



Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Centro de Pesquisa Agropecuária de Clima Temperado
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

ISSN 1516-8840

Dezembro, 2007

Documentos 221

WORKSHOP V MERCOFRUT

**Luiz Clovis Belarmino
João Carlos Medeiros Madail**

Pelotas, RS
2007

Exemplares desta publicação podem ser adquiridos na:

Embrapa Clima Temperado

Endereço: BR 392, km 78
Caixa Postal 403, CEP 96001-970 - Pelotas, RS
Fone: (53) 3275 8199
Fax: (53) 3275 8219 - 3275 8221
Home page: www.cpact.embrapa.br
E-mail: sac@cpact.embrapa.br

Comitê de Publicações da Unidade

Presidente: Walkyria Bueno Scivittaro
Secretária-Executiva: Joseane M. Lopes Garcia
Membros: Cláudio Alberto Souza da Silva, Lígia Margareth Cantarelli
Pegoraro, Isabel Helena Verneti Azambuja, Luís Antônio Suita de Castro, Sadi
Macedo Sapper, Regina das Graças V. dos Santos
Suplentes: Daniela Lopes Leite e Luís Eduardo Corrêa Antunes

Revisor de texto: Sadi Macedo Sapper
Normalização bibliográfica: Regina das Graças Vasconcelos dos Santos
Editoração eletrônica e capa: Oscar Castro

1ª edição

1ª impressão 2007: 100 exemplares

Todos os direitos reservados

A reprodução não-autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei no 9.610).

WORKSHOP DO MERCOFRUT (5. : 2003 : Pelotas, RS).

Palestras... / Organizadores Luiz Clóvis Belarmino; João Carlos Medeiros
Madail. -- Pelotas: Embrapa Clima Temperado, 2007.

130 p. -- (Embrapa Clima Temperado. Documentos, 221).

ISSN 1516-8840

Fruta - Clima Temperado - Mercado - Produção - Exportação - Importação -
Embalagem. I. Belarmino, Luiz Clóvis (Org.). II. Madail, João Carlos Medeiros
(Org.). III. Título. IV. Série.

CDD 634

Autor

Luiz Clovis Belarmino
Eng. Agrôn., M.Sc.
Embrapa Clima Temperado
(belarmin@cpact.embrapa.br)

João Carlos Medeiros Madail
Economista, M.Sc.
Embrapa Clima Temperado, Pelotas, RS
(madail@cpact.embrapa.br)

Apresentação

Embrapa Clima Temperado apresenta nesta edição a síntese dos trabalhos do V Mercofrut, realizado no período de 3 a 6 de dezembro de 2003, com o objetivo de disseminar amplamente as informações do agronegócio das frutas de clima temperado, geradas neste evento, para atender aos objetivos institucionais de contribuir com conhecimentos e tecnologias para a tomada de decisão, tanto para fomentar a inovação como para acelerar a adoção de informações úteis na competitividade de cadeias agroindustriais.

Os assuntos principais das palestras apresentadas neste evento tiveram como tema central a Qualidade de frutas, Logística da Produção de Frutas de Clima Temperado, Mercado de Frutas e Espaços Promissores, Sistemas de Produção, Fruticultura para o Desenvolvimento Regional, Desenvolvimento de Empresas Frutícolas e Organização da Produção de Frutas.

A publicação destes temas também está alinhada com os objetivos de promover a viabilização da produção e via comercialização de frutas de clima temperado, pela rápida introdução dos novos padrões de consumo e comércio vigentes no mercado nacional e mundial, em especial aqueles relacionados com a segurança alimentar e ambiental, bem como os aspectos de responsabilidade com a qualidade de produtos e processos, além da certificação da responsabilidade socio-ambiental.

Desta forma, os anais do V Mercofrut contribuem para o cumprimento da missão da Embrapa Clima Temperado de ampliar e disseminar o conhecimento, além de proporcionar a oportunidade de reflexão sobre as perspectivas deste setor, no sentido de identificar as tendências, selecionar aquelas vencedoras e incorporar na gestão estratégica das empresas e demais instituições do setor.

Luiz Clovis Belarmino
Coordenação do Evento
Embrapa Clima Temperado

Nota da Comissão Editorial

Esta publicação apresenta a transcrição das palestras proferidas e trabalhos apresentados durante o V Mercofrut, sendo seu conteúdo representativo da opinião dos apresentadores / autores. Portanto, a Comissão Editorial da Embrapa Clima Temperado, embora tenha realizado adequações quanto à forma e normatização dos textos, isenta-se de qualquer responsabilidade.

Sumário

PAINEL I: Qualidade de Frutas	13
Atributos de Qualidade Valorizados pelos Consumidores. <i>Rosires Deliza</i>	15
PAINEL II: Logística da Produção de Frutas de Clima Temperado	19
Embalagens para a Comercialização de Frutas. <i>Juarez Pereira</i>	21
Aspectos Legais para Exportação de Frutas. <i>Rogério Oliveira Giorge</i>	29
PAINEL III: Mercado de Frutas, Espaços Promissores	37
Organização, Produção e Mercado de Citros no Uruguai. <i>Juan Pablo Furest</i>	39
Perspectivas e Mercado para Frutas de Clima Temperado no Mercosul. <i>Mariano Winograd</i>	43
Normas e Mercado de Frutas no Mercosul. <i>Luiz Clovis Belarmino</i>	55

PAINEL IV: Sistemas de Produção	63
Produção Integrada de Frutas. <i>José Carlos Facchinello</i>	65
PAINEL V: Fruticultura para o Desenvolvimento Regional	69
Política Nacional de Mercado para a Fruticultura. <i>Moacyr Saraiva</i>	71
Programa Estadual de Fruticultura. <i>João Paulo Lipp</i>	79
Fruticultura, Mercados Mundiais e Desenvolvimento. <i>Eduardo Cuenca Garcia</i>	85
PAINEL VI: Desenvolvimento de Empresas Frutícolas	93
Oportunidades e Ameaças para o Desenvolvimento de Empresas Frutícolas na Nova Economia. <i>Júlio Brin</i>	95
Organização das Empresas Italianas para o Mercado. <i>Frederico Ioriatti</i>	109

PAINEL VII: Organização da Produção de Frutas	113
O Exemplo da Cadeia de Fruticultura no Norte Fluminense. <i>João Maurício Tommazi</i>	115
Riscos de Bioterrorismo na Fruticultura. <i>Fernando Cantillano</i>	123

PAINEL I

Qualidade de Frutas

Atributos de Qualidade Valorizados pelos Consumidores

Rosires Deliza¹

É um grande prazer para nós, que viemos do Rio de Janeiro, participar deste evento aqui no Sul que é reconhecido e consagrado no Brasil inteiro. Falarei, então, sobre o consumidor, tendências do mercado e qualidade de frutas.

Primeiramente, vem a questão da importância da fruta para a saúde das pessoas. Nós sabemos que várias desordens nutricionais, como o retardo físico e mental, deficiência do sistema imunológico, defeitos congênitos ao nascer, cegueira etc., decorrem da deficiência de vitaminas e minerais. Isso faz com que as frutas e os vegetais sejam alimentos indispensáveis a nossa dieta, justamente porque elas trarão os minerais e vitaminas além das fibras, que são fundamentais em uma dieta equilibrada. Dentre as vitaminas, sabemos da potencialidade das frutas em relação à vitamina A, E, vitaminas do complexo B e C, além das funções específicas de cada uma. Sabemos que a vitamina C tem função primordial e fundamental na absorção de dois minerais que são importantíssimos para o metabolismo. Em termos de minerais, as frutas são fontes de potássio bastante relevantes para a saúde. Isso, então, faz com que aumentar o consumo de frutas e hortaliças seja um fator

¹Eng^a. de Alim. da Embrapa Agroindústria de Alimentos, Rio De Janeiro, RJ.

primordial para se abater a deficiência destes nutrientes que acabamos de citar.

Nos países desenvolvidos existem campanhas há alguns anos incentivando a população a comer mais frutas. Infelizmente isso não é muito bem tratado aqui no Brasil, mas deveria, principalmente porque o Brasil que tem uma grande riqueza de frutas regionais e típicas, e também tem uma acentuada carência destes nutrientes. A posição ótima seria ingerir de 9 a 10 porções diárias de frutas e hortaliças. Mas, se nós ingerirmos 5 porções, já está de bom tamanho, é suficiente para a prevenção de várias doenças cardiovasculares e reduzir o índice de câncer.

A realidade de hoje é que existe muita gente com baixa atividade física e excessiva ingestão calórica, ou seja, ingere-se muita gordura. Dados recentes da FAO demonstram 3 milhões de mortes por ano devido a ingestão inadequada de frutas e vegetais. Por aí nós tiramos a importância deste segmento, como ele pode contribuir para a saúde da população. O não consumo de frutas acaba sendo um fator de risco tão perigoso quanto o fumo.

Quanto se consome ou qual a disponibilidade de frutas em alguns países? Aqui temos dados de 1979 até 2000, justamente para mostrar a evolução. Se vimos num total geral dos países, de 1979 a 2000, houve em média um aumento da disponibilidade per capita por ano. Nos países da América do Sul, vimos uma situação muito inferior aos países desenvolvidos e mesmo em relação aos países em desenvolvimento. A nossa situação está com bastante desvantagem em relação à Europa e outros países desenvolvidos. Está existindo uma tendência de aumentar esta disponibilidade nos países de baixa renda. Melhor ainda, temos países em desenvolvimento na África. Mas esta tendência ainda está longe de ser o que acontece nos países desenvolvidos.

Porque diferentes populações se dentem a não consumir frutas e vegetais? Vários são os fatores citados pela FAO que demonstram o porque das pessoas não ingerirem frutas e vegetais quanto deveriam. Eles citam a conveniência, os sabores, preço e até mesmo a estigma. Tem muita gente que não come abacaxi porque tem que ser descascado. O preço é outro fator que pesa no bolso, o sabor, a fruta não está tão doce como se esperava, não está com a textura que ele esperava, também são várias questões consideradas pelo consumidor. E, tem também a questão do estigma, alguns consumidores têm a idéia de que fruta é para doente, bebê ou para velhos. São alguns preconceitos que precisam, através da informação, ser retirados.

Sabemos que do outro lado existe o consumidor, ele é quem realmente vai ao supermercado ou a feira para comprar a fruta que o produtor suou o ano inteiro para produzir. Nós até o chamamos de "sua majestade o consumidor", porque é este consumidor que vai falar para o produtor e para o industrial, para quem está produzindo alguma coisa, o que ele quer comprar.

Em termos de consumidor moderno, já foram demonstrados novos padrões de compras. O consumidor procura por conveniência, até mesmo pelos novos dados da vida moderna, principalmente na cidade grande, onde a mulher trabalha fora, todas estas circunstâncias que vocês conhecem muito bem. Também existe um grande segmento de consumidores que procuram por alimentos mais saudáveis, isso é uma coisa que tem sido demonstrada. Eles vão atrás de alimentos que não contenham agrotóxicos e que sejam mais próximos do natural.

PAINEL II

Logística da Produção de Frutas de Clima Temperado

Embalagens para a Comercialização de Frutas

Juarez Pereira¹

É um grande prazer estar aqui hoje. Quero agradecer a EMBRAPA pelo convite. Quero dar algumas informações sobre o material, porque as pessoas talvez não conheçam o material, como ele é e a possibilidade que ele oferece. Mais especificamente, quero mostrar as embalagens que estamos usando hoje para o ramo de hortifruti.

A KLABIN é a maior produtora de embalagens no País. Inicialmente, ela era voltada principalmente para a área de papel, mas hoje a área de embalagens é o enfoque principal da companhia.

