

Bilhete de Identidade

- Nome: João Pedro Valadas da Silva Monteiro
- Data de nascimento: 17 de Maio de 1970
- Formação académica: Doutorado em Gestão pela Universidade de Évora; Mestre em Gestão Empresarial pela Faculdade de Economia da Universidade do Algarve; Licenciatura em Engenharia Agronómica, ramo de Engenharia Rural, pelo Instituto Superior de Agronomia da Universidade Técnica de Lisboa
- Cargo actual: Director Regional da DRAP Algarve



«A LARANJA DO ALGARVE ALAVANCA A EXPORTAÇÃO DE OUTROS HORTOFRUTÍCOLAS NACIONAIS»

Há dois anos à frente da Direcção Regional de Agricultura e Pescas do Algarve, Pedro Valadas Monteiro fala da situação actual da fileira dos citrinos naquela que é a região de excelência da produção nacional. O caminho de sucesso está traçado, mas há ainda algumas barreiras para ultrapassar.

Ana Gomes Oliveira

Especialista em temas de desenvolvimento rural e territorial, economia do mar, ambiente, gestão, inovação e empreendedorismo, Pedro Valadas Monteiro assumiu no dia 15 de Dezembro de 2018 o cargo de director regional de Agricultura e Pescas do Algarve (DRAPALG). Um espaço que lhe era bastante familiar, uma vez que ali já havia desempenhado outras funções, nomeadamente a de director regional adjunto, entre 2009 e 2012.

Tendo em conta o tema principal desta edição, onde fazemos o balanço da campanha 2019/2020 dos citrinos, falámos com Pedro Valadas Monteiro sobre o que se vive actualmente em torno desta fileira com grande expressão na região algarvia.

Houve aumento de área plantada de citrinos no ano passado?

Temos a ideia de que a área se deverá ter mantido mais ou menos estável. Devido a esta situação de seca, foi emitida uma moratória de suspensão de emissão de novos títulos de utilização de recursos hídricos e isso veio atrasar a instalação e desenvolvimento de alguns projectos. Eu diria que relativamente a 2019, a área plantada de citrinos terá aumentado em não mais de cento e poucos hectares, com esses aumentos a recaírem mais na cultura da laranja.

Neste momento, os citrinos ocupam que área do Algarve?

Segundo as estimativas, a totalidade de citrinos ocupará já uma área de 15.800 hectares aqui na região. Em termos de produção, a campanha que terminou em Outubro de 2020 deverá rondar os mesmos volumes do ano passado, ou seja, deveremos andar pelas 350 mil toneladas.

E como correu a fase da comercialização?

O preço passou por dois estádios. Até Março houve excesso de oferta e os preços baixaram. Como se sabe, a laranja é uma *commodity* mundial, e o preço está muito dependente dos praticados pelos grandes produtores internacionais, nomeadamente os espanhóis, os sul africanos e italianos. Nessa altura concentrou-se muita fruta, de todos os lados, inclusive de Portugal. A partir de Março, quando entra a pandemia, os preços dispararam, principalmente para aqueles que exportam. Chegámos a ter aqui preços pagos à produção a rondar os 60 cêntimos o quilo. E, portanto, do ponto de vista da valorização, estamos perante uma campanha excelente. Posso dizer-lhe até que, em 2020, ao contrário do que se tinha passado em 2019 (em que se tinha acumulado produção porque os preços não eram atractivos e os produtores atrasaram a venda), este ano, em Agosto, já não havia praticamente laranja nos pomares. Tanto que agora na campanha nova, os produtores tentaram antecipar o fluxo normal de colocação de variedades no mercado, no sentido de ainda aproveitarem esta “boa onda” de preços.

Essas são as boas notícias. A má notícia, segundo nos é dado a perceber pelos produtores, é a questão da água, que continua a ser escassa. É assim?

A água é de facto um grande problema. Como já referi, mantém-se a suspensão da emissão de novos títulos para rega. O que, se por um lado, condiciona os investimentos que estão em carteira para serem realizados, nomeadamente no âmbito no PDR, porque é uma condicionante à contratação; por outro, e falando globalmente, estrangula uma actividade económica que depende da água, como é o caso da agricultura – e no Algarve depende cada vez mais devido às alterações climáticas. O pior que pode haver é uma ameaça que é estrutural, porque sem água, não há agricultura. Os que já têm os investimentos no terreno temem pelo futuro, pela viabilidade dos seus negócios, e os que querem aumentar área ou os que pretendem iniciar novos projectos hesitam muito em entrar numa região que tem este “cutelo em cima da cabeça”.

