

# Negócio frutihortícola, meio ambiente e responsabilidade social

Mohammad Menhaz Choudhury<sup>1</sup> - Elenize Porfírio de Melo<sup>2</sup>

O mercado mundial de frutas e hortaliças frescas movimenta cerca de 580 milhões de toneladas. O Brasil, por sua vez, apresenta um grande potencial produtor devido a sua área cultivável, ocupando hoje o 3º lugar no ranking mundial dos maiores produtores de frutas, com 38 milhões de toneladas, em 2,2 milhões de hectares, gerando 5 milhões de empregos, ficando atrás da China (140 milhões de toneladas) e Índia (58 milhões de toneladas). A produção frutihortícola brasileira está distribuída nos agropólos das regiões Sudeste com 49,8%, Nordeste com 27,0%,

Sul com 14,4%, Norte com 6,1% e Centro-oeste com 2,7% da produção brasileira, que representa um movimento de aproximadamente **US\$ 12,2 bilhões** com produtos frutihortícolas frescos e derivados.

Apesar do Brasil apresentar bons resultados de produção, o mesmo não ocorre com as exportações. O país exportou no ano de 2004, US\$ 370 milhões, ocupando o 20º lugar entre os demais países exportadores de frutas frescas, participando com uma fatia de 1,8% do mercado internacional, que teve um faturamento de US\$ 21 bilhões. Para o Brasil ocupar um lugar de



destaque nas exportações, os frutihorticultores precisam estar atentos às novas exigências dos mercados-alvo, fornecendo uma alta qualidade final do produto, com preços competitivos, respeitando a preservação ambiental e a responsabilidade social.

Como o consumo mundial de frutas e hortaliças frescas é crescente, o Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento (MAPA) estabeleceu uma meta para ser alcançada no ano de **2010**, onde as exportações brasileiras deverão atingir o faturamento de **US\$ 1 bilhão**.

Esta estimativa provém da conscientização do consumo de alimentos saudáveis e da grande busca por alimentos funcionais. Dentre as maiores preocupações com a saúde estão as doenças decorrentes do consumo de gorduras saturadas, mau colesterol e agrotóxicos; as principais doenças que causam mortes são **infartos (12,6%)**, **câncer (12,5%)** e **derrame cerebral (9,6%)**. Existe ainda, os problemas com obesidade; os Estados Unidos apresentam um dos maiores índices com **31%** da sua população obesa, a Inglaterra corresponde a **23%**, o Brasil, e também a Alemanha, apresentam-se com **19%** da sua população acima do peso normal. A taxa mundial da população cresce em média **1,5%** ao ano. A taxa de pessoas idosas (acima de 65 anos) cresce **2,7%**. Idosos e obesos são hoje os maiores potenciais consumidores de frutas e hortaliças, pois são alimentos livres de gorduras saturadas e mau colesterol, além de serem ricos em vitaminas, sais minerais e fibras.

Embora os produtos frutihortícolas sejam conhecidos como as maiores fontes de vitaminas, minerais e fibras, o con-

sumo per capita brasileiro de frutas e hortaliças frescas é de apenas **45 kg** ao ano, muito inferior ao consumo dos países desenvolvidos que pode chegar a mais de **120 kg** per capita ao ano.

Atualmente, é crescente a discussão em torno dos fatores ambientais, sociais e econômicos. As questões ambientais geram grandes preocupações, devido à necessidade de preservação dos recursos naturais que são esgotáveis.

No mundo dos negócios não é diferente. Diante das circunstâncias, uma empresa precisa garantir sua permanência no mercado globalizado e para isso é necessário saber utilizar os recursos naturais, como também, introduzir a política da responsabilidade social relacionada às ações dos empregados, gestores, fornecedores, consumidores e comunidade, na evolução de agregação de valor ao negócio e sobrevivência a longo prazo.

O mercado mundial de produtos orgânicos tem um faturamento de **US\$ 27 bilhões em 26,5 milhões de hectares**. A introdução de produtos orgânicos é uma das alternativas mais viáveis para o desenvolvimento da frutihorticultura, pois favorecem a saúde dos consumidores e dos trabalhadores rurais, uma vez que, são produtos livres de resíduos de agrotóxicos, e não provocam agressão ao meio ambiente.

No Brasil, a venda de alimentos orgânicos cresce em média **30%** ao ano, com uma área de **811 mil hectares**, o país ocupa **3%** da área mundial cultivada, possui um faturamento de **US\$ 200 milhões** e, participa com **0,74%** do mercado mundial de produtos orgânicos.

**Continua página 19 =>**

No Vale do São Francisco há produção de **manga, uva, acerola, melão e cebola**, com forte tendência de expansão dos cultivos de banana e goiaba; em outras regiões do país há produção de caju, mamão, morango, maçã, pêra, pêssego, frutas cítricas, abóbora, alface, beterraba, melancia, melão, tomate, entre outros produtos no sistema orgânico. Cerca de 85% da produção é exportada, os grandes compradores dos produtos orgânicos brasileiros são os países europeus, os Estados Unidos e o Japão, que preferem produtos isentos de agrotóxicos, adubos químicos solúveis, hormônios de crescimento ou antibióticos.