Nós temos distribuídas no Brasil dez fábricas voltadas para embalagens de papel ondulado. Temos uma fábrica aqui no RS na cidade de São Leopoldo, em Itajaí SC, quatro fábricas em São Paulo, no Rio de Janeiro, na Bahia e em Pernambuco. O parque voltado a fábrica de papel ondulado é bastante grande. A KLABIN é uma grande firma, líder no mercado em que atua, mas também existem outras grandes empresas. Então, o parque industrial está apto às necessidades que se fizerem de uso de embalagens no país, principalmente voltada para

¹ Consultor da Klabin Embalagens, Curitiba, PR.

hortifruti, que sem dúvida é uma grande área e utiliza muitas embalagens, tanto em papel ondulado, madeira e mesmo celulose.

As embalagens utilizadas para a hortifruti são de papel ondulado, madeira e plástico. Há uma preferência dos usuários pelo uso de embalagens de papel ondulado, isso porque ela oferece algumas vantagens, uma delas é o grande parque industrial fazendo com que haja facilidade na aquisição de embalagens. Um dos itens que nós citamos como vantagens das embalagens de papel ondulado é a resistência e baixo peso. Tem a possibilidade de ser montada manualmente ou automaticamente, dependendo do volume do usuário. Na parte de impressão da embalagem para fins de propaganda, ela oferece uma excelente impressão, semelhante a off-set. é uma embalagem normalmente feita para ser não retornável. e isso é um fator importante por causa da higienização.

Além disso, é uma embalagem reciclável que atende os apelos ecológicos. Hoje este aspecto é muito importante, pois existe uma lei sobre problemas de resíduos sólidos, que determina que o fabricante de um determinado produto tem que se responsabilizar pelo produto quando ele vai para o lixo. Neste momento o Brasil já recicla em torno de 73% do papel ondulado, estamos muito bem em relação ao mundo. A Alemanha recicla 77% e os EUA em torno de 74%.

Outro aspecto importante para o usuário de papel ondulado é que ele recebe uma caixa vazia e plana, e consegue estocar um grande volume de caixas em um pequeno espaço.

Nós definimos o papel ondulado como uma estrutura formada por superfícies planas e superfícies onduladas coladas nas superfícies planas. Utilizamos várias formações de acordo com a resistência que a caixa deve ter. Podemos alterar a qualidade das partes planas e também das ondas e formar a estrutura necessária para resistência da caixa que o consumidor precisa. Normalmente, especificamos uma caixa de papel pensando na

sua resistência à compressão. Hoje, fabricamos caixas de resistências altíssimas. Por exemplo, uma caixa para resistir a uma tonelada de compressão é simples de se fazer.

Normalmente se calcula a resistência na quantidade de caixas que vamos sobrepor em cima da primeira, com um fator de segurança. Se colocarmos em cima da primeira caixa um peso de 100 quilos, multiplicamos por sete e fizemos uma caixa que suporta 700 quilos. A embalagem tem que ser avaliada e ter comprovada sua resistência.

A embalagem de papel ondulado recebe um tratamento impermeabilizante e está perfeitamente adequada para ficar armazenada com produtos em câmaras frigoríficas, com umidade relativa alta sem nenhum problema. Na realidade, ela é normalmente calculada, por aquele fator 7 de segurança, que leva em conta também o fator umidade. Então, podemos impermeabilizar e testar com o teste de absorção de água. Pesamos o papel, após colocamos água, retiramos a água, pesamos novamente e calculamos a absorção. Normalmente o papel pode até quase zerar a absorção de água com um tratamento deste tipo. A única preocupação que temos é que, em função da impressão, nós não podemos zerar a absorção de água, por isso a face externa da caixa tem uma absorção considerada. Quando uma pessoa tem a função de especificar uma caixa de papel ondulado, tem que ter este conhecimento para que, quando der algum problema, possa entrar em contato com um de nossos técnicos.

Existem vários modelos de caixa no mercado, normalmente a caixa mais utilizada é uma caixa do tipo bandeja, na realidade é uma caixa aberta na parte de cima e auto-empilhável. Tem a grande vantagem de ter facilidade para ventilação por respiração dos frutos. Além desta, existe a caixa que chamamos de caixa telescópica, que na realidade são duas meias caixas normais só que se encaixam uma sobre a outra. É uma caixa bandeja que tem os separadores incorporados, que fazem uma divisão dos frutos dentro da embalagem e servem também para resistência à compressão da caixa. Um item muito importante

numa caixa de papel ondulado, e por isso ela tem que ser bastante resistente. Quando colocamos a caixa numa prensa e vemos a resistência com a pressão, o abaulamento do fundo deve ser levado em consideração. Pois, se nós colocarmos uma caixa em cima da outra, na realidade o fruto fica pesando em cima do próprio fruto. É comum vermos caixa de uso com a parede vertical perfeita e a tampa afundando, portanto o fruto está pesando em cima de outro. Em uma caixa de papel ondulado bem projetada não deve acontecer isto, o fundo deve ter resistência suficiente para não permitir danos aos frutos. No caso de não conseguirmos um papel ondulado que evite este abaulamento, devemos ter em todas as caixas um separador central para diminuir este abaulamento.

Existem três séries de medidas: 600X 400, 400X300 e 300X200. nós estamos estudando uma possibilidade, que já existe no exterior, de embalagens chamadas de modulares. Vocês vão conseguir ter no mesmo *pallet* embalagens de tipos diferentes, porque elas são moduladas. Normalmente o produtor de fruta que está usando um tipo de caixa não terá este problema, mas o CEAGESP, em especial, tem solicitado muito que criemos uma embalagem nessas condições, porque lá a distribuição é diferente. Há vários compradores de diferentes produtos, e eles gostariam de colocar isso no mesmo pallet para transporte.

No segundo grupo temos o 500X400, 400X250 e 250X200, no outro grupo 500X300, 300X250 e 250X150, estas são medidas que nós podemos escolher para formar com estes grupos as embalagens modulares que estamos comentando. O importante é que no momento em que decidirmos qual será a família de embalagens, todos devem ficar nesta família de embalagens.

Um pallet pode ser formado por vários tipos de caixa, é um conceito que já existe lá fora, e nós estamos enfatizando a medida 600X400 que é uma embalagem que já existe lá fora que talvez sejam compatíveis com as nossas. Ainda não existem estas embalagens no mercado, elas não estão definidas, existem somente estas medidas, mas não com o conceito de

serem embalagens moduladas.

Uma das coisas que temos discutido muito é o problema da instrução normativa 009 que prevê que as dimensões têm que serem paletizáveis. Ela utiliza para esta finalidade pallet 1000X1200. Todas as embalagens deveriam ser paletizáveis, ou seja, terem dimensões que sejam submúltiplas de 1000X1200. Todas as medidas que mostramos antes são embalagens paletizáveis, podem ser utilizadas perfeitamente no pallet 1000X1200. Então, o pallet 1000X1200 é um pallet PBL, que atende melhor as condições de dimensões de caminhões, contêineres e de armazenagem.

A normativa exige, além da padronização de dimensões de caixa, a rotulagem, que deve ser impressa na embalagem. Com isso, a embalagem de papel ondulado oferece uma área melhor para impressão do que as outras embalagens que estão no mercado como a madeira, etc. A indicação do peso do produto que está dentro da caixa, é outro fator exigido na normativa e, também, ela quer que coloquemos na caixa a impressão de quantas caixas podem ser empilhadas. As caixas produzidas hoje já têm a impressão do peso líquido em quilos e do máximo empilhamento. Então, em todas as palestras que se tem sobre embalagens, principalmente de hortifruti, nós estamos enfatizando este item porque ele tem sido cobrado. Na realidade a fiscalização não está muito acirrada, mas no momento que acontecer, muita gente pode ter surpresa.

A parte de higienização também é exigida pela normativa. Para embalagens não retornáveis, como é o caso do papel ondulado, não há problema, mas para embalagens retornáveis, elas têm que passar por uma higienização antes de serem reutilizadas. Este será um dos itens bastante exigidos para embalagens de plástico, madeira, etc. Nós utilizamos isso a nosso favor, pois a caixa de papel ondulado não precisa de higienização.

Manuseio, paletização e transporte são coisas um pouco descuidadas, já que começa com o manuseio da caixa pelo

produtor. Qualquer tipo de caixa, seja de madeira ou papel tem que ser trabalhada com cuidado, a caixa não pode ser atirada, não pode ser pisada, tem que existir certos cuidados, pois este tipo de manuseio vai danificar o produto. O papel ondulado tem a característica de absorver o choque, apesar da embalagem ficar danificada com este manuseio, mas provavelmente o fruto não sofre com isso. Se usarmos uma embalagem rígida, o produto estará sendo machucado pela própria embalagem. Neste caso, a embalagem de papel ondulado não agride o fruto que é transportado, ela tem este fator importante.

Na paletização, devemos fazer um pallet com caixas bem sobrepostas. Aliás, é importante salientar que as caixas de papel ondulado feitas para hortifruti, normalmente são auto-empilháveis e possuem “orelhas” que encaixam as caixas umas nas outras. Em qualquer tipo de caixa é importante que a carga esteja bem distribuída para não haver problemas com as caixas. É importante que já comece com um pallet perfeito, com o uso de uma cantoneira. O EXTRAT FILM seria uma maneira, mas às vezes, é muito pressionado e chega a cortar as paredes verticais das caixas, e se uma das caixas da base estiver com problema irá afetar todo o pallet em si. É muito importante perceber isso na hora de fazer a paletização. Deve-se ter muito cuidado desde o início para que tenhamos um bom produto final na mão do consumidor. No CEAGESP, aproximadamente 40% da produção é jogada fora por causa disto, mas eles falam que é por causa da embalagem inadequada. Nós achamos que não é somente culpa da embalagem, mas sim dos cuidados que devemos ter com esta embalagem.

O transporte é outro problema. Às vezes colocamos uma carga de pallet dentro de um caminhão, especialmente estes tipo baú, e entre um e outro existe uma folga. Este pallet ficará de um lado para outro dentro do caminhão, e quando chegar ao final da linha, as caixas estarão completamente danificadas e os frutos sofrendo as conseqüências. Nos caminhões a granel o pessoal usa muito uma cantoneira, que nós criticamos bastante, pois é uma tábua distanciada uma da outra que é

ligada por borracha ou couro. Como uma tábua está distanciada da outra, quando é feita a sintagem do caminhão, a corda vai diretamente na caixa e não na cantoneira. São estes detalhes que temos que nos preocupar para chegar bem no fim da linha.

Devemos ter certas preocupações com as embalagens, especialmente as de papel ondulado.

Temos embalagens de montagem manual ou mecânica, a escolha só depende do volume de embalagens que o usuário tiver que usar. A embalagem do tipo bandeja é bastante utilizada no mercado, é bastante resistente, pois possui duas paredes verticais e serve para qualquer tipo de produto. Nós também criamos separadores dentro das caixas para que, quando sobrepor uma caixa na outra, a parte inferior da caixa não afunde. As medidas dessas embalagens ficam nas medidas padrões para paletização.

Na verdade, costumamos dizer que existe possibilidade para todos, num determinado momento talvez a caixa plástica é bastante interessante, só que o grande problema é a higienização. Agora, com a exigência da normativa, o negócio fica um pouco mais sério. O importante é você fazer uma boa higienização para não transferir doenças de uma safra para outra. Se fosse obrigatório o uso de caixas de papel ondulado, não teríamos oferta suficiente deste produto no mercado para atender a demanda.

Aspectos Legais para Exportação de Frutas

Rogério Oliveira Giorge¹

O que nós queremos transmitir para vocês hoje surgiu de uma conversa que tivemos como Dr. Waldyr Stumpf da Embrapa Clima Temperado, em que comentávamos as exigências do mercado externo em relação aos exportadores brasileiros e de outros países em relação à certificação, padronização etc.

