

# Raças, variedades e castas portuguesas

Pedro Santos, Pedro Falcato, Rui Almeida, Luís Mira  
CONSULAI . [www.consulai.com](http://www.consulai.com)

Os diversos investimentos efetuados nas explorações agrícolas portuguesas, nos últimos anos, tiveram impactos muito importantes, nem sempre positivos, nas raças, variedades e castas portuguesas com que os agricultores trabalham atualmente.

Não existiu, por exemplo, uma estratégia nacional de promoção dos produtos provenientes de raças, variedades e castas portuguesas, que incentivasse os agricultores a trabalhar com estas. A opção dos produtores privilegia sempre a viabilidade e sustentabilidade das suas explorações, centrando as decisões de investimento em alternativas que permitam a comercialização das suas produções nos canais de escoamento existentes ou de maior volume.

Sem a existência de uma maior valorização no mercado das raças, variedades e castas portuguesas, os investimentos das explorações agrícolas portuguesas nunca irão recair sobre estas, reduzindo a capacidade de diferenciar os produtos portugueses no mercado global. Alguns exemplos:

- O cruzamento de animais de raças autóctones portuguesas com animais de outras raças acarreta a perda de diferenciação dos produtos comercializados, que se consegue quando se trabalha com animais em linha pura.
- A produção de vinhos com castas não nacionais faz com que os nossos vinhos pas-

sem a ser idênticos aos vinhos produzidos noutros países onde essas castas também estejam presentes.

- Os azeites produzidos com variedades de azeitona portuguesas são diferentes, em sabor e no aroma, dos produzidos com as variedades mais produtivas ou com maior rendimento em azeite, normalmente utilizadas nas plantações superintensivas recentemente instaladas em diversos Países, incluindo Portugal.

**“Sem a existência de uma maior valorização no mercado das raças, variedades e castas portuguesas, os investimentos das explorações agrícolas portuguesas nunca irão recair sobre estas, reduzindo a capacidade de diferenciar os produtos portugueses no mercado global.”**

Quando os produtos originários das explorações agrícolas portuguesas chegam ao mercado, que se encontra aberto à concorrência mundial, deparam-se com os produtos provenientes de todo o mundo e, nessa altura, todos os argumentos são importantes para se poderem diferenciar.

Se a nossa carne, enchidos, queijos, produtos hortofrutícolas, vinhos ou azeites são produzidos de uma forma semelhante à dos nossos concorrentes, e possuem as mesmas características, a única possibilidade que resta para diferenciar os produtos é, quase sempre, o preço. No entanto, dadas as características das nossas explorações agrícolas (pequena dimensão e menor grau de meca-

nização que muitos dos nossos concorrentes) necessitamos de despende de mais recursos para produzir o mesmo, ou seja, não conseguimos apresentar preços competitivos e os nossos produtos acabam preteridos relativamente aos dos nossos concorrentes. O início de um novo ciclo de apoios ao setor agroalimentar, no período 2014-2020, surge como uma oportunidade única para orientar os produtores portugueses numa estratégia nacional de utilização dos fatores

diferenciadores da nossa agricultura, nomeadamente maximizando o nível de apoio aos agricultores que decidam trabalhar com raças, variedades e castas portuguesas, promovendo a sua produção.

Simultaneamente, na estratégia de promoção dos produtos portugueses e de internacionalização do setor agroalimentar, deve existir uma aposta individualizada de suporte à promoção de produtos provenientes de raças, variedades e castas portuguesas, que são aqueles que efetivamente se podem diferenciar a médio e longo prazo.

Não podemos promover de igual forma, por exemplo, enchidos produzidos com animais de raças autóctones portuguesas e enchidos produzidos com animais de outras raças ou cruzados, sob pena da mensagem de diferenciação dos produtos não chegar até aos consumidores e não se conseguir comercializá-los pelo valor desejado.

A promoção dos produtos provenientes de raças, variedades e castas portuguesas pode até ser efetuada de forma integrada com a dos restantes produtos (não diferenciados por esta via), aproveitando as sinergias provenientes da promoção conjunta dos produtos portugueses, mas deixando claras as diferenças entre os produtos para não prejudicar os produtos com maior potencial para marcar a diferença no mercado. Há que apostar no que nos diferencia e que é realmente nosso, porque só assim será possível garantir a viabilidade e sustentabilidade de grande parte das explorações agrícolas portuguesas, particularmente as de menor dimensão. 🍷

Gil Garcia