E como está neste momento a situação de armazenamento de água?

Actualmente já não estamos em seca meteorológica, mas o aumento dos níveis de armazenamento nunca acompanha as necessidades. À parte da precipitação que vai para o mar, que não é retida, estamos a falar de chuvas muito intensas, que fazem as chamadas enchurradas e que não se infiltram nos solos. Os níveis de armazenamento das águas superficiais aqui no Algarve estão globalmente abaixo dos 50%.

Porque é que isso acontece?

Porque há um défice de estruturas de aprovisionamento de água, como barragens, ou retenções através de açúdes. E isso também influencia o comportamento das águas subterrâneas. 75% da agricultura do Algarve é abastecida por aquíferos, águas subterrâneas. Só 25% da actividade é que é abastecida por águas de superfície, através das barragens. Portanto, como o escoamento é tão rápido, e não havendo estruturas que façam a retenção ou que diminuam a velocidade desse escoamento para facilitar a infiltração nos açúdes, muita dessa água está a perder-se e as recargas nunca são suficientes, face até aos níveis de pluviosidade que têm ocorrido. Desde Outubro tem chovido bastante, mas não chega.

Está em cima da mesa alguma solução mais próxima para resolver este problema?

Uma das soluções mais próximas passa, além da sensibilização para o uso racional de água por parte dos vários utilizadores – e aqui incluem-se não só os do sector agrícola, mas também os domésticos, os turistas e os do canal Horeca – pelas medidas do lado da eficiência, no sentido de otimizar o uso da água. Ou seja, implementar sistemas mais eficientes de rega, combater as perdas e melhorar as estruturas de distribuição nos aproveitamentos hidroagrícolas. Sabe-se, por exemplo, que na parte doméstica há muito desperdício. Ao mesmo tempo, têm de se implementar medidas de reforço estrutural e também de diversificação das fontes de origem da água, como a dessalinização, que pode ser uma hipótese, ou a utilização das águas tratadas nas zonas que estão próximas das ETAR. Se esses núcleos de pessoas passassem a ser fornecidas

por essas fontes, libertariam água das barragens para ser usada na agricultura. Mas há outros caminhos... Há uma solução pensada que passa por bombear água do Guadiana directamente para a Barragem de Odeleite, que está no Sotavento. Parece-me ser a resposta mais rápida, com menos custos e com menos impactos do ponto de vista ambiental. Futuramente teremos de pensar na construção de mais uma ou duas barragens, onde existe a possibilidade da ribeira da Foupana. São propostas que estão no próprio Plano de Eficiência Hídrica do Algarve, que já foi publicado, e que está neste momento nas mãos do Governo.

Que efeitos a pandemia tem tido na actividade ligada à citricultura do Algarve?

Do ponto de vista da agricultura, a pandemia tem dois efeitos. Nas empresas exportadoras – e não estou a falar apenas dos citrinos, mas também dos pequenos frutos, que sofreram um grande impacto inicial quando as fronteiras começaram a fechar – essas, já estão a recuperar. E aqui no Algarve temos grandes empresas exportadoras, teremos eventualmente os seis viveiros nacionais que mais exportam. Mas os maiores impactos têm sido sentidos pela pequena agricultura, onde se incluem os pequenos produtores de citrinos, bem como os do vinho, que tinham no canal Horeca o seu principal canal de escoamento. O turismo suspendeu a sua actividade e no Algarve isso tem um impacto gigante, estamos a falar de dois terços da actividade económica da região. Todos os sectores

que dependem mais do turismo, estão a sofrer. E aí incluem-se os pequenos fruticultores, os que não têm capacidade para exportar ou para entrar nas grandes superfícies. Esses foram os mais prejudicados.

Tem defendido a importância de fazer a ligação da promoção dos produtos regionais com o Turismo do Algarve. A pandemia veio de alguma forma travar esta estratégia...

Sim, está tudo parado. Mas o caminho aqui no Algarve tem de ser esse. Até para diferenciar o produto turístico, com valor acrescentado. Ou seja, é preciso trabalhar um turismo que aposte nos recursos endógenos, onde o agroalimentar é um dos activos chave. E ambos os sectores ficam a ganhar. Um porque melhora a percepção da qualidade do produto que é oferecido criando diferenciação; e para o agroalimentar é fundamental porque estamos a falar de milhões de visitantes que vão chegar aos países de origem e vão divulgar os produtos que aqui consumiram. E não há melhor publicidade do que a transmitida por quem “provou e gostou”. No caso da laranja do Algarve, subimos as exportações e neste momento, da totalidade da produção, cerca de 30% já vai para o mercado externo.