Existem exigências de fora que estão fazendo com que tenhamos que correr e se adaptar rapidamente a isso para não perdermos mercado. Existe uma portaria de 1993 do Ministério da Saúde que aborda boas práticas de fabricação que seria a primeira etapa do sistema APPCC. A portaria 326 e a 368, de 1997, são utilizadas como referência em relação a condições de higiene e sanidade, e a portaria 4698 do Ministério da Agricultura, institui o sistema de análise de perigos e pontos críticos de controle. Existe uma portaria que não está citada aqui, a 275 da ANVISA que foi publicada em 6 de novembro de 2002, e que institui 180 dias, ou seja, que todas as empresas que trabalham com alimentos, inclusive frutas, tivessem um trabalho já direcionado em boas práticas, que é o primeiro degrau do sistema APPCC. Portanto, o que estamos falando aqui não é novidade, isso já vem sendo trabalhado, nós é que estamos atrasados.

¹ Eng. Agrôn. da Renar Maçãs, Fraiburgo, SC.

Quando começamos a trabalhar com fruticultura nas empresas, nós recebíamos clientes de fora que vinham verificar padrões de frutas, esta é a primeira idéia de quem está trabalhando com frutas. O cliente vem olhar o padrão da fruta, a qualidade e a classificação. Hoje houve uma alteração em relação a isso, quando recebemos um cliente, o que é comum nesta época, o tempo que ele toma analisando a qualidade da fruta deve ser de 5 a 10% do tempo dele dentro da empresa. Verifica, também, uma série de outras coisas, como o sistema de produção, incluindo análise de resíduos nos frutos e estudos sobre impactos ambientais. Isso é exigência e vale como não valia antigamente. Vale o que está escrito, não vale mais você dizer que está fazendo, tem que demonstrar e tem que estar escrito. Alguém tem que ser responsável, este responsável tem que ser um técnico, que tem que ter registro e competência e assim por diante. Isso é bom para técnicos, pois está fazendo com que o serviço seja cada vez mais eficiente e fácil de controlar. É uma mudança que está acontecendo. Hoje, já sentimos a necessidade de fazer um aprendizado, e as empresas estão buscando técnicos especializados porque estão sendo cobradas em relação a isso.

A rastreabilidade é outro item importante, são exigências que as empresas são obrigadas a cumprir. É aplicado da seguinte maneira: o cliente pode chegar para você e dizer que sua fruta é muito boa, que o trabalho é bom, a logística é excelente, eu não tive nenhum problema com vocês, mas se você não tiver tal e tal certificação não vai dar para nós trabalharmos mais. Estas certificações, estes protocolos e estes sistemas são coisas que nós temos que buscar.

Entre as certificações que estão envolvidas com a fruticultura, podemos citar a ISO 9000, que é um sistema de gestão e garantia da qualidade; a ISO 14000, para gestão ambiental, é a certificação mais pesada e a de custo mais elevado, mais trabalhosa e dispendiosa. Nenhuma empresa do ramo frutícola, pelo que nos consta, tem a certificação ISO 14000. A EUREP GUEP é o protocolo de boas práticas agrícolas, que também é

uma exigência; NATURECHOISE é outro tipo de certificação, e só existe uma empresa no Brasil com esta certificação; a BRC é um protocolo de um consórcio de varejistas ingleses, esta é uma cobrança bem recente e, também, só existe uma empresa no Brasil com esta certificação, a SEARA. Nos próximos dias duas empresas do ramo da fruticultura estarão sendo recomendadas para certificação BRC no Brasil, a RENAR é uma delas. A SA 8000 é uma certificação de responsabilidade social, e a OSO 18000 é uma certificação em saúde e segurança ocupacional. Basicamente, são essas as certificações cobradas dos exportadores de frutas.

A PIF, embora esteja nas normas que o EUREPGAP está pedindo, ainda não é uma solicitação feita pelos importadores brasileiros. O protocolo EUREP é um conjunto de normas técnicas e compromissos de boas práticas agrícolas. Os proprietários de explorações agrícolas se comprometem em segui-lo no âmbito e no fornecimento de produtos aos mercados, nas cadeias de grande produção. É um protocolo criado por alguns atacadistas europeus, com uma série de exigências similares ao PIF, só que muito focado nas relações ao trabalhador. Enquanto a PIF preconiza a análise de resíduos e uma série de fatores, analisando sempre a aplicação de produtos químicos, o EUREP faz uma série de outras exigências com respeito a segurança, procedimentos com relação aos funcionários, rastreabilidade e resíduo.

Dentre os itens cobrados no EUREPGAP, está a rastreabilidade, e vale a pena enfatizar que existem no mercado modelos a serem adotados em relação a rastreabilidade, mas na verdade não existe uma modelo a ser adotado para a fruticultura. Cada pessoa, usando o conhecimento de rastreabilidade, pode criar seu próprio modelo, desde que mantenha a rastreabilidade. A única pergunta que o auditor faz com relação a rastreabilidade, no caso do EUREP, é se é possível manter a rastreabilidade no produto registrado até a exploração em que foi produzido. É somente isso, e você tem que provar se você mantém.

Em todas as certificações você é obrigado a manter a rastreabilidade do produto, por isso, existem vários trabalhos feitos com relação a isso. Todos os registros solicitados durante a inspeção são mantidos por dois anos, é uma exigência que o certificador faz, vale o que está escrito, e o que está escrito é o que está armazenado.

O EUREP GUEP faz 254 questionamentos só em um protocolo. Em um item sobre variedades e porta enxertos questionam se o material vegetativo comprado é acompanhado por um certificado físico-sanitário oficial e se existe um plano de ações corretivas delineando estratégias para minimizar todos os riscos identificados nas novas parcelas.

Questiona ainda, sobre gestão de solo e substrato, se são utilizadas técnicas de mobilização e se há redução da possibilidade de erosão no solo. Sobre o uso de fertilizantes, questiona se as recomendações de fertilizantes são dadas por técnicos competentes e qualificados. Hoje as empresas são obrigadas a manter técnicos sempre atualizados com relação a todas as exigências do mercado. Sobre os equipamentos de aplicação, investiga se os mesmos são calibrados anualmente de forma a assegurar uma boa distribuição de fertilizantes. Ainda sobre fertilizantes, questiona se estes estão sendo armazenados em compartimentos separados dos inseticidas e fungicidas. Se um certificador chegar na sua empresa e não conseguir certificar que seus fertilizantes estão separados de fungicidas e inseticidas, você não consegue a certificação.

Irrigação é outro item cobrado, questionam se foi feita análise da água utilizada na irrigação. Na Europa existem estudos que mostram que dentro de dez anos começará a faltar água potável, isto está fazendo com que as empresas tenham que se atentar com relação ao uso da água. Vejam bem, não estamos falando somente em fruta, o importador está começando a cobrar outros aspectos. Já temos legislação para isso, já deveríamos nos preocupar com isso, mas o importador está fazendo com que nós nos preocupemos.

Sobre proteção de culturas, questionam se existe uma lista de todos os produtos químicos que são utilizados e estão autorizados para as culturas existentes na exploração agrícola. Semana passada, recebemos um importador inglês, de um programa em que deveremos entrar na Inglaterra, com cinco frutas ou verduras, o "Five aff Days". O diretor técnico inglês veio olhar nossa produção, ficando dois dias conosco. No setor de embalagens ele ficou meia hora, com a lista de produtos que utilizamos no campo ele ficou uma hora e meia analisando item por item. A fruta também será verificada, mas antes tem muita exigência a ser cumprida.

Questionam, também, se as recomendações para aplicação de produtos químicos são feitas por técnicos competentes e qualificados. Quando se fala na preparação de pessoas qualificadas, não é simplesmente aquele engenheiro agrônomo que te visita uma vez por semana, ele tem que estar presente todo o dia. É assim que está acontecendo, e isso faz com que as empresas tenham que buscar mão-de-obra qualificada nas universidades. A FAEM de Pelotas é uma referência muito boa em relação à fruticultura, é muito bem visto o trabalho da EMBRAPA, e isso vai ser cada vez mais forte. Outro questionamento importante, é se respeitamos todas as legislações e regulamentações locais relativas à eliminação e destruição de embalagens. Todos estes exemplos são cobranças de importadores.

Sobre colheita, perguntam se os trabalhadores têm acesso a instalações sanitárias e de lavagens de mãos, limpas e nas proximidades de seu local de trabalho. Antigamente não se olhava isso. O protocolo EUREP faz muitas exigências sobre as condições que são dadas aos trabalhadores

Estamos sendo cobrados, e quem achar que isto é besteira, daqui a um tempo estará fora do mercado. A auditoria interna é documentada e registrada. Dentro das empresas que estão trabalhando com certificação, que estão trabalhando com exportação e tem que ser certificadas, é obrigatória a existência

de auditores internos treinados e com noções de ISO.

A APPCC é um método baseado na aplicação de princípios técnicos e científicos para prevenção, que tem a finalidade de garantir a inocuidade do processo, produção, transporte, distribuição e consumo de alimentos.

São verificados aspectos gerais de higiene, plano de limpeza, desinfecção e controle de pragas, higiene pessoal e controle do estado de saúde dos empregados. Obrigatoriamente, todos têm que ter carteira de saúde presente no departamento médico, pois podem ser cobrados.

Quando o assunto é capacitação, perguntam se existe treinamento em higiene dos alimentos, é obrigatório o treinamento de todos os funcionários, pois você está propenso a qualquer funcionário ser indagado sobre treinamento e ele tem que saber demonstrar. Controle e documentação de dados, você tem que ter isso armazenado, assim como o controle de registros, inspeção e ensaio, controle de equipamentos de inspeção, medição e ensaio. Pode se estabelecer claramente o estado de calibração dos equipamentos, você tem que calibrar todos os equipamentos que estão ligados diretamente à qualidade do produto, como termômetros, refratômetro, penetrômetro, etc. Isso tem que ser feito por uma empresa terceirizada e qualificada e tem que ser demonstrado. Existem ainda, procedimentos com a identificação do estado de inspeção e ensaio.

Ainda questionam se existem procedimentos para identificação do produto e todas as fases do processo de identificação que asseguram a rastreabilidade, e se existem procedimentos para retirar produtos do mercado. Você tem que ter um procedimento escrito, documentado e tem que demonstrar que consegue fazer isso. Então, notem que não temos somente que produzir frutas e ter qualidade, embalagem e boa armazenagem, você é obrigado a seguir uma série de procedimentos.

Deve ter ainda, no APPCC, um plano documentado da sua estrutura, e tem que ter uma equipe formada e qualificada par isso. Esta certificação faz com que você tenha que deslumbrar os pontos que são obrigatórios: potabilidade, higiene em superfícies de contato, controle de contaminação, higiene pessoal dos empregados, controle tóxico, agentes tóxicos e controle de pragas.

BRIT ISCH RETAIL CONSÓRCIOS é uma certificação muito recente. É um protocolo similar ao EUREP e faz todas as exigências do sistema APPCC, mas que faz com que a empresa tenha que ter um sistema de gestão política da qualidade e segurança alimentar. Você é obrigado a ter um sistema de gestão da qualidade, do que faz para atender a segurança alimentar e a qualidade do produto, tem que ter um comprometimento da auto-direção, e tem que ter auditorias internas que demonstrem isso. É bom quereremos exportar, mais isto está ficando pesado. A parte boa, é que isto está fazendo o setor ficar mais organizado.

A empresa deve possuir uma clara, definida e documentada declaração da política de qualidade, deve possuir uma estrutura organizacional definida e documentada. O sistema de gestão da qualidade fala também da rastreabilidade, o que você faz para implementar ações corretivas e a gestão de reclamação.

