



Infestantes, fitossanidade, clima, rega, ferramentas de apoio à decisão, consumo e mercados foram temas em foco na edição de 2026 da "Jornada Técnica da Batata".

Carlos Afonso

A segunda edição da "Jornada Técnica da Batata" decorreu a 14 de Maio nas Caldas da Rainha. O evento foi organizado pela Porbatata – Associação da Batata de Portugal, em parceria com o Centro Operativo e Tecnológico Hortofrutícola Nacional (COTHN) e com a Federação Nacional das Organizações de Produtores de Frutas e Hortícolas (FNOP).

Na sessão de abertura, Paulo Simões, presidente da Direcção da Porbatata, destacou os grandes desafios que a agricultura enfrenta – climáticos, fitossanitários, de mercados –, que 2025 foi «demasiado desafiante» para a fileira da batata e que a "Jornada Técnica da Batata" é uma oportunidade para começar a delinear estratégias, para reflectir sobre o futuro desta fileira e para partilhar conhecimentos. Apelou ainda a que «acreditem na nossa cultura», porque «é uma cultura com futuro».

Boas práticas

No primeiro painel temático do evento, dedicado ao tema "Produção e sanidade vegetal", Isabel Calha, do Instituto Nacional de Investigação Agrária e Veterinária (INIAV), falou so-

bre infestantes em batateira. Salientou os desafios colocados aos agricultores pela redução de substâncias activas (por exemplo, o uso de metribuzina como herbicida foi proibido em Novembro de 2025 e está prevista para 2027 a retirada do mercado do prosulfocarbe), pela limitação dos modos de acção (as 17 substâncias activas autorizadas para utilização como herbicida em batateira correspondem a nove modos de acção diferentes – com a eficácia a depender de se intervir no estado fenológico adequado e de se respeitar a dose recomendada no rótulo) e pela resistência aos herbicidas (pelo que, ao aplicar herbicidas, se deve alternar o modo de acção, existindo ferramentas *online* – como <https://weedscience.org> – que podem ajudar).

Isabel Calha também realçou a diversidade de espécies florísticas nas infestantes: no âmbito dos trabalhos do grupo operacional Hortinf – <https://hortinf.webnode.pt> –, foram detectadas 71 espécies na cultura da batateira, em 13 campos, tendo sido encontrada junça (*Cyperus esculentus*) em 92% destes, erva-moira (*Solanum nigrum*) e urtiga-menor (*Urtica urens*) em 70% e figueira-do-inferno (*Datura stramonium*)



em 60%. Mencionou ainda que a gestão sustentável das infestantes deve seguir os princípios de conhecer a biologia destas, evitar a produção de sementes e a sua dispersão (o objectivo é diminuir o banco de sementes do solo, sendo que a zona do solo com maior distribuição de sementes é entre 0 a 15 centímetros de profundidade e que manter as sementes à superfície do solo reduz a dormência, favorece a germinação e permite uma gestão mais eficiente), diversificar os métodos de combate – usar métodos culturais (culturas de cobertura, rotação de culturas, etc.), químicos, biológicos e físicos (entre outros, cortar flores e utilizar o escarificador para extracção de raízes e rizomas, tendo o cuidado de efectuar a limpeza das máquinas entre campos e evitar a multi-fresa e a rototerra).

Teresa Afonso, da Direcção-Geral de Alimentação e Veterinária (DGAV), frisou que a batata é uma cultura relevante (1.201.234,29 hectares em 2024) e transversal na União Europeia (UE) e abordou as pragas existentes e não existentes na UE (a *Tecia solanivora* existe em Espanha, nomeadamente na zona da Galiza, o que constitui uma preocupação para Portugal, onde não existe), a vigilância fitossanitária realizada, a legislação e as medidas implementadas em caso de detecção. Bruno Azinheirinha, da Hubel Verde, detalhou a oferta de soluções biotecnológicas da empresa para protecção e nutrição na cultura da batata (VitaSoil, MCT Terra, Sapur, MycoUp, Greenbot, Kisetum K, Enzolit, Baslact Plus, Bludiamond Solplex Mycotec, Bludiamond Líquido CaMg, Bludiamond Booster) e o resultado de ensaios.

Francisca Viveiros, da Consulai, apresentou o projecto “AdvisoryNetPest – EU Advisory Networks to Reduce the use and Risks of Pesticides”, que envolve 27 países da UE e o Reino Unido, que teve início em 2024, que termina em 2029 e que é coordenado pela Consulai. Este projecto visa estabelecer uma rede de técnicos de aconselhamento agrícola na UE, mas também identificar, adaptar e replicar novas abordagens (que podem ser um processo tecnológico ou um novo produto, prática e/ou ferramenta de agricultura de precisão e que foram testados em algumas explorações agrícolas), promover a partilha de conhecimento e divulgar as novas abordagens para fomentar a sua adopção pelos agricultores (por exemplo, com eventos de demonstração e formação).

