

# Reflexões pessoais no retorno de uma viagem a Angola.

**I**nicialmente pensei se este relato seria material para um artigo a ser publicado na AGAPOMI, e como cheguei à conclusão que informação nunca é demais, acedi à solicitação.

Passsei recentemente um período de 108 dias na África, mais especificamente em Angola. Parti imbuído dos tradicionais preconceitos que todo viajante ocidental tem quando visita os países daquele continente, como um local sem condição de conseguir alimento e de situação econômica totalmente miserável. Muito ainda falta fazer, mas após meu retorno, agradavelmente posso afirmar que alguns deles deixei por lá.

O objetivo da viagem foi o acompanhamento da aplicação de algumas técnicas usadas na indústria do petróleo que pudessem futuramente ser adaptadas à fruticultura, uma vez que Angola é um grande produtor e exportador de petróleo (membro da OPEP) e estas técnicas são usadas no mundo todo, sendo esta parte cumprida satisfatoriamente. Mesmo tendo este outro foco, não consegui deixar de pensar como técnico e pesquisador ligado ao meio agrário e principalmente às frutas.

O que me chamou a atenção naquele país, especificamente, foi que após 30 anos de lutas (uma guerra contra a África do Sul e 20 anos de lutas internas pelo poder), existe um povo que decidiu que a paz e a ordem são efetivamente o melhor caminho para atingir tudo o que se espera de Angola, e, acredite, mesmo naquelas condições difíceis, o povo angolano expressa um orgulho nacional que há muito não se vê em nosso país (por sorte, o angolano vê o brasileiro ainda como um povo irmão, o que em alguns casos, facilita a vida do visitante). Por conta disto há um grande investimento do governo na reconstrução, sendo a maior parte recurso oriundo do petróleo. Isto gera um consumo acelerado, principalmente de alimentos.

Industrializados, há um consumo razoável de vinhos, normalmente originários de Portugal, produto da herança colonizadora daquele país, lácteos vindos da Europa em geral e de sucos, vindo de diversas partes do mundo, pois é, sem dúvida, o subproduto frutícola mais consumido no país. Todo este comércio é baseado no preço em dólar americano, convertido para a moeda nacional, o Kwanza.

No período que lá estive, me espantei em relação ao custo da comida, extremamente cara em relação ao Brasil, onde, por exemplo, um quilo de maçã (CAT2, no máximo CAT1) chegava a custar ao equivalente de cinco dólares americanos no mercado local. Isto sem grandes cuidados quanto a qualidade do produto. Cheguei a consumir fruta aqui classificada como CAT 3 a um preço na faixa equivalente de 3 a 4 dólares americanos. Da mesma forma que a maçã, verifiquei que uma grande gama de frutas que já produzidas no Brasil, são largamente consumidas naquele país africano (uva, manga, graviola, dentre outras). Isto sugere um grande mercado importador potencial, de hábitos conhecidos, além das demais oportunidades de negócio que vem surgindo nesta fase de reconstrução nacional. Como não sou especialista da área, e obviamente não busquei contato mais detalhado em relação à elaboração de uma cadeia de negócios naquele país, imagino que informações como estas mereçam pelo menos um olhar dos responsáveis pelas áreas de comércio internacional da cadeia de frutas do Brasil, a fim de verificar se não está se delineando efetivamente um novo pólo consumidor mundial, que permita ampliar o leque de opções para a venda de nossas frutas in natura ou industrializadas. Aqui cito especialmente a maçã, pela sua excelente capacidade de agüentar a viagem e pela similaridade do gosto entre os países.

O que me chamou a atenção foi a falta de frutas locais nos hábitos de consumo, depois explicado pelo fato de grande parte das áreas rurais do país ainda estarem minadas, produzindo-se pouco ou nada. Isto fica claro em poucas visitas ao interior e numa delas, ao tentar visitar uma unidade de fabricação de sucos de frutas, fui informado que o produto base (pasta concentrada da fruta), no caso manga, que frutifica em qualquer terreno baldio daquela região, vinha direto da Índia, para ser hidratado e embalado naquela unidade somente, o que apontou diversas possibilidades futuras.

Hoje, o consumo de alimentos frescos daquela nação vem sendo suprido quase que integralmente pelo comércio exterior, principalmente África do Sul. Em matéria de produtos

Por fim, esta viagem me ajudou a considerar que muitas vezes há oportunidades de comércio em locais distantes de nosso foco convencional, que acabam não sendo considerados por conta de preconceitos, resultado de desconhecimento pura e simplesmente. Espero que estas impressões pessoais aticem a curiosidade do leitor quanto ao valor de uma mente aberta, ajudando, às vezes, na busca de novas oportunidades.

**LUCIANO GEBLER**  
Embrapa Uva e Vinho



NOVO

**SPLAT**<sup>®</sup>  
*cida grafo bona*

ECONOMIA COM O USO DE INSETICIDA  
DIMINUIÇÃO DE DANO EM FRUTO  
PRODUTO À BASE DE FEROMÔNIO  
BOM PARA A NATUREZA



**ATRAI E MATA PARA CONTROLE  
DA GRAFOLITA E BONAGOTA**

**SPLAT CIDA GRAFO+BONA** é o único produto para controle das principais lagartas da maçã – grafolita e bonagota – com o sistema atrai e mata. É mais eficiente que qualquer outro produto no mercado, porque usa o feromônio para atrair e o inseticida para colocar as pragas fora de combate. Sua ação interrompe a comunicação entre machos e fêmeas causando a efetiva disrupção de acasalamento. Dura mais de 90 dias no campo, tendo ação até mesmo sobre altas populações das pragas.

**ISCA**

Ferramentas e Soluções para Manejo de Pragas

www.isca.com.br  
vendas@isca.com.br  
tel. (54) 3511 3511



APLICADOR / DOSADOR