No que diz respeito às instalações, o lugar deve estar bem localizado e deve ser mantido organizado de forma a prevenir contaminações e permitir a produção segura e legal dos produtos. Isso serve para uma empresa grande, onde você pode gastar, uma empresa que pode se preparar para uma certificação. Para se ter uma idéia de custo, somente neste item gastamos na empresa, somente em pequenas alterações físicas, quase um milhão de reais.

No controle de produto, a empresa deve contratar um laboratório para confirmar a segurança e a qualidade do produto, utilizando procedimentos e instalações apropriados.

Hoje fazemos “suabs” de embalagens, porque não se pode passar contaminação do setor da embalagem para o produto. Em controle de processos, devo ter procedimentos que verifiquem os equipamentos e os processos empregados. Os procedimentos de higiene da empresa devem estar documentados e devem se adotados por todos, inclusive os que visitam a empresa. Quem tem que cobrar isso é o funcionário encarregado, por isso ele deve ser bem treinado. Estas são as três certificações mais exigidas hoje.

PAINEL III

**Mercado de Frutas, Espaços
Promissores**

Organização, Produção e Mercado de Citros no Uruguai

Juan Pablo Furest¹

Antes de tudo, gostaria de agradecer o convite a este evento, que consiste num movimento de fruticultores, políticos e pesquisadores do Estado.

Em princípio, vou apontar e tentar retratar da melhor forma possível a situação dos citros no Uruguai. A citricultura uruguaia tem *status* importante porque se exporta fruta fresca, ou seja, o objetivo da nossa produção é exportar.

Assim sendo, quero demarcar em princípio a situação dos citros em nível mundial, observando alguns dados importantes. Em termos de volume a produção mundial citrícola, em 2002, foi de 95 milhões de toneladas, das quais 30% foram produzidas no hemisfério Sul. Deste total, 10% são exportados e somente 18% do total de exportações pertence ao hemisfério Sul. Quando falamos em hemisfério sul, nos referimos em particular ao Chile, Argentina, Uruguai e Brasil. Nossos grandes competidores em cítricos, principalmente mandarina, é o sul da África e a Austrália. Para se ter uma idéia, em cifras de 2002, observamos que o Brasil maneja 20 milhões de toneladas, tendo um peso bastante importante o restante dos integrantes do Mercosul e Austrália, com diferentes canalizações, porque

¹ INIA, Montevideu, Uruguai.

basicamente toda a exportação da Austrália é dirigida aos mercados do Oriente, não competindo tanto quanto os outros países na Europa e em outros lugares como o Canadá, mas de qualquer forma participa com uma competência muito forte, já que seus custos de produção são muito baixos (FIORAVANÇO, 2002).

Em relação à área efetivamente ocupada com citros, observamos no ano de 2000 o Uruguai com 15.500 hectares, isso são dados não atualizados, mas que demonstram a idéia que quero passar sobre os maiores exportadores do hemisfério Sul e seu peso na produção mundial.

Assim, no caso do hemisfério Sul, o volume na safra de 2003 constitui 46% do produzido e exportado, sendo que nos anos anteriores oscilamos entre 32% e 46%.

No caso específico do Uruguai, no ano de 2002 a produção chegou a 250 mil toneladas, sendo que há dois anos sofremos com geadas muito fortes no inverno, o que ocasionou uma queda muito grande na produção, pois nos anos anteriores a 2000 chegamos a 400 mil toneladas. O que se manteve constante nestes últimos anos foi a distribuição da produção, onde a laranja representa 53%, mandarina 30%, limões 15% e pomelo 2%. Com referência à produção de laranjas em 2003, 33% do total foi de Valência, 12,5% laranjas de umbigo e o restante distribuído entre outras variedades.

No caso das mandarinas criadas pelos espanhóis, e mais especificamente o grupo das clementinas, que possuem um consumo acentuado na Europa, existe um processo grande de adaptação e manejo de variedades, pois não possuímos as melhores condições para produzi-los.

As variedades murta e ortanique, apesar do percentual plantado e de serem também muito apetitosas, normalmente logram um nicho muito especial de mercado.

A indústria no ano de 2003 praticamente não elaborou fruta em função de que, a partir de novembro de 2002, a paridade cambial entre o dólar e o euro não nos favoreceu. então se lograram níveis de exportação que não supriram os do ano passado e de outros anos que foram *tops* em relação à produção, chegando a 46% do que se produziu. Para que vocês vejam o destino de nossas frutas, também em cifras de 2002, 81% do produzido foi exportado para a Europa.

Para se ter uma idéia de localização, temos três ou quatro zonas citrícolas, uma basicamente representada por Salto e Paysandu, outra na zona da Colônia e outra em São José. Hoje temos 15.500 hectares plantados, são 500 produtores no grupo citrícola, com 10 variedades distribuídas entre estas zonas de produção.

Com relação a sazonalidade e as variedades, começamos a colheita em março e terminamos em novembro com a Valência. A variedade Murco produz muito bem, é rigorosa, mas temos que podá-las todos os anos. Comercialmente, tem sementes, o que a tornam não competitiva, como é colhida em finais de safra, logra momentos de nichos. A Ortanique é uma variedade muito produtiva, não necessita polinização, praticamente de 70 a 80% da produção tem características de exportação.

O limão fino, que também é exportado pelos espanhóis, está dando resultado tanto de produção quanto de qualidade de produção, com bom nível de exportação.

Depois da apresentação dos dados gerais para localização das zonas produtivas, apresento algumas informações relativas a questão sanitária para a exportação.

A política do Ministério do Uruguai busca, de alguma forma, garantir à comunidade os requerimentos fito-sanitários exigidos, assim temos essa segurança dividida em dois componentes:

- Diminuição do risco de pragas quarentenárias;
- Rastreabilidade dos lotes de exportação.

A diminuição do risco leva em consideração o Cancro Cítrico, que é uma doença quarentenária, mas considera, também, a marca da fruta, a mancha negra e sarna dos citros.

Em resumo, na rastreabilidade dos lotes para exportação, há uma intenção oficial de sanidade vegetal, onde o pessoal com autoridade sanitária realiza inspeções que habilitam ou não o lugar de produção como zona livre de doenças com um código. Este processo consiste em documentar expressamente as trocas de responsabilidade desde o manejo da fruta até quem recebe as frutas no “packing” e na câmara frigorífica dos portos. Cada carga que sai do park tem uma identificação com código de barras, onde se identifica até de que quinta e de que quadro se produziu está fruta.

Toda esta exigência é viável, e permite trabalhar com um sistema informático que engloba muitos dados. O sistema de certificação fitosanitário uruguaio permite a resposta a requisitos fito-sanitários de qualquer mercado de exportação e tem permitindo, também, definir claramente a responsabilidade do setor privado e do setor oficial no processo de produção e exportação.

O objetivo era chegar a este ponto, no qual há a sintonia entre todos os elos do setor, isto porque para que a citricultura do Uruguai tenha validade na exportação de fruta fresca, temos que cumprir as exigências de qualidade do mercado comprador.

Perspectivas e Mercado para Frutas de Clima Temperado no Mercosul

Mariano Winograd¹

Hoje pela manhã, participei de um painel e gostei muito da conclusão feita pelo Dr. César Valmor Rombaldi, da Universidade Federal de Pelotas, na qual ele destacou que quando pensamos em perspectivas não estamos falando só do presente, mas estamos fazendo um trabalho estratégico para o futuro. Então, o futuro tem a ver com o presente e o passado, devendo ter uma construção com base nas restrições e possibilidades.

Na palestra feita pelo pessoal do RENAR falou-se muito em prioridades, mas todas essas prioridades aqui comentadas são impostas pelos nossos compradores. Destacaram ainda a necessidade de adaptar nossa oferta às restrições e aos requisitos dos nossos compradores, então preparei minha apresentação de forma a intercambiar alguns conceitos sobre esta linha.

Entre as perspectivas para frutas de clima temperado no Mercosul, os temas estabelecidos na agenda do Cone Sul das Américas por Lopes & Brandão (2000), e que são apresentados a seguir, são os que nos parecem importantes.

¹ *Especialista em Agronegócio e Estratégia em Horticultura e Fruticultura, Buenos Aires, Argentina.*

1) Consumo regional - è um tema importante porque ao menos na Argentina temos uns 50% da população abaixo da linha da pobreza e, algumas análises demonstram que os 10% mais pobres da população consomem apenas a quarta parte de frutas que é consumida pelos 40% restantes.

Então, se o Mercosul pretende ser um êxito geopolítico como a Europa foi nos últimos 50 anos, o tema consumo regional seguramente será bastante importante. Neste sentido, temos uma possibilidade importante, aqui está o colega do Carrefour, que está trabalhando justamente na qualidade do produto para o mercado interno. Então, como produtores, empresários ou cidadãos, devemos pensar que nos próximos 50 anos o nosso subcontinente ficará mais desenvolvido do que agora.

2) Crise socioeconômica - A crise socioeconômica na Argentina aconteceu depois da crise socioeconômica do Brasil. Vocês devem lembrar que em janeiro de 1999 a moeda do Brasil sofreu uma desvalorização e, obviamente, a Argentina, que tinha toda sua estratégia comercial depositada no Brasil, teve grandes complicações. Os dois anos entre a desvalorização brasileira e a desvalorização Argentina, em janeiro de 2002, foram realmente muito complicados

3) Políticas sociais - Temos uma realidade política nos dois países. os governos estão procurando construir um equilíbrio social e, ao mesmo tempo, uma identidade no mundo. Então, acho que o contexto é favorável.

4) A evolução dos mercados - Na cidade mexicana de Cancún tivemos há três meses uma reunião da Organização Mundial do Comércio que ficou sem finalização, mas há duas semanas tivemos uma reunião em Miami, e em dezembro teremos outra reunião da OMC em Genebra, onde Brasil e Argentina estarão procurando discutir uma posição conjunta, porque realmente os países desenvolvidos têm políticas protecionistas ao seu setor agropecuário. É inimaginável que nossa região se desenvolva se não tivermos a possibilidade de fazer comércio internacional.

5) Os antecedentes - Hoje pela manhã uma pesquisadora da Embrapa do Rio de Janeiro falou um pouco sobre este assunto, mas mesmo assim eu gostaria de reverendar o tema saúde e prioridades do consumidor. O caso do tomate longa vida, por exemplo, é um caso interessante. Durante dez anos a indústria não obteve a prioridade do consumidor neste tema, e agora a indústria tomaria está trocando sua estratégia, procurando um produto que satisfaça as prioridades do consumidor.

6) O comércio intra-regional - Nos anos 90 tivemos um comércio intra-regional muito mais forte do que hoje. Neste ano a economia da Argentina está crescendo a uma taxa de 7%, o Brasil está mais ou menos em recessão

7) O crescimento exportador – O Brasil está crescendo só em alguns grupos, como em sucos de laranja e frutas do Nordeste, assim como a Argentina com o limão e a pêra, o Uruguai com a tangerina e as mixiricas e o Chile com as maçãs. Até agora, se a estratégia de desenvolvimento setorial é imposta somente pela prioridade de mercado internacional, o risco é que o desenvolvimento se produza só em algumas regiões e com algumas frutas e não no conjunto.

Nos anos 70, o consumidor se comportava demandando um produto intermediário de preço e qualidade, demandando poucos produtos “top premium” ou primeiro preço no produto básico. Na atualidade o consumidor procura ao mesmo tempo, produtos de primeiro preço, produtos baratos e compras satisfatórias. Por exemplo na Argentina, com o consumo do vinho. Hoje todos os vinhos têm uma etiqueta com nome, origem, explicação do sabor, do gosto etc. O mesmo consumidor pode ir ao supermercado e não ter interesse em gastar muito dinheiro em um produto, demandando somente uma primeira qualidade, mas esse mesmo consumidor ainda pode ver outro produto onde ele gastaria todo o seu dinheiro. Então, temos que oferecer produtos para ambos tipos de consumidores.

