

# VIDA RURAL



MENSAL · Nº 1801  
ANO 62  
OUTUBRO 2014  
3,60€ (CONTINENTE)

REVISTA PROFISSIONAL DE AGRONEGÓCIOS

[www.vidarural.pt](http://www.vidarural.pt)

## LEITE DE CABRA PRECISA-SE!



**MASSÓ**  
AGRO DEPARTMENT

**CULTURAS**  
CHINESES PRODUZEM  
HORTÍCOLAS ASIÁTICOS  
EM PORTUGAL

**TENDÊNCIA**  
BAGAS DE SABUGUEIRO  
PODEM SER  
APOSTA VIÁVEL

**OLIVICULTURA**  
COLHEITA MECANIZADA  
EM OLIVAIAS  
DE MONTANHA



# Leite de cabra precisa-se!

Os produtos de cabra são dos que mais crescem no mercado nacional de lácteos, mas uma maior progressão é travada pela falta de matéria-prima, mesmo com o preço a aumentar. Os fabricantes com quem falámos têm em carteira novos produtos de cabra, mas acabam por ficar em standby à espera de mais leite e alguns até já vão buscá-lo a Espanha.

Texto . Emília Freire

Fotos . David Oitavem

Apesar de a maioria do leite consumido ser de vaca, a procura de leite e derivados de cabra tem vindo a aumentar na Europa, em parte devido à convicção de que é mais saudável que o leite de vaca. A composição do leite de cabra é semelhante à do leite humano, o que facilita a sua digestão, especialmente para pessoas com alergias. O leite de cabra contém também menos calorias e menos colesterol e oferece um aporte de minerais e vitaminas similares ao do leite de vaca. Tudo isto, a par da associação dos queijos e manteigas de cabra a uma gastronomia gourmet, tem feito crescer este segmento do mercado de laticínios em Portugal.

E podia crescer ainda mais: “a maior condicionante é a falta de matéria-prima e de agricultores profissionais”, assegura João Amaro, diretor-geral da Tété. Uma ideia também sublinhada por João Santiago: “não podemos lançar novos produtos porque não temos leite de cabra disponível”. E, frisa o administrador do grupo Santiago, “apesar de os preços terem vindo a subir, aumentando cerca de 50% nos últimos dois anos”.

Filipe Fraga, administrador da Queijos Tavares, de Carragosa, Seia, diz também que “relativamente à nossa região, ainda há poucos caprincultores, logo não conseguimos suprir as nossas necessidades, por isso acabamos por ter de recorrer a outras regiões do nosso país e também a Espanha”.

Já o administrador-delegado da líder do mercado de queijos de cabra, a Queijo Saloio, salienta que “temos a maior recolha de leite de cabra do País, mas não é suficiente para as nossas necessidades. Temos alargado a nossa zona de influência e complementamos a recolha com compras de leite de cabra a operadores espanhóis”. Por isso, afirma Rui Marciano, “temos um plano de crescimento da recolha de leite de cabra para os próximos três anos que esperamos atingir através da angariação de novos produtores e do aumento de produção dos produtores atuais”.

Aliás, aliciar os caprincultores com quem trabalham para comprarem mais animais e aumentarem a sua produção tem sido a principal forma de as fábricas conseguirem ter



A maior condicionante é a falta de matéria-prima e de agricultores profissionais

mais leite de cabras nos últimos anos, porque os novos agricultores que iniciam esta atividade não chegam literalmente para ‘as encomendas’.

## Leite o ano inteiro

O diretor-geral da Tété refere que outro problema é o facto de haver ainda muitos produtores que “não pensam com mentalidade de empresário agrícola, mas de pastor”, ao continuarem a trabalhar para os cabritos e não para o leite. “Nós queremos leite o ano inteiro”, afirma João Amaro, porque é isso que o consumidor quer. O responsável lembra ainda que esta forma de encarar a criação de cabras faz com que o preço seja muito volátil, “porque quando é altura de cabritos não há leite”.

João Santiago fala do mesmo problema referindo que “de julho a janeiro é a altura pior”, por isso, adianta o administrador do grupo Santiago, “pagamos o preço do leite em função da qualidade, da quantidade e da disponibilidade”.

