

EMPRESA FRUTAS DOURO AO MINHO, S.A.

A empresa **Frutas Douro ao Minho S.A. (FDM)** é uma organização de produtores que se dedica essencialmente à produção e comercialização de kiwis. Esta Organização, localizada na freguesia de Santo Estevão (Briteiros), concelho de Guimarães, distrito de Braga, foi fundada em 1988 e conta atualmente com 83 acionistas. A FDM abrange uma área de cerca de 350 hectares de pomares de kiwi que representam 20% da área nacional e 40% da quota de mercado, correspondendo a uma produção média anual de 6 000 toneladas, aproximadamente.

Para conhecermos um pouco mais em profundidade esta organização, considerada a nível nacional, como empresa líder do setor, fomos falar com o seu Administrador Eng.º Rui Rua e Diretor Técnico Eng.º Fernão Veloso.

A entrevista foi conduzida por Raúl Rodrigues e Maria da Graça Barreiro.

APH – A designação Frutas Douro ao Minho (FDM) tem um carácter generalista. No entanto, quando se fala em FDM, associamos de imediato esta denominação ao kiwi. Foi a pensar apenas no kiwi que esta empresa foi criada?

FDM – Inicialmente foi assim. Quando foi criada a Frutas Douro ao Minho, há 20 anos, as exigências do mercado eram umas e hoje são outras. A estrutura então construída com um entreposto equipado com tecnologia e com certificações originou encargos elevados que não eram suportados por uma atividade canalizada simplesmente para um monoproduto, como o kiwi. Uma estrutura dessas dificilmente se poderia manter, a trabalhar só seis meses no ano. Então, a Frutas Douro ao Minho constituiu-se como Organização de Produtores (OP) em hortofrutícolas, uma vez que nem todos os produtos podiam coabitar com o kiwi. Assim, a Frutas Douro ao Minho está neste momento a estudar a maneira de ter produto disponível todo o ano adquirindo kiwi no hemisfério sul, ou outros produtos compatíveis com o kiwi, como por exemplo o melão.

APH – Durante a década de 80 do século passado, o kiwi veio alterar profundamente o panorama frutícola do noroeste português, sendo esta cultura considerada a “árvore das patacas” Como surgiu este projeto? Como e quando “nasceu” a FDM?

FDM – A Frutas Douro ao Minho nasceu em 1988, precisamente na sequência do aparecimento de vários pomares de kiwi. Nessa altura, os produtores entenderam que deveriam criar uma estrutura que permitisse escoar o seu produto. Assim, em 22 de novembro de 1988 nasceu a Frutas Douro ao Minho por escritura pública, passando-se depois à fase da organização da empresa com o estudo da localização e



Eng.º Fernão Veloso.

projeto. No ano seguinte fixámo-nos definitivamente nas instalações que ainda hoje ocupamos. Como disse há pouco, quando o kiwi apareceu, começaram a surgir vários produtores que sentiram a necessidade de uniformizar e normalizar a produção e de pensarem nos aspetos da conservação pós-colheita. Neste sentido, surgiu a Frutas Douro ao Minho cujos associados entenderam que o tipo de empresa mais adequado seria uma sociedade anónima e não uma cooperativa.

APH – Quantos acionistas tem a empresa e qual a área de produção de kiwi?

FDM – Neste momento a empresa possui 83 acionistas e a área total de produção ronda os 350 ha, dos quais 40 ha novos entram neste ano em plena produção, sendo que a área nacional de produção é da ordem dos 1600 ha.

APH – Quais são as cultivares que produzem?

FDM – Produzimos 99,9% da cultivar Hayward e temos ainda um campo de ensaio de novas variedades incluído num Plano Operacional 2013-2015.

APH – Isto quer dizer que há uma certa prudência no que respeita à introdução de novas variedades?

FDM – Sim, naturalmente, e o passado mostra isto. Por exemplo, a Nova Zelândia já está a fazer uma reestruturação varietal, já lhe chama o ouro antigo e o ouro antigo já tem seis anos. Somos cautelosos, não só na introdução de novas variedades mas também devido à crise que ocorreu em 1993, com a abertura do mercado único, surgimos com um esquema de crescimento a longo prazo, isto é fomos fazendo o investimento nas nossas instalações em função da produção. Do nosso lado, sempre vimos o aumento da produção visando um crescimento sustentável.

APH – No início da década de noventa, para além do apoio às novas plantações, foram investidos fundos comunitários em instalações de frio, com capacidade para 15 000 toneladas, valor que passados vinte anos ainda não foi alcançado. Como justifica tal situação?