O AdvisoryNetPest – <https://advisorynetpest.eu> – abrange várias fileiras (culturas arvenses, viticultura, fruticultura, culturas hortícolas e ornamentais e pequenos frutos) e tem como objectivo diminuir o uso e os riscos dos pesticidas. A propósito deste projecto, foi assinalada a relevância de estudar os efeitos do melhoramento do microbioma do solo na composição nutricional dos produtos, com Ana Paula, do COTHN, a afirmar que esse «é um caminho que terá de ser trilhado».

Apoio à decisão

No segundo painel, sobre “Clima, água e o futuro da produção de batata”, Vanda Cabrinha, do Instituto Português do Mar e da Atmosfera (IPMA), indicou que na Europa os últimos três anos foram os mais quentes de sempre e que em

Portugal, num contexto de alterações climáticas, se registou aumento da temperatura desde a década de 1970, incremento da frequência e intensidade das ondas de calor nos últimos 30 anos, decréscimo da precipitação (20 a 25 milímetros por década) e maior frequência e intensidade das secas nos últimos 20 anos. Olhando para a região Oeste, a tendência é de acréscimo da temperatura máxima e mínima (tanto na plantação como na colheita), temperatura máxima anormalmente elevada na plantação (mais quatro dias por década) e na colheita (mais três dias por década) e redução da precipitação anual e dos dias de precipitação intensa – com impactos na colheita por subida da evapotranspiração, do stress hídrico e do risco de falhas produtivas.

Os cenários climáticos futuros na região Oeste apontam para aumento da temperatura do ar (com intensificação de ondas de calor, noites tropicais mais frequentes e maior stress térmico), diminuição de precipitação, incremento da frequência e duração de secas e acréscimo da evapotranspiração. Neste contexto, sublinhou Vanda Cabrinha, os desafios para a agricultura passam por adaptar e mitigar em função das alterações climáticas e por integrar novas tecnologias nas actividades agrícolas (como, por exemplo, ferramentas para gestão mais eficiente da rega ou como a plataforma AgroClima, do IPMA – desenvolvida em consulta com o sector, em actualização, que combina monitorização em tempo real e previsão de curto a médio prazo, disponibilizando avisos agroclimáticos e evolução temporal dos indicadores, por fileira, e em que a fileira da batata ainda não está contemplada).

Marta Santos, do Centro Operativo e de Tecnologia de Regadio (COTR), referiu o impacto da medida “Uso eficiente da água” (que finda em 2027), duas ferramentas disponíveis *online* – o Observatório do Regadio (criado pelo COTR e pela Federação Nacional de Regantes de Portugal) e o Sistema de Informação do regadio (da Direcção-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural) –, o trabalho desenvolvido pelo COTR (sobretudo ao nível da estimativa de necessidades hídricas das culturas e de planos de gestão da água), o que está previsto na estratégia “Água que une” e as vertentes da digitalização na gestão da rega (envolvendo sensores e monitorização em tempo real, telemetria e telegestão e plataformas digitais de gestão, tendo em vista o «apoio à decisão numa visão holística»). Pedro Reis, da BASF, elencou as funcionalidades da plataforma digital Agrigenius Potato, para apoio à decisão na cultura da batata (também há versões para olival, vinha e tomate de indústria), que se baseia em múltiplas fontes de dados e que abarca diversas vertentes da actividade agrícola (gestão da água, fitossanidade, registo de operações culturais, etc.).

Diferenciação e conveniência

O terceiro painel, subordinado ao tema “Mercado e consumo”, arrancou com a intervenção de Pedro Pimentel, director geral da Centromarca – Associação Portuguesa de Empresas de Produtos de Marca, que enunciou que as consequências de um contexto global exigente (como a maior volatilidade



de rotas, de origens e de preços ou o reforço da regulação, da autonomia e da soberania alimentar, entre outras) mesclam-se com tendências como a pressão sobre o rendimento disponível e sobre os recursos naturais, tendo como resultado que «a batata reafirma-se como alimento base, acessível, eficiente», e que haverá a transição de uma perspectiva de volume e de «caloria barata» para uma de valor e de «nutrição acessível», com o valor da batata a ser «redescoberto» e «reposicionado». Na sua opinião, há também tendências emergentes de «revalorização da batata como alimento eficiente e funcional», de «diferenciação por origem, variedade e utilização» e de «integração em novos formatos», onde sobressai a sua versatilidade culinária, num contexto de procura crescente de conveniência.