Uma fórmula também usada pela Tété, com João Amaro a dizer-nos que “nesta altura, o preço que pagamos pelo leite de cabra aos

produtores com quem temos contrato, ou seja seis, situa-se entre 0,55€ e 0,70€”.

As cabras têm um período de lactação relativamente curto, sendo muito fotossensíveis, assim, para contornar esse problema e aumentar a produção de leite, os produtores têm de recorrer à inseminação artificial e ao controlo dos ciclos de reprodução, tornando o maneio destes animais um pouco mais complexo.

## Segmento cabra cresce cá e lá fora

O administrador-delegado da Queijo Saloio – que tem “a liderança destacada no segmento de queijos de cabra com cerca de 45% de quota, com a marca Palhais de Portugal” – refere que “a dinâmica que se tem verificado neste segmento, em particular no negócio para exportação, tem contrariado a estagnação que se tem registado nos restantes segmentos do mercado”. Rui Marciano diz mesmo que “o melhor exemplo desta realidade é o facto de a nossa gama de queijos de cabra Palhais de Portugal representar, este ano, 80% do valor das vendas para exportação e este canal apresentar um crescimento superior a 100%”.

Mas o mercado nacional de queijos de cabra também tem crescido fortemente. Veja-se o exemplo da Tété: “o leite de cabra representa hoje cerca de 10% do leite que trabalhamos, o que significa uma taxa de crescimento anual que ronda os 150%”, assegura João Amaro. Igualmente Filipe Fraga, da Queijos Tavares, e José Guilherme sentem o crescimento deste segmento de mercado, com o proprietário da Queijaria Guilherme, em Serpa, a destacar o aumento de vendas do queijo de cabra fresco.

Este segmento é rentável, asseguram os responsáveis com quem falámos, “no entanto, as dificuldades que se têm verificado no aprovisionamento do leite de cabra, com o consequente agravamento dos preços, tem degradado as margens de comercialização do produto acabado”, alerta Rui Marciano.

### Queijo fresco em forte crescimento

O queijo de cabra fresco é dos produtos que mais tem recolhido a preferência dos consumidores, sendo o ‘rei’ no caso da Santiago (líder do mercado de queijos frescos) e da Tété. Das unidades destas empresas que visitámos – Tété II, em Carcavelos (Lousa – Loures), e Santiago, em Montemuro (Malveira – Mafra) – saem todos os dias milhares destes queijos.

O diretor-geral da Tété, empresa que remonta a 1960, explica que “temos capacidade de armazenamento para 50 mil litros de leite, mas laboramos nesta altura entre 20 a 30 mil litros, para queijos frescos, requeijão, queijos curados e manteigas tradicionais, com o leite de cabra a representar cerca de 10%”. João Amaro adianta que “o campeão de vendas é o ‘copo castelo’, de que fabricamos cerca de 20 mil unidades/dia, num total de 40 a 50 mil unidades/dia que fazemos”.

O grupo Santiago, que começou em Castelo Branco em 1918, tem três unidades de produção: Montemuro, Monforte (o grupo tem a exploração da Monforqueijo) e Porto (onde só transforma produto: fatiados, cubos, etc.). Em Montemuro produz todo o queijo fresco (de vaca e cabra) e requeijão (vaca e ovelha), enquanto de Monforte saem os queijos curados (ovelha e cabra).

“O queijo fresco representa cerca de 50% do



O queijo de cabra fresco é o segmento em maior crescimento

negócio do grupo e o queijo fresco de cabra é 10% deste produto, ou seja 5% do total de vendas do grupo”, explica à VIDA RURAL, João Santiago.

Na fábrica de Montemuro, que a empresa comprou à JD há 19 anos, são feitas diariamente, em média, cerca de 200 mil unidades. “Laboramos em média 60 mil litros de leite/dia, sendo que 60% é vaca, 35% cabra e 5% ovelha”, adianta o administrador.

A unidade de Monforte transformou de janeiro a julho deste ano (altura de maior produção dos queijos curados) “650 mil litros de leite de cabra, o que dá uma média de 93 mil litros por mês”, acrescenta.