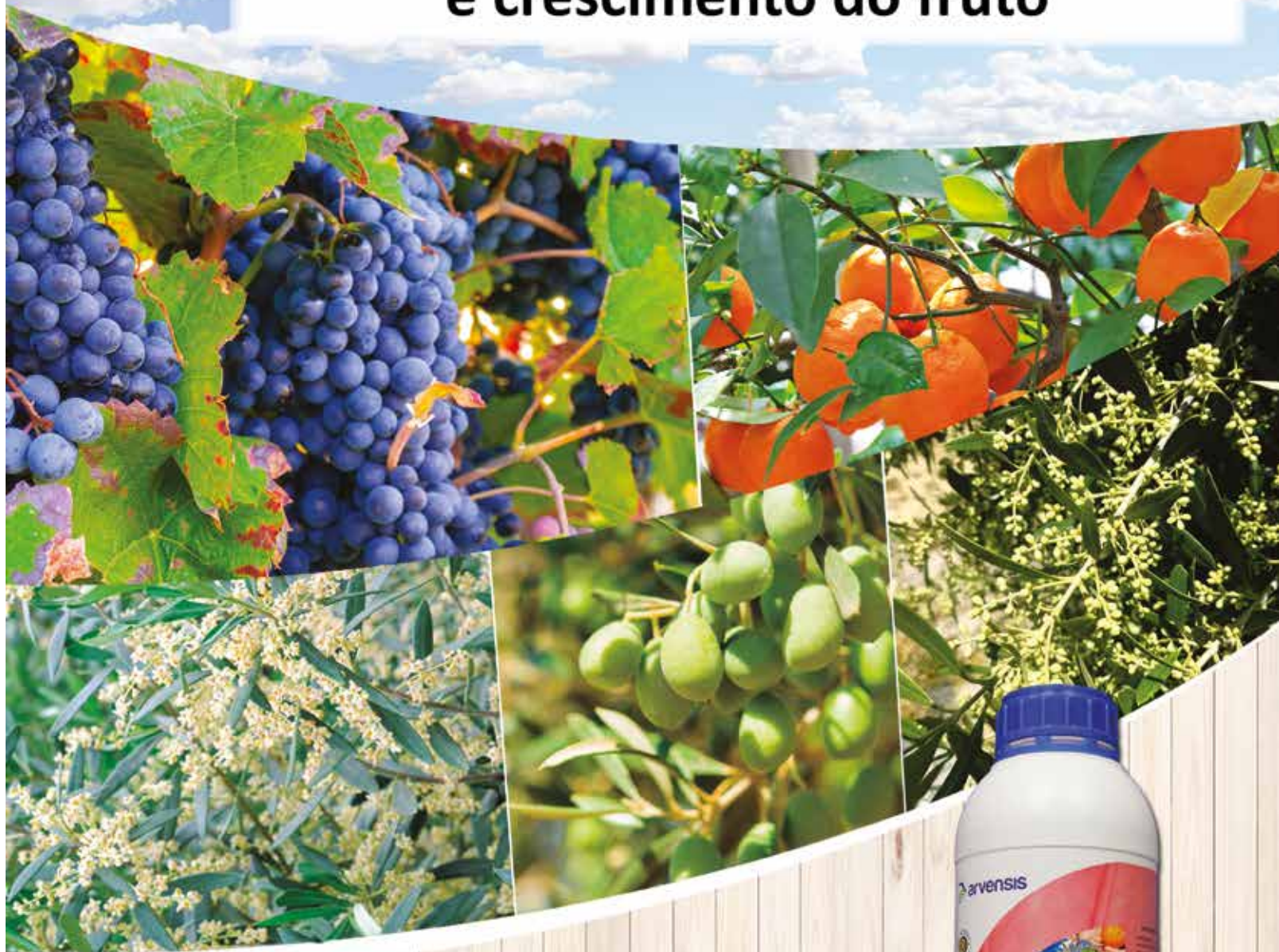
Os citrinos do Algarve já estão a conseguir afirmar-se no mercado internacional? É este o caminho?