FDM – Para que o setor se revele sustentável, qualquer potencial produtor, deveria assumir logo à partida, um compromisso de vinculação a uma organização de produtores, de forma a evitar a dispersão da oferta e a distorção dos preços

no mercado. Porém, existem organismos que se consideram representativos do setor e que querem chamar a si a responsabilidade do apoio aos agricultores, como é o caso da APK – Associação de Produtores de Kiwi, pois entendem que o *know-how* está do lado deles. Em nossa perspectiva, quem tem que representar os seus produtores e bem são as respectivas OP's e mesmo estas deveriam fundir-se para valorizar o kiwi português, para que a marca de 'origem Portugal' seja reconhecida internacionalmente.

APH – Qual a produtividade média por hectare para um pomar ser considerado rentável?

FDM – Entre os acionistas da FDM, a produtividade média dos últimos 5 anos situa-se entre as 20 e 25 t/ha/ano. Para que um pomar possa ser considerado rentável, a produtividade média anual deverá ser da ordem das 25 t/ha.

APH – Qual a capacidade de frio que a empresa possui?

FDM – Atualmente, a capacidade de frio é de 5 000 t, mas temos também uma unidade associada, a Kiwi Ibérica, localizada em S. Pedro da Torre, no concelho de Valença, com uma área de produção de 38 ha, que nos possibilita um aumento da capacidade de frio em mais 1 200 t. Da capacidade de frio total instalada, apenas 40% das câmaras estão em atmosfera controlada, uma vez que o pico de vendas corresponde ao período compreendido entre os meses de fevereiro a abril.

APH – Como pode justificar essa situação de uma baixa percentagem de câmaras de atmosfera controlada?

FDM – Apesar de assegurarmos o mercado de dezembro até junho, em dezembro há muita oferta de frutos provenientes de outras origens, nomeadamente de Itália, França e Grécia. Neste sentido, a melhor época de vendas para o produto nacional é de fevereiro a abril, pelo que o uso do frio convencional satisfaz plenamente as nossas necessidades atuais.

APH – Para além da produção própria dos acionistas, comercializam frutas de outros produtores. E que espécies?

FDM – No que respeita ao kiwi, estamos a tentar restringir a comercialização à produção dos nossos acionistas. No entanto, a FDM faz parte de um consórcio com um peso considerável no mercado hortofrutícola – a EUROFRUTAS, pelo que uma das formas de rentabilização das câmaras de frio, durante o período de primavera-verão, é a conservação de ameixa e de pêra 'Rocha' provenientes de pomares do grupo em que a FDM está inserida. Operamos também com laranjas de outras proveniências, mas em pequena quantidade. Isto é uma forma de estarmos presentes no mercado durante

o ano inteiro e não só durante os seis meses de comercialização do kiwi.

APH – Qual o perfil dos acionistas?

FDM – Temos de tudo, pequenos produtores que fazem a atividade em regime de *part-time*, durante o fim-de-semana mas que encaram a atividade com profissionalismo e os verdadeiros profissionais que são empresas vocacionadas para o setor. Por sua vez, a FDM também tem o chamado 'pulmão' de produção própria. Para 2015, perspetivamos ter um aumento da área de produção própria, até cerca de 50 ha.

APH – Quais os recursos humanos de que a empresa dispõe?

FDM – Presentemente dispomos de 11 funcionários efetivos. Dado o caráter sazonal da atividade, nos períodos de ponta, ou seja, de normalização em embalagem, o número de funcionários chega a atingir os 30 a 35.

APH – Que tipo de serviços a FDM presta aos seus acionistas?

FDM – A FDM dispõe de um quadro técnico para apoio permanente aos produtores, de forma a conseguirem produção em quantidade e qualidade de acordo com as exigências do mercado. Cerca de 20% dos produtores estão certificados em GlobalGap os restantes 80% estão certificados em Produção Integrada (PI).

APH – Como é feito o acompanhamento dos pomares? Os acionistas são autónomos ou têm apoio técnico permanente por parte da FDM?

FDM – O acompanhamento técnico começa na escolha dos locais para a instalação dos pomares, na aquisição do material vegetal, preparação do terreno, aconselhamento e acompanhamento de todas as técnicas culturais, durante todo o ciclo vegetativo. Como estamos certificados em GlobalGap e em Produção Integrada, o que exige o cumprimento de regras muito apertadas de forma a garantir a rastreabilidade do produto, o apoio técnico revela-se crucial para que a FDM seja bem sucedida ao nível do mercado nacional e internacional.

