcard has a green background. At the top, there is a logo for "CENTRO DE FRUTOLOGIA COMPAL" with a stylized fruit design. Below the logo, the text "3 MELHORES PROJECTOS RECEBEM BOLSA DE INSTALAÇÃO DE 20.000€" is written in white. At the bottom, there is a photograph of a hand holding a pear. Overlaid on the photograph is the text "8 Janeiro a 23 Fevereiro // Candidaturas à Academia do Centro de Frutologia Compal" and "Candidate-se em: www.centrofrutologiacompal.pt".

EXPOJARDIM/FRUTITEC/IBEROPRAGAS: Fruticultura e jardinagem crescem em espaço e expositores em 2018

O mês de março anuncia a chegada da primavera e, na Exposalão, é sinónimo de mais uma edição de uma das suas feiras mais coloridas e perfumadas. EXPOJARDIM/ FRUTITEC e HORTITEC decorrem de 9 a 11 de março, em paralelo com a IBEROPRAGAS. "As expetativas são as melhores", destaca Paulo Amaral, diretor do certame, revelando que, este ano, se regista "um aumento significativo, quer no número de expositores, quer na área de exposição".

A feira, que é uma montra da excelência de cada um dos setores, cujo assinalável crescimento nos últimos anos se tem traduzido num importante valor acrescentado na economia do país, apresenta, nesta edição, uma novidade: um espaço de inovação onde é feita a apresentação, com destaque, de novos produtos e tecnologias. O certame, dedicado exclusivamente a profissionais e que espera a presença de 20 mil visitantes, é marcado, ainda, pela realização de diversos seminários, subordinados a temas de premente interesse para o setor.

Os três salões compõem um certame de excelência que tem registado uma grande afluência de expositores, devendo contar com mais de duas centenas de empresas. Destinado aos profissionais do setor, espera, em 2018, receber mais de 20 mil visitantes.



ENTREVISTA JOÃO BENTO FRUTOS VERMELHOS: uma cultura de sucesso

A cultura dos pequenos frutos, tradicionalmente conhecida pelos frutos vermelhos tem vindo a ganhar cada vez mais expressão em território nacional. As excelentes condições de clima e solo que Portugal oferece são fatores que colaboram na produção evolutiva destas culturas.

João Bento fez uma aposta triunfante ao instalar uma produção de frutos vermelhos, com maior incidência nas framboesas. Atualmente o sucesso divide-se por três zonas de produção, que contam com 180 colaboradores em permanência.

1. Porque é que escolheu dedicar-se à cultura da framboesa?

No início da minha atividade na agricultura os hortofrutícolas em estufa, como o tomate e a meloa e posteriormente o morango eram os principais produtos e a sua comercialização era feita basicamente no mercado nacional. Com abertura ao exterior o mercado de hortofrutícolas ficou cada vez mais asfíxiado e reduzida viabilidade económica para o produtor, o que levou a um repensar da estratégia. Em 2008 tinha 7 ha de produção, e atualmente são 35 ha divididos por três zonas de produção: Faro 11 ha de framboesas, Tavira 15 ha de framboesas e na Zambujeira do Mar 4 ha de framboesa e 5,5 ha de mirtilos.

2. O mercado europeu está a alterar os padrões de consumo de pequenos frutos. Regista-se um aumento significativo no consumo de framboesa a nível global?

Sim. Existe um aumento significativo de consumo de framboesa a nível global, mas também existe um grande aumento das áreas de produção. O aumento do consumo, na minha opinião, tem sido à custa do decréscimo de preço. A oferta aumentou e os grandes operadores a nível Europeu tiveram que baixar o preço de forma a abranger um maior número de consumidores com menor poder de compra, e ao mesmo tempo também entraram noutros mercados menos interessantes de forma a escoar mais produto a um preço mais baixo.

3. Como surgiu a oportunidade de escoar para o mercado internacional?

A estratégia desenvolvida ao longo dos anos tem como principais pilares a Organização de Produtores Madre Fruta da qual o Grupo JBI é um dos sócios fundadores em 1996 e também à parceria desenvolvida com a Multinacional Driscoll's desde 2003.





4. Quais os principais países para onde exporta framboesa?

Os principais mercados de destino são a Holanda, Alemanha, França, Inglaterra e Espanha. Estes destinos ainda têm um enorme potencial de quota de mercado disponível. A procura do consumidor para todo o ano é cada vez maior, basicamente o nosso foco são os mercados que mais valorizam a fruta de qualidade.

A produção de pequenos frutos em 2017 ultrapassou as 1.000 Toneladas de exportação.

5. O mercado nacional é um consumidor assíduo de framboesa?

O mercado nacional infelizmente não tem grande expressão, mas está a crescer naturalmente pelo facto de os preços oferecidos ao consumidor atingirem clientes com poder de compra inferior, que fazem aumentar o consumo de uma forma natural. O mercado nacional representa cerca de 5 % da fruta comercializada.

6. Introduziu algum tipo de inovação na sua exploração? Se sim, em que medida contribui para o sucesso e desenvolvimento da exploração?