O caminho, e o principal chapéu, é a Identificação Geográfica



Quicelum

O produto ideal para o vingamento
e crescimento do fruto



Protegida (IGP) dos Citrinos do Algarve. Esse é que tem sido o motor e a chancela que tem permitido a esta fileira aqui da região, quer na grande distribuição nacional, quer na exportação, ter um desempenho cada vez melhor. Porque isso é um garante de qualidade. Temos um selo que nos diz que, efectivamente, esta produção é feita de um determinado modo e tem um conjunto de características que a distinguem das produzidas noutras zonas. Isso é a melhor defesa que podemos fazer do produto. O que tem acontecido é que os produtores e as organizações de produtores (também por exigência do próprio mercado) estão cada vez mais a recorrer à certificação via IGP. Tem sido fundamental para grande parte do sucesso destes últimos anos. Por outro lado, notamos que há uma maior organização do sector, uma maior profissionalização. Tanto que o sector está presente, até através da Portugal Fresh, nas grandes feiras internacionais. Temos feito também um trabalho empenhado junto do Turismo do Algarve, do IAPMEI, também junto da grande distribuição, inclusivamente com cadeias internacionais que estão em Portugal, como o Lidl ou a Makro... Aliás, algumas dessas cadeias já estão até a levar a nossa laranja para as suas lojas do Norte e Centro da Europa.

Diria que os citrinos do Algarve já têm um peso considerável na economia nacional?

Sim, estamos a falar de um contributo já bastante interessante. Dentro do sector das frutas, esta é uma fileira com um peso crescente. E não falamos apenas de quantidade. Uma das coisas mais espectaculares que se tem verificado no Algarve, é que a área de pomar de citrinos tem diminuído, mas houve um aumento substancial da produção. Porque foi feito um rejuvenescimento dos pomares e os agricultores apostaram em variedades mais produtivas. Além do peso que os citrinos já têm em termos de exportação e na contribuição da balança comercial, temos também de destacar a notoriedade que o produto tem. Não tenho dúvidas que a laranja é uma marca estrela que alavanca a exportação de outros hortofrutícolas nacionais. Há uma série de países em que a palavra "Portugal" é associada à "laranja". Temos uma produção que cada vez é mais reconhecida e, apesar de estar a competir com outros grandes produtores mundiais, como Espanha,



consegue destacar-se. A laranja do Algarve aumenta a notoriedade para a restante produção hortofrutícola nacional. Se há sector onde Portugal é competitivo é no da hortofruticultura. E como é evidente, é importante termos um conjunto de apoios que permitam aos empresários fazer os seus investimentos e poderem recorrer a uma forte componente tecnológica, porque aqui preocupamo-nos muito com a questão ambiental, em implementar uma agricultura de precisão, menos impactante. Isso tem custos de produção superiores e todos os apoios serão obviamente muito bem-vindos.

A questão das pragas e doenças também se apresenta como um enorme desafio. O que se espera em termos de respostas para os problemas da fitossanidade?

Sabemos que há algumas pragas que são particularmente agressivas. Uma a que estamos atentos é à *Trioza erytreae* (conhecida como Psila africana dos citrinos), que já está presente em Portugal e já atravessou o Tejo. Estão a ser feitos lançamentos de um parasitóide, de modo a criar zonas tampão para evitar que desça até ao Algarve. Este insecto, além de causar prejuízos directos, é vector de uma doença que felizmente ainda não chegou à Europa, mas que será actualmente a maior calamidade que existe para os citrinos, que é o HLB, também conhecido por *Greening*. Depois, temos aquelas pragas que já existem há imenso tempo mas que também por causa das alterações climáticas vão-se mantendo activas durante quase todo o ano, como a mosca da fruta. A fitossanidade é, a par da água, um dos grandes desafios.

Em jeito de conclusão, que outros desafios juntaria a estes que referiu?

Outra situação a que é preciso dar resposta, tanto para permitir uma maior capacidade de exportação, como para uma maior capacidade de intervenção no mercado, e que serve todo o sector, é à rede de frio. É preciso criar mais estruturas de rede de frio com vista a dois objectivos: o próprio frio é um instrumento eficaz para o combate a determinadas pragas, nomeadamente para a mosca da fruta; e, por outro lado, para permitir que haja um maior controlo por parte dos empresários no aproveitamento dos melhores tempos de oportunidade para escoar a produção, porque lhes permite aumentar os tempos de conservação. Além disso, há duas outras situações, mas que são orgânicas. Não basta às empresas e às Organizações de Produtores terem *know how* na área técnica, na gestão e em marketing. O sector tem de se organizar melhor, para ter uma voz mais audível e conseguir ter uma maior capacidade de influenciar e de apresentar propostas de solução. Para concluir, gostaria de referir, e neste caso para todo o sector da hortofruticultura, que é fundamental a questão da comunicação para o exterior. Não basta nós sabermos que somos bons do ponto de vista da tecnologia, do conhecimento e da qualidade do que fazemos. É necessário que o mercado e que a opinião pública saibam disso. Trabalhando estes desafios, acredito que o sucesso se alcance de forma ainda mais rápida e eficaz. ●