APH – No documento de 2008 “Estratégia Nacional para o Sector das Frutas e Produtos Hortícolas” faz-se uma análise da situação do Setor, visando a produção, comercialização e de um modo geral a organização da fileira, incluindo as Organizações de Produtores. No tocante à qualidade dos produtos, numa base das boas práticas agrícolas e ambientais, qual o atual ponto da situação e que medidas têm sido empreendidas?





Ramo de kiwi.

FDM – O kiwi ainda não exige muitos cuidados em termos fitossanitários. Tanto os nossos técnicos como os produtores estão sensibilizados para a implementação do código das boas práticas agrícolas e ambientais. Existe um grande esforço da parte da FDM e dos produtores em maximizar a fertilidade do solo, diminuindo substancialmente as fertilizações azotadas e racionalizando ao máximo o uso da água através do recurso a sondas e estações meteorológicas para monitorização das necessidades de rega. Tal como já foi referido anteriormente, existe uma escolha criteriosa dos locais para instalação dos pomares.

APH – Em relação ao futuro, quais os principais desafios que pensam vir a enfrentar?

FDM – Precisamos que o país invista em investigação e em desenvolvimento experimental para que o setor acompanhe a evolução das tendências de mercado e consiga produzir de modo sustentável. Sentimos necessidade de união do setor, de forma a contrariar o esforço pouco compensador da comercialização voltada essencialmente para as grandes superfícies.

Na internacionalização apostamos no mercado de proximidade, com a Espanha que consome cerca de 110 000 toneladas por ano. Temos a marca portuguesa (Delminho®) consolidada no mercado espanhol há já oito anos, altura em que o kiwi português não era devidamente valorizado. No entanto, os operadores espanhóis vinham buscar o produto a Portugal. Hoje, o kiwi português Delminho® é tão cotado no mercado espanhol como a marca neozelandeza Zesperi®.

Em termos de perspetivas comerciais temos como objetivo a médio prazo conseguir 50% da cota de mercado português.

APH – Na atual conjuntura de mercado, altamente competitiva, quais são os principais clientes da FDM?

FDM – Todas as cadeias de supermercados portugueses, mercados abastecedores de norte a sul, linhas brancas para várias grandes superfícies. Também os mercados internacionais, quando interessa, principalmente quando a oferta por parte de Itália não é tão forte.

APH – Como se tem perspetivado o desenvolvimento da empresa face à necessidade constante de adaptação às solicitações do mercado?

FDM – Atualização contínua de equipamentos e das normas de integração em novos mercados, o que é inevitável. Para além das certificações já mencionadas, adotámos recentemente na nossa estrutura as normas BRC (british retaill consorce).

APH – Sabe-se, hoje em dia, que o sucesso de uma empresa passa por uma aposta forte na inovação. Neste sentido, seria interessante saber se a empresa tem consciência que o aumento do conhecimento e do desenvolvimento experimental poderão ser uma mais-valia para o êxito empresarial?

FDM – É o que estamos a fazer. Temos marcado presença constante em congressos e eventos técnicos internacionais. Temos participado ativamente em projetos internacionais de investigação disponibilizando para os estudos os nossos campos experimentais e tentamos estabelecer parcerias com organizações de referência a nível mundial da fileira do kiwi.

APH – Estão satisfeitos com a investigação que tem sido feita pelas entidades oficiais (ministério da agricultura, universidades) sobre esta cultura? De que forma a FDM tenta envolver-se?

FDM – Reconhecemos que a cultura do kiwi é recente e tem ainda pouca expressão. Não é atrativa para investigar. Para crescer tem que haver ao redor dela toda a tecnologia e massa crítica necessária para dar resposta a problemas que surgem, como a *psa (Pseudomonas syringae Pv. Actinideae)*. Sentimos que há que intensificar as relações e criar parcerias com países como a Nova Zelândia, Estados Unidos, Itália, Chile e Espanha que há muito trabalham a cultura.

APH – Que ligações a FDM tem mantido ou pensa vir a manter com os Centros de Conhecimento Nacionais (Laboratórios de Estado, Universidades, Institutos Politécnicos) para o desenvolvimento dos seus projetos empresariais?