Alguns consumidores priorizam a base de hábito, do costume, do tradicional, outros priorizam a rapidez das empresas, a qualidade e a diferenciação. Então, a indústria fornece produtos para satisfazer as prioridades de cada um. Por exemplo, para os que priorizam o tema da qualidade e diferenciação, provavelmente serão consumidores de produtos biológicos, orgânicos, produtos de comércio justo, produtos naturais e responsáveis pelo meio ambiente.

Aqueles que priorizam os costumes, seguramente demandarão produtos pré-embalados e básicos e, aqueles que priorizam a rapidez e a simplicidade, demandam produtos para micro-ondas.

Uma estratégia na França consiste em identificar os valores nutricionais das frutas e verduras frescas para satisfazer as prioridades do consumidor que busca saúde, naturalidade e genuidade, e que o produto seja acessível e fácil de ser usado.

Há um convênio de cooperação com a CTIFL (Centro Técnico Interprofissional de Frutas e Legumes) da França, uma instituição criada nos anos 50. cujo conceito interprofissional é o que aqui no Mercosul denominamos de "cadeia de valor", então, se analisa a problemática incluindo toda a cadeia, desde a fazenda até o prato.

Hoje, tem os consumidores que são, por exemplo, os "cybertones", que passam o dia inteiro no computador, e então, temos que oferecer algum produto frutícola pronto para conseguirmos alcançar ser este consumidor. Temos os que são amantes da cozinha tradicional, temos os indiferentes, temos o "gourmet" etc., e se a indústria frutícola renuncia a todos eles, só conseguimos nos inserir em um pequeno segmento do consumo, então, estamos seguramente perdendo 80% dos consumidores.

O tema já não é só saúde, mas Nutraceutica e funcionalidade. Vocês sabem que no mundo a indústria da genética está

funcionando com a indústria farmacêutica. As grandes companhias que elaboram medicamentos são as mesmas que elaboram agro-químicos, por exemplo. Então, estão trabalhando no que se chama de produtos Nutracêuticos.

O consumidor ainda está um pouco desconfiado dos organismos geneticamente modificados, porque tem o aspecto preventivo e o temor de que este produto faça mal.

Além disso, algumas campanhas associam a prevenção do câncer, uma das principais causas de morte nas sociedades ocidentais, ao consumo de alguns ingredientes, como por exemplo: câncer de pulmão - frutas e verduras; câncer de cólon - fibra, brócolis etc.

Na Argentina temos o programa 5 ao dia, do qual eu sou coordenador. Estamos trabalhando na promoção do consumo de hortifruti na relação de prevenção do câncer e doenças do coração. Aqui no Brasil vocês também têm o programa 5 ao dia, que está sendo desenvolvido por uma firma do Espírito Santo, que se chama Hortifruti.

“Os hortifruti como alimentos funcionais” são os novos preventivos, são alimentos que farão parte de uma alimentação adequada para evitar doenças.

Historicamente, os alimentos correntes eram produtos convencionais, com um efeito nutritivo, em seguida o conceito das hortaliças foi associado ao de alimentos bons, com imagem de saúde, posteriormente, hortaliças sanas para uma nutrição melhorada para manter a saúde e o bem estar, mais adiante a genética desenvolve hortaliças com nutrientes melhorados para prevenir problemas de saúde e, finalmente, hortaliças com propriedades ativas para a prevenção de certos problemas de saúde. Então, cada vez os argumentos para o uso dos hortifruti como alimentos funcionais é mais forte.

No Brasil, admiramos uma política de substituição de importações no tema alho, cebola e maçã, que foi o pilar do crescimento da produção e que agora situa o Brasil como país exportador de maçãs, o que a 30 anos atrás ninguém imaginava possível.

O incremento tecnológico é geral para toda produção, desde os temas que tem a ver com irrigação, com o uso de agroquímicos, com os temas de pós-colheita e, agora, em temas de gestão da qualidade, sendo generalizados, ou seja, não são restringidos apenas às grandes empresas.

Temos uma possibilidade de cooperação comercial e técnica, não esqueçam que a Espanha tornou-se o grande fornecedor de hortifrutis para a Comunidade Européia.

A Espanha é uma potência exportadora, mas tem cooperação comercial e tecnológica de fora. A Argentina tem cooperação com o CTIFL, uma plataforma de cooperação tecnológica no Mercosul que se chama PROCISUR, então, aproveitei esta visita para tentar encontrar alguns espaços de cooperação tecnológica.

Na década de 90, ao menos na Argentina, tivemos uma situação de crescimento econômico mais concentrado e com exclusão. Temos a comprovação que este tipo de crescimento não é sustentável e que nessa via o futuro é incerto.

Se a Europa conseguiu depois da Guerra converter-se num continente da qualidade dos Estados Unidos é porque eles trabalharam com o setor agrário e com a resolução da pobreza.

O tema logística já foi apresentado, e todos sabemos que o transporte nos últimos 20 anos teve um desenvolvimento muito grande e hoje é possível chegar com frutas de excelente qualidade a lugares onde não era possível, e o transporte ainda vai se desenvolver muito mais.

Este ano na Argentina, toda estratégia de exportação da cereja, está trocando o transporte aéreo para o transporte marítimo. O transporte aéreo custa 2 dólares por quilo, o transporte marítimo custa 20 centavos, imaginem a possibilidade de expansão do mercado quando os custos se reduzem em 90%.

Vocês conhecem o tema de amostra modificada, originalmente desenvolvida para frigoríficos e hoje já disponível para o transporte. Na Argentina, fui presidente e assessor de um projeto de endívias, uma hortaliça muito cara e sofisticada, que se empacota num filme de permeabilidade seletiva e pode ser exibida no supermercado sem perder sua qualidade.

Seguramente os setores varejista e atacadista também não ficam tranquilos e respondem a sua própria estratégia. Hoje o palestrante da RENAR cometeu um equívoco, porque ele falou que o sistema EUREPGAP é um sistema de atacadistas europeus, mas o sistema de EUREPGAP é um sistema dos supermercados europeus, que são certamente o grande protagonista da distribuição na Europa.

No aspecto regional a vinculação, se estamos falando de perspectivas ou prospectivas, temos que imaginar como será a região dentro de 10 ou 20 anos. Vocês sabem que o programa mais exitoso de desenvolvimento agro-industrial no mundo é o programa vitivinícola da Austrália. O sistema de trabalho foi o seguinte, toda cadeia de valor vitivinícola australiana se reuniu e discutiu que sistema vitivinícola queria para 20 anos, então se dentro de 20 anos queremos estar neste lugar, onde deveremos estar em 10 anos, em 5 anos, em 2 anos, e em 1 ano. Então, para estar neste ponto dentro de 20 anos, dentro de 1 ano teremos que estar neste outro ponto. Para ficar neste ponto dentro de 1 ano, o que nós temos de fazer?

Se estamos falando de desenvolvimento estratégico, temos de fazer o esforço de imaginar como será o Mercosul dentro de 20 anos, é um trabalho difícil. Imaginem qual era a vinculação do Mercosul há 20 anos?

O tema circulação da informação e conhecimento, porque agora se fala que é o tempo da economia da comunicação, informação e do conhecimento. Acho que qualquer um de nós pode ser cítrico, porque utilizamos ferramentas de comunicação que fazem com que todo o nosso comportamento fique totalmente diferente.

Alguém falou que no Mercosul temos muita regulamentação, mas não tomamos conta dela, isso na verdade é um problema cultural que ainda não resolvemos.

Com relação ao aspecto comercial, precisamos de mais vinculação no comércio de atacado. Nos mercados do Brasil temos uma rede de CEASAs, construída nos anos 60 e 70, para que o abastecimento alimentar da cidade fosse concentrado, superando o problema de infra-estrutura, hoje o problema não mais esse. Na Argentina temos o mesmo problema. O mercado central de Buenos Aires, concebido como as CEASAs, é um mercado de concentração obrigatória física dos produtos, e agora o problema já não é mais de concentrações físicas, mas de circulação de conhecimento.

Na Europa a tendência a um mês atrás foi a reunião internacional dos mercados em Lisboa e o tema em discussão eram "os mercados da terceira geração". Os mercados de primeira geração surgiram quando as centrais de atacadistas saíram da cidade para periferia para facilitar a circulação, os mercados de segunda geração são as plataformas logísticas, mercado onde a comercialização física se realiza dentro da central, mas a relação financeira e comercial não ocorre lá, e os mercados de terceira geração são a adaptação dos mercados, da economia, do conhecimento e da informação.

O presidente dos atacadistas franceses falou no congresso de Lisboa que os atacadistas são uma forma de vincular o conhecimento e a informação entre o campo e a cidade. Cada vez mais o tema de transmissão de conhecimento fica junto aos grandes negócios do século XXI.

Frente a isto, nós, os fruticultores, temos que dar uma resposta e, temos que trabalhar para o consumidor que tem novos paradigmas de qualidade, que incluem valores. Temos que trabalhar novos parâmetros de diferenciação, fornecer ao consumidor aquelas prioridades que ele está demandando.

Também temos o tema da confiança, do compromisso e da identidade. Neste terreno temos muita possibilidade de cooperação no Mercosul. O tema denominações de origem, produtos de identidade controlada e qualidade reconhecida.

Temos ainda os aspectos sociais da agricultura, na Europa denominados de multifuncionalidade da agricultura, ou seja, a agricultura não tem só um valor econômico, mas tem um valor social, ambiental, demográfico e político.

Se aqui no Mercosul o problema de desemprego e de fome são um problema sério, certamente o nosso setor tem possibilidade de dar resposta a ele. Mas temos a necessidade de desenvolver mais discursos.

Está é a página do 5 ao dia Brasil (www.5aodia.com.br), eu gostaria que vocês anotassem, convido vocês a olharem e se quiserem podem olhar a nossa (www.5aldia.com.ar).

Imagino que o consumo regional deverá se incrementar nos próximos 10 anos, as políticas econômicas não poderão esquecer as políticas sociais, e o consumo terá de incrementar-se. Acredito que a hortifruti será não só uma decisão estratégica para os especialistas, mas uma resposta multifuncional de política demográfica, laboral, de ocupação do território, ambiental e de desenvolvimento.

Acredito que teremos uma reconstrução da sinergia do trabalho conjunto entre o público e o privado, que os níveis de ingresso e consumo vão melhorar em um contexto e em uma negociação política importante para o Mercosul, que terá mais presença no mundo e, então, teremos melhores possibilidades

de exportação e uma posição firme na OMC.

Temos o tema de transgenia, que é um tema bastante extenso, mas importante, e outros temas como os de captura de carbono, aquecimento global etc. que não teremos tempo de discutir agora, mas que são temas de agenda. Não podemos falar de fruticultura estratégica se não incluirmos estes temas na agenda.

Rolitolo Jaguaribe fala que estamos na terceira onda globalizada. A primeira foi no século XV quando a América foi descoberta e houve o intercâmbio comercial entre a Europa e o resto do mundo. Naquele tempo a tecnologia apóia as comunicações e a revolução industrial. No século XIX a revolução industrial, o uso do maquinário, o primeiro vapor, logo em seguida a elétrica e, finalmente, a globalização das comunicações e o conhecimento.

Agora vemos cada onda de globalização incrementar as assimetrias entre aqueles que são vencedores na globalização e aqueles que são perdedores. Jaguaribe identifica agora quatro níveis de resposta à globalização: 1) o nível supremo é o vencedor supremo, os Estados Unidos; 2) o nível de auto-determinação é o Japão e a Europa; 3) o nível de resistência é a China e a Índia e, 4) o nível de dependência, são todos os outros, incluindo a nós.