### Produtos cada vez mais diversos

A Queijo Saloio, que tem uma unidade produtiva na sua sede em Ponte do Rol, Torres Vedras, e outra em Abrantes, produz atualmente cerca de 25 produtos elaborados a partir de vários lotes de leite de cabra, todos com a marca Palhais de Portugal. “Acabámos de lançar duas novas referências: Palhais com Alho e Ervas e Entradas & Saladas com Alho e Ervas”, informa o administrador-delegado, adiantando que “os produtos desta gama com maior aceitação por parte do consumidor são o Palhais Original, o Palhais Rústico e o Palhais Entradas & Saladas”.

Rui Marciano diz-nos ainda que “nos últimos cinco anos lançámos sete novos produtos elaborados a partir de leite de cabra:

Palhais Gourmet Pimentão, Palhais Teor de Sal Reduzido, Palhais Light, Palhais Rústico Pimentão, Palhais Especial Saladas Light, Palhais com Alho e Ervas e Palhais Entradas & Saladas com Alho e Ervas. Todos estes novos produtos são comercializados com a marca Palhais de Portugal”.

Já Filipe Fraga, da Queijos Tavares, também diz que “o Queijo de Cabra Curado, dentro dos produtos com leite de cabra, como matéria-prima, é dos mais procurados pelos consumidores”. O administrador da empresa de Seia informa ainda que nos últimos cinco anos lançou “o Queijo Fresco de Cabra, pelo facto de ser um produto em escassez e com bastante procura e também por na nossa região ainda ser um produto pouco explorado”. Na Queijaria Guilherme, o Queijo de Serpa DOP (ovelha) é o ex-líbris, mas nos últimos anos a empresa lançou diversos novos produtos também de cabra, como “o Queijo de Cabra Fresco e Curado com Ervas Aromáticas embalado a vácuo que confere ao produto uma melhor conservação. Porque fomos ao encontro de novos sabores para satisfazer outro tipo de clientes”, explica o proprietário, José Guilherme, que faz queijos há 25 anos com a mãe, que ainda trabalha na unidade fabril.

Além destes novos produtos lançados mais recentemente, a empresa alentejana tem também manteigas tradicionais de ovelha e cabra e vários queijos de cabra frescos e curados, sem e com ervas e ainda queijos em azeite, uma tradição antiga que a Queijaria Guilherme retomou.

PUB



## FERTIPRADO

PASTAGENS E FORRAGENS ricas em energia, proteína e alta digestibilidade

## Anos difíceis, respostas fáceis

facebook.com/fertiprado

www.fertiprado.com  
(+351) 245 569 000



Na Tété, conta-nos João Amaro, “em produtos de cabra dispomos de sete variedades de produtos, entre queijos frescos e manteigas” e, salienta o diretor-geral, “temos mais produtos de cabra testados e aprovados internamente, mas com os quais não avançamos devido à falta de matéria-prima”.

Enquanto a Santiago, além do líder de vendas Queijo Fresco de Cabra (em vários tamanhos e embalagens), dispõe de uma oferta diversa de queijos curados de cabra como: Queijo de Cabra Curado Atabafado Campainha; Queijo de Cabra Curado Santiago; Queijo de Cabra Curado Cancela Aberta; Queijo Cabra Curado Quinta do Olival, Cura Superior a 2 Meses; e Queijo Cabra Curado Quinta Olival.

Apesar da escassez de leite de cabra os fabricantes têm vindo a aumentar o seu leque de produtos no mercado para satisfazer a procura do consumidor e asseguram que vão lançar novos produtos em breve, como é o caso da Queijos Tavares e da Queijaria Guilherme, que não quiseram, todavia, divulgar pormenores. Mas o responsável da Queijo Saloio assegurou: “incluímos vários produtos de cabra no nosso plano de lançamento de novos produtos, nomeadamente Palhais Rústico Merendeira, Palhais Rústico Fatias, Medalhão de Chèvre e Chèvre com ervas” e “prevemos lançar no final deste ano uma gama específica para lojas Gourmet”.