Para Pedro Pimentel, a evolução desta fileira, no curto a médio prazo, passa por eficiência agronómica e produtividade, resiliência varietal (adaptação às alterações climáticas), incorporação em soluções *ready-to-cook* e *ready-to-eat*, inovação em formatos, integração em dietas equilibradas e funcionais, reforço da autenticidade e identidade regional e valorização do seu papel central na dieta mediterrânica. O representante da Centromarca defendeu também que a batata pode converter-se num «activo estratégico alimentar», que a diferenciação e o posicionamento serão factores decisivos, bem como a inovação, que é importante gerir a escassez («acompanhada de qualidade e diferenciação, cria valor»), que «as marcas serão decisivas para que a batata deixe de ser invisível no mercado» e que a batata tem perante si uma «oportunidade de reposicionamento estratégico».

Jorge Reis, da Sociedade Instaladora de Mercados Abastecedores (Simab), entidade criada em 2020, assinalou que, em 2023, havia 361 empresas do sector hortofrutícola instaladas no Mercado Abastecedor da Região de Lisboa (MARL), gerando um volume de negócios de 1.523 milhões de euros (M€), com vendas internacionais de 133,5 M€ e com 4.782 trabalhadores. Nos quatro mercados do grupo Simab, contabilizam

nove operadores de batata, com um total de 97 empregados e um volume de negócios total de 47,5 M€.

Procura, custos e margens

Na mesa-redonda “O mercado da batata em Portugal: desafios e oportunidades”, o presidente da Porbatata, destacou que o consumo *per capita* de batata aumentou (também devido às novas tendências alimentares), que «o nível de profissionalização do sector já é muito alto», que «a preocupação da Porbatata é a imprevisibilidade» e que a batata é um mercado «bastante emocional» (com grande incremento da área instalada após campanhas comerciais positivas) e que o sector se encontra sob pressão (nas vertentes de clima, legislação, fitossanidade, custos e rentabilidade). Paulo Simões advogou que o consumidor tem de dar preferência ao produto nacional – «tem de ser o consumidor a criar uma procura efectiva pelo produto português», disse, reconhecendo que, actualmente, este escolhe por aspecto e por preço –, salientou o trabalho feito na diferenciação («já conseguimos dar ao consumidor o que ele quer»), bem como a dificuldade dos custos da comunicação na actualidade e de ter um impacto imediato e apontou ainda o desafio desmistificar a imagem que a batata tem a nível nutricional.

Segundo Gonçalo Escudeiro, da FNOP, o mercado hortofrutícola proporciona «previsão» (por oposição ao mercado de fresco), o sector está pouco organizado e a batata tem sido um sector muito maltratado pela Comissão Europeia, defendendo que esta devia ser incluída na Organização Comum de Mercado (OCM) de frutas e legumes. Sustentou que «o que chega à porta do supermercado chega mais barato», que «o resto da cadeia está a perder valor» e que é preciso haver «sensibilidade» por parte da distribuição e questionou «Como é que o produto chega ao consumidor final mais caro?», «Onde é que está a ficar o dinheiro do agricultor?» e «Onde é que fica a margem?». Realçou ainda que «precisamos de ajuda, não precisamos de conversa fanfa», e que



«é preciso assumirem os compromissos com a produção» e indicou como desafio a tomada de consciência, por parte da UE, do que é o seu autoaprovisionamento.

Gonçalo Lobo Xavier, da Associação Portuguesa de Empresas de Distribuição (APED), informou que os associados da entidade venderam 27.000 toneladas de batata nacional em 2025, que os formatos de 5 e 10 quilogramas têm perdido relevância e que «estamos a perder competitividade para Espanha». Afirmou que «queremos valorizar a batata nacional», que o preço do produto em loja resulta de um percurso com intermediários e custos associados (transportes, embalagem, etc.), os quais têm sofrido aumentos, que a margem do retalho alimentar é de 2% do valor final e que «há certas narrativas que não são boas para ninguém».

Jorge Reis frisou que a entidade não tem influência na geração de preço, que já não há sazonalidade («cada vez mais o consumidor quer consumir tudo todo o ano»), que a aposta na soberania alimentar nacional é essencial, sublinhando ainda a preponderância crescente das cadeias curtas de abastecimento e o desafio do reforço da notoriedade da batata portuguesa e da Miss Tata. João Santos, da As Oliveirinhas – Oliveira Pinho e Filhos Lda., referiu que a empresa aderiu à produção de batata de indústria, assinalou a «competitividade crescente» de origens estrangeiras, apelou a que se escoe primeiro o produto nacional e «só depois ir ao produto internacional» e elegeu como desafio eliminar os mitos em

torno da batata.

A sessão de encerramento ficou a cargo de José Bernardo Nunes, da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional de Lisboa e Vale do Tejo (CCDR LVT), que disse que o país tem um défice na balança alimentar muito grande, que temos de produzir mais, mas que «tem de se fazer chegar mais rendimento aos agricultores». A propósito dos pagamentos dos prejuízos causados pelas tempestades no início do ano, informou que mais de 60% das declarações são falsas e pediu às organizações sectoriais que as candidaturas sejam «o mais próximo possível da realidade e o mais completas possível» – «se não está completo, não enviem». ●