Toda a colheita é manual, é dada especial atenção à formação, por forma a potenciar a rentabilidade, a qualidade e assegurar elevados

padrões de segurança alimentar. A única parte mecanizada é a própria pesagem e etiquetagem das embalagens. A fruta tem uma longa longevidade em prateleira por ter o mínimo de manuseamento e por respeitarmos ao máximo a cadeia de frio. A fruta é arrefecida na Madre Fruta até aos 2°C e é a essa temperatura que deve ser efetuado o armazenamento, transporte e a própria exposição ao consumidor.

A colheita é monitorizada em tempo real com o apoio de um programa específico que tem dois objetivos: o primeiro para nós podermos controlar a produtividade de colheita e a qualidade da fruta de forma a podermos ajudar os colhedores com maiores dificuldades de adaptação, e o segundo para podermos premiar os colhedores com maior produtividade de colheita segundo alguns critérios definidos, e que permite premiar de acordo com o desempenho de cada um de forma justa. Cerca de 60% dos trabalhadores recebem prémio, havendo alguns que conseguem duplicar o salário.

7. Com o aparecimento de um mercado cada vez mais competitivo, foram aparecendo novas técnicas que alteram o ciclo biológico das culturas. Fez uso dessas diretrizes?

Sim, o mercado está cada vez mais competitivo e vai continuar assim. Após uma época de crescimento exponencial, estamos a procurar consolidar toda a aprendizagem, focados na excelência da qualidade dos nossos frutos bem como na otimização das estruturas por forma a produzirem em todo o seu potencial.

A nossa produção é feita quase na sua totalidade em substrato sob a forma de hidroponia que nos permite controlar melhor os ciclos de produção, procurando produzir em épocas em que o mercado não tem tanta oferta e assim conseguir preços de mercado mais altos e ao mesmo tempo produzir um produto de excelente qualidade reconhecida pelo cliente e consumidor.

Toda a produção está certificada em Globalgap e Tesco.

8. Quais os fatores determinantes para uma produção de excelência e sucesso?

Considero quatro fatores igualmente importantes e indispensáveis para uma produção de excelência para se atingirem os resultados e objetivos propostos.

Temos as PESSOAS, o PRODUTO, os PROCESSOS e o PREÇO, são os quatro P.

As PESSOAS são o mais importante numa empresa, são elas que definem a estratégia, implementam e monitorizam de forma a se



atingir os objetivos propostos. É muito importante as pessoas certas nos sítios certos e à hora certa para que tudo flua de acordo com o que se pretende. Estou grato a toda a minha equipa que é excecional, são o principal pilar do sucesso.

PRODUTO é primordial pois com um produto bom reconhecido e forte, podemos conquistar o mercado e delinear o futuro em termos de crescimento ou não, é importantíssimo para a estabilidade, confiança e sucesso.

PROCESSOS são na mesma muito relevantes, pois é necessário tê-los muito bem afinados e conhecidos para sermos eficientes

de forma a termos o menor custo sem pôr em causa a qualidade do produto e sermos competitivos. É necessário estarmos sempre atentos de forma a melhorarmos continuamente.

O PREÇO que se consegue do produto é fundamental para o sucesso, e nesta atividade o preço nunca é feito pelo produtor, o mesmo é feito pela lei da oferta e da procura.

Resumindo, para se ter sucesso é necessário conjugar todos estes fatores, e a falha de qualquer um deles condiciona o resultado final.

APROVEITE AS VANTAGENS DO CARTÃO GALP FROTA BUSINESS AGRÍCOLA EXCLUSIVO ASSOCIADOS AJAP DESCONTOS ATÉ 0,12€/LITRO

Solicite a adesão através do e-mail olga.leitao@ajap.pt ou através do telefone 213 244 970.



01 a 04 AGROTICA (agricultura, máquinas e equipamentos) Grécia, Tessalónica	14 a 17 BIO FACH (agricultura biológica) Alemanha, Nuremberga	20 a 24 FIMA AGRICOLA Espanha, Saragoça
07 DAIRY-TECH (produção animal) Grã-Bretanha (Reino Unido, UK), Kenilworth	13 a 15 WORLD AG EXPO (agricultura, máquinas e equipamentos) Estados Unidos, Tularé	21 a 04 março SALON INTERNACIONAL DE L'AGRICULTURE França, Paris
06 a 08 AGROFARM - Feira Internacional de Pecuária Rússia, Moscovo	14 a 16 OLEOTEC Espanha, Saragoça	22 a 25 TIER & TECHNIK (agricultura) Suíça, St. Gallen
07 a 09 FRUIT LOGISTICA (agricultura, fruticultura) Alemanha, Berlim	21 a 23 EXPO AGRO SINALOA México, Sinaloa	23 a 24 LUSOFLORA (agrícola, fruticultura) Portugal, Santarém

AGENDA

Propriedade

AJAP - Associação dos Jovens Agricultores de Portugal
Rua D. Pedro V, 108 - 2º, 1269-128 Lisboa
Tel: 213 244 970 | comunicacao@ajap.pt | www.ajap.pt

Coordenação Editorial

AJAP | comunicacao@ajap.pt

Design Gráfico

MI design | geral.miguelinacio@gmail.com

Com o apoio



INSTITUTO PORTUGUÊS
DO DESPORTO
E JUVENTUDE, I. P.