Segundo Jaguaribe temos 20 anos para ascender se quisermos sair do nível de dependência para o nível de resistência. Se o cenário é multipolar, esta é a única possibilidade. Então, não podemos ficar no último nível, mas no terceiro e para isso é necessário o Mercosul. Se o cenário não é multipolar, mas unipolar, então, só os EUA é o vencedor. De todas as formas, a negociação é melhor se tivermos posição sólida, temos que discutir não só um setor específico, mas quais são as conseqüências para participar dessa discussão geopolítica. Temos ainda na fruticultura um desafio político. Devemos imaginar a nossa fruticultura, se não conseguirmos incrementar

o mercado, ficamos com um problema, porque a única possibilidade de crescimento sugere que alguém desapareça. Eu acho que o verdadeiro desafio é o crescimento do conjunto. O desafio é o crescimento, mas não com exclusão e sim com inclusão, e para isso é imprescindível construir uma identidade regional, e esta se constrói no Mercosul.

Imaginemos que nós próximos anos teremos pensadores que vislumbram que a consolidação a China vai gerar um reequilíbrio de poder mundial e que a fruticultura é importante, porque é a forma mais sana, que gera mais emprego, mais genuína e de melhor impacto ambiental para alimentação.

Normas e Mercado de Frutas no Mercosul

Luiz Clovis Belarmino¹

Este painel mostrou como o Uruguai vem acompanhando o mercado internacional, especificamente de citros, como se organizou internamente, a institucionalidade de todo o processo foi bastante detalhada. É um exemplo que já estamos adotando, todo nosso programa de citricultura tem uma grande base em cima do que está sendo feito no Uruguai, facilitando a entrada aqui no Brasil, obviamente seguindo todos os regulamentos alfandegários e fitossanitários. A existência deste programa foi extremamente importante e este intercâmbio no MERCOSUL está acontecendo não somente no setor acadêmico, mas também no empresarial, onde existem empresários que foram citados aqui e estão nesta região, comprando terras e estabelecendo entrepostos na estratégia de atingir o mercado brasileiro e usar um porto como o de Rio Grande ou outras estratégias de logística, de escoamento e acesso a mercados. Portanto, foram extremamente importantes estas apresentações no aspecto de cultivo, colheita e comercialização, informações estas que serão extremamente úteis, pois nossa produção é inicial, mas a perspectiva deste ano é de 300 mil mudas negociadas, provavelmente no ano que vem se atinja um milhão de mudas e, neste programa de

¹*Embrapa Clima Temperado, Pelotas, RS.*

citricultura temos características de solo diferente do uruguaio, e que pode ser uma garantia, afora nossa similaridade climática. Isso nos dará um intercâmbio bastante grande que já vem acontecendo na área acadêmica e, agora, empresarial. Uma outra etapa seria trabalharmos com a Argentina, numa marca MERCOSUL, com programas de governo integrados, seguindo um exemplo de um programa educacional para melhoria do consumo de frutas e estratégias comuns para mercados no hemisfério norte, onde o mercado citrícola, especialmente mandarinas, cresce mais do que laranja, em torno de 6 a 7%.

A contribuição do Dr. Mariano foi extremamente útil, lúcida, objetiva e clara no sentido de nos permitir observar que temos muitos desafios. Temos, também, um otimismo e uma garra, sua apresentação nos mostrou que podemos mudar o futuro e estabelecer o que queremos. Fazer isso com conhecimento, com informação e dados, não apenas numa visão meramente exploratória ou de seguir apenas aquilo que a tendência nos mostra. Somos muito favoráveis ao seu pensamento de que o futuro, para ser explorado, precisa ser estabelecido e planejado, para que com isso você vença as etapas e construa com seus desafios, com suas fortalezas, ameaças e debilidades, todas as suas possibilidades de superação dos pontos críticos para que os fatores possam ser reunidos, num esforço de visão mundial. Não podemos ser mais um país fechado como fomos até bem pouco tempo, temos um projeto político, estratégico para fazer o nosso tema de casa. Temos muito a superar em termos de mercados mundiais, temos oportunidades que precisam ser exploradas e conhecer o mercado mundial, principalmente a perspectiva do consumo asiático, aí está uma estratégia muito boa para o MERCOSUL. Todos estes hábitos e a incrível capacidade de criarmos normas e padrões de referência, devem ser usados ao nosso favor, fazer do acordo MERCOSUL – UE mais do que o da ALCA, uma oportunidade de nos associarmos e atingir este terceiro mercado, que sem dúvida é o que mais cresce.

No Brasil, ainda trabalhamos na montagem destes projetos. Temos a maçã que já está em funcionamento e vai para o segundo ano com o sistema de avaliação da conformidade, em 23780 hectares, que correspondem a 1%, onde trabalhamos com 14 espécies de frutíferas. Dentro destes sistemas de certificação, temos este acordo de reconhecimento em Fórum Internacional de Acreditação. O Brasil deveria montar um sistema que tivesse estas representações internacionais. Por isso, o INMETRO está dentro do nosso programa da PIF, pois ele é o representante dentro deste Fórum Internacional de Acreditação, é o organismo que tem a competência de fazer com que as entidades certificadoras atuem.

Precisamos buscar a inovação e a competitividade na fruticultura brasileira. Hoje, temos patamares de produtores sem nenhuma prática agrícola e outros com boas práticas. Começam a existir programas como o PAS – Programa de Alimentos Seguros, para o campo. E, também, as outras exigências de protocolos internacionais como o EurepGap, que são protocolos de grandes distribuidores de frutas, como os supermercados.

O PIF é um sistema de produção que é montado buscando a sustentabilidade máxima possível dos recursos naturais, diminuição dos insumos poluentes, instruções de monitoramento e rastreabilidade. Tem que ser economicamente viável, ecologicamente correto e socialmente justo. Não se pode ter uma visão fragmentada, não se pode ver as coisas separadamente, tem que se buscar o todo. E este conhecimento tem que ser buscado nas universidades, nas empresas de pesquisa. A PIF valoriza os mecanismos de defesa da própria planta, através de podas, diminuições de nutrientes etc.; enfatiza tecnologias para exploração econômica sobre o enfoque da cadeia produtiva; procura sempre produtos de menor impacto ambiental, ou áreas de compensação biológica, com cordões de contorno ou quebra-ventos; preconiza manter sempre os solos protegidos e estabelece uma relação de confiança do consumidor, de que o produto está de acordo com

as normas técnicas específicas.

A principal vantagem do sistema é a permanência no mercado. Hoje, quem não estiver dentro de linhas de produção e com uma visão holística, terá problemas para permanecer no mercado. Organização da base produtiva, não se trabalha com o produtor individual, tem que ser em cooperativas, consórcios etc. Ao consumidor, principalmente índices de resíduos de acordo com os padrões internacionais e brasileiros. Tem que ter a segurança de que o produto é inócuo.

Na visão holística da PIF temos a base que é a organização, se nós não estivermos organizados será muito difícil transferir todas as tecnologias para o desenvolvimento do sistema. Monitoramento de todo o sistema e informação, tem que ter tudo documentado, o que você aplica para manter uma sustentabilidade das pessoas que trabalham no campo, sustentabilidade econômica e ambiental.

A grande mudança é trabalhar o sistema como um todo, minimizando os efeitos antagônicos entre as práticas efetuadas. Para o pleno desenvolvimento deste sistema você não precisa ter tecnologias prontas, mas você tem o mercado, tem estes padrões e trabalha este grupo de técnicos e agricultores juntos nas normas técnicas específicas da base produtiva. Tudo isso é voltado ao produtor e empacotador. A grande diferença de alguns modelos, é que ela é um processo voluntário. A Itália está pagando 150 dólares por hectare para mudar do programa convencional para a PIF. Ela tem que ter uma assistência técnica, muito treinamento para desenvolver estas normas técnicas para que as auditorias no campo sejam compatíveis.

O programa do PRÓFRUTA envolve 57 projetos, é um convênio que temos junto com o CNPq. Em PIF, temos cinco universidades, 15 instituições estaduais de pesquisa e nove EMBRAPAS, onze estados e 15 espécies de frutíferas.

Na PIF do Brasil temos todas as normas técnicas, temos também uma instrução normativa do INMETRO, que determina como as entidades que farão a avaliação da conformidade irá se comportar, chama-se "O regulamento da avaliação da conformidade". Estes documentos já foram enviados para todas as embaixadas que o Brasil tem relacionamento de comércio com frutas. O INMETRO fará uma representação junto ao Itamaraty para ter um reconhecimento internacional do nosso programa e para substituições de outros programas. O próprio presidente do INMETRO fez no mês de outubro em Genebra um pronunciamento na OMC, onde colocou dois programas brasileiros de avaliação da conformidade, um é da certificação de florestas e o outro é o das frutas.

Na grade de agroquímicos, nem todos os produtos registrados são utilizados na PIF, somente aqueles de mais baixo impacto ambiental, com as moléculas mais modernas, são hoje mais recomendados. Mas, temos uma dificuldade na demora do registro destes produtos mais novos. Procura-se sempre a utilização de métodos preventivos, maximizados, de preferência com aplicação localizada, momento certo e baixo efeito residual, produtos seletivos e de baixa toxicidade para mamíferos.

Basicamente no Brasil, um ano antes da Espanha fazer o decreto real, já tínhamos nossas normas técnicas de produção integrada, iniciando na maçã por incentivo dos produtores e pesquisadores da EPAGRI e, posteriormente, a Embrapa Uva e Vinho de Bento Gonçalves.

Para vocês terem uma idéia de como evoluiu este programa, a maçã trabalhou no ano de 2000 com 165 produtores, o correspondente a 8660 hectares e 30% da produção nacional. Praticamente 100% de quem exportava estava dentro do programa, com produtores de 1 a 100 hectares. No caso da manga, desenvolvemos 73 instituições, desde o CARREFUR com 300 hectares em produção integrada mais 108 hectares em orgânico.

O sistema de avaliação da conformidade é um modelo que estamos trabalhando junto com o INMETRO. Foram movimentos do próprio setor produtivo para que o INMETRO trabalhasse nisso, para ter organismos chamados de terceira parte. Não é o INMETRO que vai ao campo, ele vai credenciar entidades para fazer a avaliação. Quem faz as normas e quem as produz não é o mesmo que avalia a conformidade.

Sempre nos baseamos na cadeia produtiva, ou seja, no produtor, empacotador, supermercado etc. Temos aqui as comissões técnicas para desenvolver as normas. No caso da maçã, são quatro regiões, onde temos um grupo de técnicos e pesquisadores que tomam as decisões. E, posteriormente, temos um grupo maior que faz as reivindicações, mas todo ele sai da base produtiva. As diretrizes gerais que publicamos são todas baseadas nos organismos internacionais de luta biológica. Para termos um reconhecimento internacional, precisamos de pelo menos dois anos de sistema em funcionamento.

Estas normas técnicas são enviadas para o Ministério da Agricultura e distribuídas para uma comissão nacional, que é formada por produtores e, também, pela iniciativa privada.