FDM – Sempre tivemos parcerias com centros de investigação e universidades nacionais e estrangeiras. O plano estratégico para aumento da plantação em 2002, o Projeto AGRO 688 (melhoria da qualidade dos produtos) e outro projeto para a pós-colheita são exemplos, juntamente com a realização de vários simpósios para fomento da cultura, da nossa articulação com os sectores responsáveis pela inovação. Mais recentemente participamos num projeto sobre a qualidade do fruto ao nível da matéria seca, em parceria com a Estação Fitopatológica do Arieiro (Pontevedra, Galiza).

APH – Que tipo de formação presta a empresa a quem deseja aprofundar o seu conhecimento sobre a cultura da actinidia?

FDM – A FDM tem um manual técnico, semelhante ao da PI, mas mais abrangente, em termos de registo de informação. Acompanhamento *in loco* sempre que necessário, bem como ações de formação profissional.

APH – Como vêem a competitividade da produção nacional relativamente aos restantes países produtores? Será uma cultura que tem futuro?

FDM – A competitividade vê-se na qualidade do produto, pela boa aceitabilidade do mercado. O facto da maioria dos produtores serem pequenos produtores constitui um constrangimento à competitividade. No entanto, há que referir que existem dois tipos de produção: *low cost* e a diferenciada. A “saída” para Portugal é a produção diferenciada, um kiwi em que o consumidor se reveja nas características do produto. Um produto certificado e devidamente diferenciado. Necessidade de marcas portuguesas, de forma a termos um produto personalizado com a marca de origem e imagem “Portugal”.

APH – Que pensam sobre a cultura do kiwi no modo de produção biológico (MPB)? Qual o ponto de situação da FDM?

FDM – Presentemente, comercializamos cerca de 30 t em MPB. Os mercados querem calibres médios. Apesar de haver um aumento de preço, de cerca de 10%, esta prática não se torna rentável para o produtor. O mercado está recetivo ao kiwi biológico, mas ao mesmo preço do convencional.

APH – Recentemente têm sido introduzidas novas



Calibradora de Kiwis.

cultivares de kiwis no mercado, designadamente kiwis precoces e kiwis de polpa amarela. De que forma os mercados têm reagido e qual o ponto de situação na FDM?

FDM – As novas cultivares ainda têm pouca expressão. Entre as várias cultivares existentes, apostamos na 'Summer Kiwi'. Presentemente, temos 3,5 ha e uma produção de 80 toneladas. Trata-se de uma cultivar mais saborosa que outras precoces, pelo que tem tido uma boa receptividade no mercado.

APH – Como está a ser equacionado o futuro da empresa? Que apostas estão a ser feitas visando a internacionalização do mercado?

FDM – Estamos atentos à evolução dos mercados. Estamos a trabalhar na vertente internacional, pelo que temos vindo a apostar no aumento sustentado da produção de forma a dar resposta à evolução dos mercados. Presentemente temos uma cota de 40% do mercado português e de 4,5% do mercado espanhol. A área de frio instalado tem capacidade para aumentar, mas este aumento será gradual (tal como tem vindo a acontecer desde a fundação da FDM) e sempre em função da capacidade produtiva e da evolução dos mercados.



EUROFRUTAS, consórcio para a comercialização de Kiwis do qual faz parte a FDM.

APH – Para prosseguir todo esse caminho com que apoios estão a contar?

FDM – Não desperdiçamos quaisquer linhas de apoio, incluindo os apoios comunitários. Contudo, sempre que podemos, fazemos investimentos utilizando capitais próprios. Os apoios comunitários têm-se revelado fundamentais para os investimentos realizados e para aqueles que iremos projetar num futuro próximo, principalmente ao nível do equipamento e da melhoria e ampliação das instalações.

*Em nome da APH queremos agradecer a vossa disponibilidade para nos concederem esta entrevista, que vai permitir dar a conhecer aos nossos leitores e associados uma empresa que é, já hoje, uma referência a nível nacional, particularmente, na produção e comercialização de Kiwi. À **Frutas Douro ao Minho** desejamos os maiores êxitos e sucessos empresariais que, em muito, contribuirão para o desenvolvimento da fruticultura em Portugal.*

Muito obrigado!

Crescemos naturalmente como as plantas.

BRAS PLANTA

Instalações junto à A 1 e ao acesso à A 15, em Santarém.

PRODUÇÃO DE PLANTAS HORTÍCOLAS E FLORES DE ÉPOCA

Distribuição directa ao Produtor e a Revendedores

Telef. geral: 243 333 798
 Telemóvel: 912 216 378
 Fax: 243 333 395
 e.mail : geral@brasplanta.mail.pt

Acréscetámos mais 55% de área para as nossas plantas