**As preocupações com ações ligadas a fatores sociais e econômicos podem auxiliar na definição da gestão estratégica que permita inserir o conceito de sustentabilidade, usando métodos favoráveis à utilização racional dos recursos naturais, respeitando seu limite e sua capacidade de reposição e, dessa forma, assegurar as atividades do negócio frutihortícola e a qualidade de vida das pessoas (consumidores, trabalhadores e demais stakeholders).**

Reduzir custos com a eliminação de desperdícios, desenvolver tecnologias limpas e baratas, reciclar insumos, são princípios de gestão ambiental, que se torna um fator estratégico, pois resulta em um produto diferenciado para os mercados altamente competitivos e, conseqüentemente, estabelece condições de crescimento empresarial no negócio frutihortícola.

A responsabilidade social passa então, a ser uma exigência de mercado, onde os frutihorticultores terão que repensar sobre o seu papel na sociedade e estabe-

lecer a melhor maneira de conduzir seus negócios. A exemplo de responsabilidade social pode ser considerada a exigência dos agricultores precisarem manter uma área de reserva legal. Responsabilidade social deverá abranger questões ligadas a ética da cidadania e transparência quanto ao uso de recursos ambientais.

O conceito de sustentabilidade resgata a necessidade de um balanço entre fatores sociais, ambientais e econômicos para procuração de mudanças progressivas. O desenvolvimento sustentável pode ser estabelecido através de um planejamento estratégico que contenha as medidas necessárias para limitar e organizar as explorações dos recursos naturais. A gestão organizacional e o planejamento ambiental estarão voltados para questões de equidade, ética e cumprimento de leis. Vale salientar, que o desenvolvimento sustentável é uma questão interdisciplinar, onde, não se deve concentrar apenas nas questões ecológicas. É necessário monitorar, contabilizar e gerenciar o meio ambiente para estabelecer a melhor forma de interagir os três fatores: **social, ambiental e econômico**. Alguns dos impactos negativos causados pela agricultura estão relacionados aos sistemas de monocultura que requerem o uso intensivo de agrotóxicos, ocasionando uma maior dependência por fertilizantes; à redução da biodiversidade, interferindo na fauna e flora nativas de uma região; à desertificação, provocada pelo uso abusivo do solo para pasto, plantações ao manejo inadequado da irrigação. Um outro exemplo de impacto ambiental negativo provoca o efeito estufa; a emissão de dióxido de carbono (**CO<sub>2</sub>**) na atmosfera vem ocasionando mudanças na

temperatura (**aquecimento global**), evapotranspiração (redução da água no solo), entre outros fatores que podem interferir diretamente na agricultura. O gás carbônico, principal responsável pelo efeito estufa, é proveniente de atividades ligadas ao uso de combustíveis fósseis para a produção de energia e transporte, sendo estes responsáveis por **57% da emissão de CO<sub>2</sub>**; o desmatamento e as mudanças no solo representam **18%**; e as atividades da agricultura **14%**.

Diante dos impactos negativos, decorrentes da utilização inadequada dos recursos naturais, e evidenciando a responsabilidade que uma empresa deve ter com a sociedade, torna-se fundamental investir em tecnologias com metas de equilíbrio no sistema agroecológico que contribuam para o controle dos impactos ambientais negativos e apresente resultados sustentáveis. Em virtude da preocupação com as atividades agrícolas e os impactos que estas podem causar ao meio ambiente, as pesquisas da **Embrapa**, em parceria com outras instituições, estão voltadas para produtos que sejam ecologicamente corretos.

O negócio frutihortícola pode, ainda, contar com a contabilidade ambiental no fornecimento de informações adequadas à mensuração das atividades econômicas relacionadas ao meio ambiente. A contabilidade ambiental é o conjunto de procedimentos e métodos voltados para reconhecer os impactos ambientais (**positivos e negativos**), que ocasionam algum dano no patrimônio da lavoura ou empresa rural.

Na busca pela competitividade do negócio frutihortícola, os produtores e em-

presas rurais podem dar ao seu produto um fator diferencial ao incorporar padrões de certificação que exige co-responsabilidade entre produtores e fornecedores. Dessa forma, o consumidor saberá se está realmente consumindo um alimento seguro e ecologicamente correto.

Para isso, é necessário atender as normas de certificação. **A ISO 9001** é voltada para questões de normas de qualidade do produto. As normas da **ISO 14001** instituem uma padronização da gestão ambiental para os produtores e empresários rurais, como também, **a OHSAS 18001**, de segurança do trabalho, saúde e do meio ambiente. Os métodos de identificação de controle de riscos estão especificados na **APPCC – Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle** (sigla em inglês: **HACCP**).

O desenvolvimento agrícola sustentável está sendo fator prioritário, onde produtores e empresas rurais necessitam incrementar ao seu negócio frutihortícola, através da gestão estratégica mercadológica, uma integração de sistemas de qualidade mercadológica, segurança de alimentos, preservação ambiental e responsabilidade social e dessa forma, assegurar a permanência nos mercados altamente competitivos.

**Agradecimentos: Eduardo Assis Menezes e Elder Manoel Moura Rocha pelas revisões realizadas no texto.**

<sup>1</sup> Pesquisador na área de Qualidade Mercadológica da Embrapa Semi-Árido. [mohammad@cpatsa.embrapa.br](mailto:mohammad@cpatsa.embrapa.br)

<sup>2</sup> Estagiária da Embrapa Semi-Árido - [elenizemelo@gmail.com](mailto:elenizemelo@gmail.com)