Nos modelos de terceira parte, as normas são feitas, publicadas e, alguém irá avaliar. Hoje na maçã temos duas organizações nacionais e uma internacional que atua em 140 países com experiência muito grande em sistemas de avaliação. Então, o produtor adere ao programa, a auditoria inicia e vê se ele tem condições. O sistema da maçã é interessantíssimo, pois a própria associação é que indica o produtor, ele tem que ter um ano de experiência e um responsável técnico irá dizer se ele tem ou não condições de entrar no processo produtivo. No caso do Uruguai, estão entrando muito rapidamente no sistema e as comissões eliminam 25% dos produtores no primeiro ano. Isso nós não queremos no Brasil. Normalmente quem entra no programa tem que saber de todas as normas e o que ele tem que cumprir. Com este processo, nós temos um software Para

qualquer tipo de informação ou dúvidas que vocês tiverem,
podem entrar em contato conosco através do e-mail
ppafruticultura@agricultura.gov.br

PAINEL IV

Sistemas de Produção

Produção Integrada de Frutas

José Carlos Facchinello¹

Nós vamos trazer aqui uma proposta do que é a nossa produção integrada, e hoje temos um motivo em especial, pois estamos lançando durante esta apresentação as normas de produção integrada do pêsego. Isso foi uma batalha de quatro anos, que dará base para aqueles que quiserem trabalhar no sistema de produção integrada e certificar a sua produção.

Nosso enfoque basicamente será o pêsego de mesa e indústria, principalmente relatando a experiência que estamos fazendo em Pelotas com essa equipe multidisciplinar, envolvendo a PIF e a rastreabilidade com frutas para conserva.

A PIF começou na Europa, com destaque para a Itália. No Brasil chegou em 1997/1998, e em 2003 tivemos as primeiras frutas certificadas. Gostaríamos de frisar novamente que a PIF trabalha com o todo, e este todo, além da redução de agroquímicos, de uma maneira geral, é uma condição para competir em outros mercados, com respeito a saúde do produtor e do consumidor para chegarmos ao selo de qualidade com rastreabilidade, dando ao consumidor a oportunidade de saber qual é a origem do produto, e tudo

¹ *Professor da Ufpel e Presidente da Sociedade Brasileira de Fruticultura, Pelotas, RS.*

aquilo que foi utilizado durante o processo produtivo.

A pergunta que normalmente se faz é o que os mercados realmente querem em termos de frutas? Frutas de qualidade, com sabor, inovação, maturação adequada mas, principalmente, qual o sistema de produção que esta fruta foi trabalhada. Se ela foi trabalhada no PIF ou é orgânica, e se nós trabalhamos com exportação, temos que atender as normas de segurança internacional e todas as questões que dizem respeito ao ambiente e a saúde do homem.

As frutas que estão sendo exportadas no momento são manga, maçã, mamão, uva, castanha, banana, e quem sabe no futuro o pêssego. No Brasil, a área plantada com frutas é de 2,2 milhões de hectares. Deste total, 120 mil hectares estão no RS. Toda a importância que tem a fruticultura aqui no estado e plantamos somente 120 mil hectares. Se fizermos uma comparação do que se planta com soja e arroz, teremos uma maior noção. Portanto, apenas 120 mil hectares incluem uva, citros e todas as outras frutas que plantamos no estado e toda a importância social que a fruticultura tem na geração de emprego e renda. A produção anual no Brasil é de aproximadamente 42 milhões de toneladas, 668 mil são exportadas.

No que diz respeito ao pêssego, no Brasil temos uma área de aproximadamente 20 mil hectares, com produção de 120 mil toneladas por ano. Aproximadamente 9 mil hectares no RS, e esta área é dividida em cultivares de mesa, dupla finalidade e conserva. Desses 9 mil hectares, temos 3,5 mil com pêssego de mesa e o restante com pêssego de indústria. Temos nesta área, 3,5 mil produtores, aí a importância social da produção de pêssego.

Para podermos manter o meio ambiente, que é muito sensível, principalmente porque cultivamos em regiões muito dobradas, evidentemente temos que trabalhar com sistemas que preservem este ambiente, caso contrário as gerações futuras não terão a produtividade que esperamos. O Vale dos Vinhedos

na serra gaúcha é um exemplo de como podemos trabalhar ao longo de 100 anos, mantendo a qualidade do solo e preservando o ambiente. Trabalhamos no estado com condições de precipitação bastante alta, com ventos fortes na primavera-verão, chuva na floração e umidade, as conseqüências disso é o aparecimento de pragas e doenças. Para superarmos estas pragas, obrigatoriamente provocamos um impacto ambiental, e este impacto é o que queremos minimizar exatamente através de sistemas integrados, como é o caso da PIF. A PIF tem uma visão holística integrada, o que nos interessa é trabalhar com o todo, e não com as partes.

Existe um documento que será apresentado, que contém toda a documentação básica de quem irá produzir e trabalhar no sistema de certificação para pêssego. No RS estamos trabalhando em quatro regiões agro-ecológicas diferentes, que são: Pelotas, Bagé, a grande Porto Alegre e a serra gaúcha. Então, trata-se de um trabalho multidisciplinar. As parcerias no projeto incluem as universidades do RS, a EMBRAPA e a Universidade do Estado do Paraná. Este projeto está, de alguma forma, transformando a nossa paisagem de pecuária para a fruticultura.

Dentro da cultura do pessegueiro, acreditamos que as práticas de manejo irão melhorar a condição de nosso meio ambiente local, principalmente usando cobertura de solo e diminuindo o uso de máquinas e insumos. São práticas que neste espaço de quatro anos os nossos produtores já estão utilizando.

Aquilo que se queria antigamente, que era manter o solo limpo, utilizando para isso herbicidas, capina ou grade, hoje praticamente foi abandonado. O que se vê é a vegetação nativa integrada a cultura e minimizando qualquer risco de perdas do solo por chuvas. As grades foram substituídas por outros equipamentos que provocam o acamamento da aveia, por exemplo, evitando o revolvimento do solo. Uma outra questão fundamental no que diz respeito ao projeto, é a preocupação com o uso de agrotóxicos, que inclui a calibração de

equipamentos e a troca de bicos para que não se use o produto de uma forma exagerada. O uso e destinação das embalagens é uma questão fundamental, que devemos passar para os produtores que, além de fazer a tríplice lavagem, devem fazer, também, o recolhimento desta embalagem, sendo este de responsabilidade do fabricante e do revendedor.

Dentro do sistema, todas as práticas que já foram comentadas, como controle biológico e monitoramento de pragas, está sendo feito de maneira que possamos minimizar o uso de agroquímicos e, quem sabe no futuro, poder chegar à uma produção orgânica. Neste momento, confessamos que não temos soluções para todos os problemas que acontecem.

Produzir a fruta não é tão complicado, o complicado é vender esta fruta. Para vender, a fruta tem que ser bem colhida e embalada sem sofrer danos mecânicos para poder se conservar mais tempo e poder chegar no mercado. O desafio dos produtores é de como fazer isso. O que está sendo tentado é a colheita das frutas na própria embalagem de comercialização no mercado, principalmente, as frutas que são mais delicadas, como é o caso do pêssego de polpa branca. Com isso, minimizamos os efeitos destes danos. Evidentemente que frutas sem câmara fria sofrem muito, portanto elas têm de passar pela câmara fria para sofrer o pré-resfriamento, para chegar ao mercado.

PAINEL V

**Fruticultura para o
Desenvolvimento Regional**

Política Nacional de Mercado para a Fruticultura

Moacyr Saraiva¹

A fruticultura moderna brasileira está fundamentada em 12 pilares, é nestes 12 pilares que estamos procurando fazer a gestão da cadeia frutícola brasileira como um todo. À cadeia frutícola brasileira estamos dando uma denominação, devido ao nível de sofisticação e a tecnologia agregada, que é a de “Indústria Brasileira das Frutas”. Acabou-se a época em que se pegava a fruta no pé e vendia na feira, hoje muitas vezes para que cheguemos ao consumidor final precisamos de uma linha de produção, uma base tecnológica e técnicos especializados.

O primeiro grande pilar da fruticultura brasileira, e o mais importante deles, é o que chamamos de valorização dos recursos humanos (AZEVEDO, 2001; BATALHA, 2001). Sem recursos humanos, nós não iremos a lugar nenhum, sem as pessoas as máquinas não funcionam. O segundo é a tecnologia aplicada à competitividade, para que possamos realmente explorar com rentabilidade os negócios e gerar produtos competitivos da cadeia ou da indústria brasileira de frutas. O terceiro se refere à gestão, particularmente a gestão referente da organização do produtor para a comercialização. É triste neste país ver um fruticultor acordar às 4 da manhã e deitar às 10 da noite, e não ter dinheiro no bolso, porque na realidade

¹Presidente do IBRAF e Câmara Setorial de Fruticultura, São Paulo, SP.

nós só ganhamos dinheiro produzindo bem. Comprar bem e vender melhor é uma coisa simples, mas fundamental para que realmente tenhamos um desenvolvimento das ações ou das atividades que nós exercemos.

O quarto pilar é o que nós estamos denominando de fundo de crédito de financiamento, porque sem recursos financeiros nós não movimentamos nada. A fruticultura precisa ser vista pelos agentes financeiros dentro de suas peculiaridades e das suas características. Quando decidimos iniciar a implantação de um pomar, somente teremos recursos de produtos gerados ou de vendas em três ou quatro anos. É preciso que os financiamentos levem em conta este tipo de características, pois muitas vezes o que a gente vê é que temos que começar a pagar aquilo que ainda não estamos produzindo. O quinto pilar é o da logística de transporte, que é hoje o fiel da balança entre bons e maus negócios. Sem uma logística eficiente, nós perderemos tudo aquilo que foi feito anteriormente.

O sexto pilar é o das informações. O Brasil carece de informações estruturadas e de credibilidade. No século XIX, quem dominava a terra eram os senhores feudais, eles é quem determinavam o que era para ser feito. No século XX, os negócios passaram a ser dominados por quem tinha o domínio dos fatores de produção. É quase unânime que no século XXI o domínio ficará por conta daqueles que tiverem o controle das informações. Então, é muito importante que nós estejamos muito bem informados para que possamos, em qualquer âmbito de atuação, agir adequadamente com acertos minimizando erros. Porém, a nossa fruticultura tem um pilar bastante importante e não podemos nos esquecer dele. Tudo que nós fizermos somente vai evoluir se nós comermos mais frutas.

É preciso que haja um maior consumo para que o setor se desenvolva, e para todos aqueles que atuam ou interagem neste setor tenham possibilidades de cada vez mais se desenvolverem. Uma política e um plano para o aumento do consumo de frutas no Brasil é muito importante. O brasileiro

consome muito poucas frutas, nós temos pelos dados oficiais, 57 quilos per capita por ano, considerando as frutas sob todas as formas. Para vocês terem uma idéia, a OMS recomenda que o mínimo para populações sadias seja de 100 quilos por ano.

As exportações e as promoções das frutas brasileiras seriam outro pilar. As exportações não irão aumentar se nós não promovermos, divulgarmos e se não ensinarmos lá fora como se consomem as nossas frutas, como elas podem ser guardadas e manuseadas, e de certa forma usadas.

O oitavo pilar diz respeito ao emprego e renda no campo. A fruticultura é um dos setores da agricultura que mais se prestam para a fixação do homem no campo, para dar ao pequeno produtor possibilidade de evolução social, não só de sobrevivência, mas de renda suficiente para que ele possa ter desenvolvimento sócio-econômico compatível. Desenvolver não só a si próprio, mas à família e, também, empregar mais pessoas.

O último pilar é extremamente importante num país de múltiplas facetas, é o pilar da integração inter-institucional. Nós precisamos aprender a nos integrarmos e atuarmos todos juntos, evidentemente em relação a um ponto comum. Cada um na sua região, na sua competência e dentro de sua vocação.

O Brasil é o terceiro maior produtor mundial (MADAIL, 1994), nossa produção está por volta de 35,3 milhões de toneladas, produzimos frutas em todo o Brasil e temos a grande vantagem de produzir frutas de clima temperado, tropical e também algumas sub tropicais. A base agrícola é de 2,5 milhões de hectares, empregamos 5 milhões de pessoas, ou seja, 27% da mão-de-obra agrícola ocupada no Brasil. Gera a possibilidade de emprego na razão de 2 a 5 trabalhadores na cadeia produtiva por hectare, é um setor eminentemente empregador. Mas não é somente isso, cada 10 mil dólares que se investe na fruticultura brasileira, geram 3 empregos diretos e 2 indiretos. O investimento para criação destes empregos é 6 vezes menor do

que se gasta para gerar empregos no meio agrícola em geral.