#### Modernizar não esquecendo a tradição

Em todo este leque de produtos os fabricantes procuram manter as características apreciadas no leite de cabra – intenso, doce e aromático, mas também um pouco salgado e herbáceo –, mas aligeirando aos aspetos menos agradáveis, nomeadamente o chamado ‘bedum’.

Nos produtos frescos, a pasteurização acaba por eliminar praticamente as caracte-

rísticas indesejáveis, que se deviam quase exclusivamente aos processos tradicionais e com um muito menor grau de higiene, mantendo intacto o aroma do leite de cabra. Os queijos curados podem ser elaborados com leite cru, fervido ou pasteurizado, mas, também aqui, as condições de higiene influenciam. Além do tipo de leite, os diversos tempos e locais de cura (com mais ou menos humidade e temperatura) fazem toda a diferença na textura e sabor do queijo.

**“Relativamente à nossa região, ainda há poucos caprincultores, logo não conseguimos suprir as nossas necessidades, por isso acabamos por ter de recorrer a outras regiões do nosso país e também a Espanha.”**

Filipe Fraga, Queijos Tavares

O administrador-delegado da Queijo Saloio explica que a empresa considera “que as características que os consumidores mais valorizam nos nossos produtos são o sabor genuíno, fruto de uma escolha criteriosa das melhores matérias-primas e de processos tradicionais de produção”, assim, “sendo o sabor o aspeto mais valorizado no consumo de queijo, a Saloio tem uma preocupação permanente em manter processos de produção que respeitem a tradição e, em simultâneo, que consigam colher os aspetos aromáticos e herbáceos do leite de cabra”. Rui Marciano acrescenta que “numa fase posterior, a preocupação centra-se nos métodos de cura que obrigam a um controle rigoroso da temperatura e humidade enquanto os diversos tipos de queijo envelhecem nas caves de cura da empresa”.

#### Exportação é aposta

Embora todos garantam que o core busi-

ness é no mercado nacional, como referiu Rui Marciano, a venda para fora de Portugal tem vindo também a aumentar, com os produtores a aproveitarem o reconhecimento da qualidade dos produtos nacionais para conseguirem novos mercados e melhores preços. Assim haja leite...

O administrador da Queijos Tavares salienta que “pretendemos conquistar o mercado nacional mas também a exportação, visto que queremos dar visibilidade aos nossos produtos e à nossa marca”. E Filipe Fraga acrescenta: “neste momento vendemos para os Estados Unidos, França e Bélgica, mas não queremos ficar por aqui, continuamos à procura de mercado”.

Também José Guilherme afirma que “apostamos com maior ênfase no mercado nacional, mas exportamos mais para a Suíça”.

Por seu lado, o administrador-delegado da Queijo Saloio refere que “as vendas para o mercado nacional representam atualmente cerca de 80% do volume de negócios da empresa. (...) No entanto, o processo de internacionalização das nossas marcas iniciou-se há vários anos e tem vindo a consolidar-se nos últimos anos. Em 2013, o negócio para exportação registou um crescimento de 15%”. Rui Marciano adianta que “exportamos atualmente para cerca de 40 países. Na Europa,

destacam-se a Alemanha, Espanha, França, Polónia e Reino Unido. (...) Fora da Europa, desenvolvemos um negócio muito relevante em Angola, Moçambique, Brasil e Canadá”. Para 2014, a empresa de Torres Vedras prevê “um crescimento de 120% nas vendas para mercados externos, possível com a consolidação do negócio na Europa e Angola, juntamente com a abertura de novos clientes no Brasil, China e EUA”.

Já a Tété começou recentemente a exportar para Moçambique (queijos frescos e manteigas) e Suíça (queijos frescos), através de operadores nacionais, “vamos fazer um teste na Polónia e aderimos recentemente à PortugalFoods, sendo que um dos objetivos é incrementar os contactos internacionais, e iremos já este ano ao SIAL de Paris”, explica o diretor-geral.

João Santiago diz-nos que no grupo Santiago “a exportação é residual, representando apenas 2 a 3% das nossas vendas totais”. ☺