O valor bruto da nossa produção é de 9,6 bilhões de reais, 18% da produção agrícola nacional. Crescimento estimado para 2002 – 2004 é de 15% e, por incrível que pareça, nós estamos desestimulando, porque se vocês somarem 15% a 35,3 milhões de toneladas, nós vamos precisar dar um jeito nestas frutas. Por isso a importância de fomentar o aumento do consumo de frutas no Brasil. Importantíssimo é a parte econômica rural, é o único setor onde nós conseguimos um faturamento bruto de 1 a 20 mil dólares por hectare, dependendo da cultura explorada. Para vocês terem uma idéia, de 300 a 600 dólares por hectare é o que se obtém com grãos. Obviamente que, estes altos valores, são da fruticultura irrigada, com cultivares de alto preço no mercado. Mas, hoje é plenamente viável, e com áreas de produção inferiores a 15 hectares. Este é outro ponto importante e realmente prioritário para o pequeno produtor.

O nosso desempenho na área de exportação, apesar de termos crescido muito estes últimos anos, cerca de 127% em volume e 102,5% em valor, a nossa exportação representa apenas 1,5% da comercialização das frutas brasileiras. Mas o que é mais importante nestes últimos anos, e nos coloca como estrelas, é que ao mesmo tempo em que estamos aumentando e nos tornando um exportador de frutas, nossa balança comercial, a partir de 1999, se reverteu de uma forma que deverá permanecer. Isso é muito importante, pois coloca o Brasil dentro de um modelo de fruticultura que podemos chamar de modelo exportador.

Para continuarmos nos desenvolvendo precisamos de adequação tecnológica para o aperfeiçoamento e condições de frutas. Desenvolvimento de novas variedades, adequações de processos, principalmente para que possamos desenvolver novas formas de apresentação de frutas, inclusive minimamente processadas. Precisamos de inovação tecnológica no processamento das frutas e precisamos, fundamentalmente, aprimorar o desenvolvimento para

tratamentos quarentenários que queiramos ou não, serão as nossas barreiras para que possamos vender nossos produtos lá fora.

Regularização do uso dos defensivos agrícolas e aditivos nos processamentos. Este é o nosso carrasco atualmente. Somente a UE está estudando a redução ou retirada das permissões de 426 princípios ativos que são utilizados, muitos deles na fruticultura. Substituir estes princípios ativos por outros será um problema muito sério no Brasil, devido a nossa atual legislação de agrotóxicos que torna mais difícil o registro de novos produtos, mesmo que estes sejam menos agressivos ou inócuos.

Boas práticas agrícolas, para vocês terem uma idéia, a partir de 2006 o fruticultor que não estiver adequado às boas práticas não poderá fornecer para a Europa. Sistema de risco e controle de pontos críticos nas organizações, o HACCP, é outra das exigências que estão sendo feitas, não só aos produtores de frutas frescas, mas também às agroindústrias.

Competências críticas para a base produtiva, nós precisamos de varias coisas, onde a organização das bases produtivas para certificação, integração de ações estratégicas e redução de atravessadores do mercado merece destaque. Fomentar e orientar o produtor para o fornecimento correto de parcerias estratégicas para o seu negócio merece, também, uma atenção especial.

Para exportação, temos uma série de coisas que são fundamentais, a ultima delas como a estruturação de escritórios avançados para representação dos interesses dos produtores e assessoramento dos mercados, informação e atendimento, são fundamentais para que os pequenos produtores organizados em cooperativas ou consórcios tenham alguém para defendê-los nos mercados de destino. Na Holanda, onde a entrada da maior parte das frutas brasileiras custa 25 mil dólares por mês, nenhum produtor conseguirá

manter um escritório sozinho, é preciso que todos se integrem e tenham coletividade.

Competências críticas de promoção comercial, nós queremos construir um conceito de qualidade a partir de atributos brasileiros para agregação de valor através de marketing. Esta é a bandeira de número um de promoção lá fora. Temos que ser reconhecidos como o país que produz frutas tropicais e temperadas, não é apenas produtor de frutas exóticas e, também, que temos produtores confiáveis, com qualidade e seguro, para que realmente possamos competir e sermos vistos como um parceiro permanente dos compradores internacionais.

Agenda propositiva do agronegócio das frutas: pela primeira vez, o setor apresentou para o Governo Federal uma agenda propositiva envolvendo todos os aspectos, levando em conta as peculiaridades regionais. Isto é a bíblia da Câmara Setorial da Fruticultura.

Estudos e análises de impactos das exigências e certificações internacionais. Isso está uma confusão, nós precisamos distinguir aquilo que é desejável, como é o caso da PIF, daquilo que somos obrigados por outros motivos que não sejam negociáveis. Então, existe uma consideração enorme de exigências que estamos tratando em nível da Organização Mundial do Comércio, para verificar se estas exigências não estão sorrateiramente com malícia sendo colocadas como barreiras técnicas. Pela Associação Brasileira de Fruticultura, vocês poderão nos indicar quais são os grandes problemas que temos.

Esforços tecnológicos para sistematização de cultivos de frutas brasileiras menos conhecidas. Não adianta chegarmos na Europa com pitanga se eu não tiver um pé de pitanga plantado. É preciso que eu tenha produção para que eu consiga ter uma oferta permanente, se não a história de que o Brasil é um país tropical não vai ocorrer. Fortes ações e investimentos na

produção de mudas certificadas. Não pode mais acontecer de eu implementar um pomar de coqueiro anão no Sergipe e depois de um ano os coqueiros estão com três metros de altura. Estas coisas não podem ocorrer para um modelo agro-exportador. Desenvolvimentos de métodos eficientes para o controle quarentenário para proteção do cultivo de nossas frutas. Nós inclusive estamos agindo em muitos processos que nem estávamos olhando com muita atenção, como é o caso da irradiação. O mamão do Havai está entrando nos EUA no lugar do nosso, porque eles estão irradiando e o FDM americano autorizou.

Desenvolvimento e implantação de novos modelos de organização adequados aos pequenos e médios agronegócios (BATALHA, 2001). Aliás, é uma das coisas que esperamos fazer em parceria, com muita força, dentro do Programa de Fruticultura no RS. Porque sem estes novos modelos de organização nós não vamos conseguir acessar o mercado em níveis competitivos. Um plano de marketing para o mercado interno visado o aumento do consumo de frutas, este plano só pode resultar positivamente se toda sociedade brasileira participar dele. Nós precisamos realmente mudar o conceito de alimentação do brasileiro. Porque se nós perguntarmos para qualquer dona de casa se ela considera a fruta como um alimento, ela irá dizer que sim. Mas, se o seu filho, um pouco antes do almoço, passar a mão numa fruta, ela irá dizer para ele não comer esta fruta senão depois ele não almoça. Então, é um falso reconhecimento de que fruta é um alimento, porque fruta para nós, infelizmente, é uma sobremesa, uma alimentação complementar e, enquanto isso não mudar, nós não vamos a lugar nenhum. Existe uma série de lendas sobre frutas que prejudicam a sua utilização.

Temos o Programa Horizontal de Promoções para as exportações brasileiras, que está aberto a toda a fruticultura brasileira. Evidentemente que a promoção só está sendo feita para frutas onde, se nós formos eficientes com a promoção, tenhamos o que entregar. A pior coisa que existe em marketing

é promover alguma coisa e, nos dias seguintes as pessoas que viram e gostaram daquilo que foi promovido, não encontrarem estes produtos em seus devidos pontos de venda. Estamos participando de feiras internacionais, o RS pela primeira vez estará conosco numa das maiores feiras da fruticultura logística, em fevereiro na Alemanha, que é o maior evento para divulgação de frutas no mundo, através de uma participação conjunta com o SEBRAE-RS e, esperamos que, no futuro, tenhamos mais expositores, colocando todos os tipos de frutas.

Programa Estadual de Fruticultura

João Paulo Lipp¹

O Programa Estadual de Fruticultura, no qual nós estamos trabalhando desde fevereiro, na verdade já vinha sendo trabalhado há oito anos, sem êxito no sentido de implantar esta ação como programa. Este ano, felizmente, com o apoio do Secretário da Agricultura Odacir Klein e do Governador e com a participação decisiva do Dr. Afonso Hamm, conseguimos implantá-lo.

Este programa surgiu porque nós, que trabalhamos na EMATER, observamos que existiam municípios isolados, como no norte do Estado, plantando áreas de 300 hectares de figo, em outras regiões indústrias como a TECNOVIN, fomentando áreas particulares. Existiam diversas atividades sem coordenação. Além disso, vínhamos notando que não existia uma articulação consistente entre a pesquisa e os viveiristas, enfim uma série de fatores que não estavam dando uma política para a fruticultura. Estes foram alguns aspectos, além de outras condições impulsionadoras como a demanda de diversas prefeituras que tinham apostado na fruticultura como uma saída em termos de desenvolvimento econômico. Um problema sério, que foi citado pelo Dr. Saraiva, como o de mudas, que vem se

¹ Assistente Técnico da Emater, Porto Alegre, RS.

arrastando ao longo dos anos e precisa realmente de um grande esforço e intenção para mudar. Pensamos que este é o momento de atacar isso. Temos importado muitas frutas, o caso da laranja por exemplo, o RS está importando mais de 100 mil toneladas somente para atender o mercado de mesa e indústria. Nós calculamos que poderíamos ter no Estado mais 10 mil hectares de laranja e ainda assim não seria excesso de produção.

Temos também uma perspectiva de mercado interno e mercado externo, podemos até ampliar nossas exportações, no caso do pêssego. O nosso pêssego hoje entra somente no Rio de Janeiro e em São Paulo, e porque não entrar no Nordeste e no Norte do Brasil, onde o pessoal não conhece o que é pêssego, uma fruta que entra na véspera do Natal, numa época onde todas as frutas são procuradas? Temos, então, esta excelente perspectiva de mercado interno brasileiro, alguma coisa de mercado externo e todas as outras condições que a fruticultura desenvolve.

Iniciamos no dia 18 de fevereiro, numa reunião com 32 entidades, de distintos ramos, como pesquisa, ensino, viveiristas e fruticultores, e no dia 18 de agosto, quando então finalmente formatamos o programa, este foi lançado no Palácio Piratini. Então, durante meses, gestamos o programa e começamos a operacionalizar efetivamente a partir do mês de setembro.

O objetivo geral do programa é coordenar, que é a chave da questão e, diríamos que o ponto mais difícil é juntar as atividades e interesses de diversas instituições no sentido de impulsionar o desenvolvimento de uma fruticultura que seja moderna, sustentável e competitiva. Conseguimos incluir no plano plurianual, aprovado pela Assembléia Legislativa, que é o plano da Secretaria de Administração do estado, quatro tópicos, com recursos previstos para os anos de 2004 a 2007, para no primeiro item assistência e capacitação, no segundo mudas de qualidade, no terceiro a qualificação de pomares, e a

implantação de novos pomares como ultimo item. Para estes últimos 4 anos foram aprovados 53 milhões.

Temos como subprograma 1, a questão da muda, e não poderia ser diferente porque nós sabemos que a muda é a base da fruticultura, é onde nós temos os maiores problemas. Foi falado aqui em trocas varietais, é comum acontecer isso, e problemas sanitários são as grandes dificuldades que enfrentamos em termos de mudas. Acreditamos que seja necessária uma articulação muito boa no tripé viveiristas, pesquisa e fiscalização, e estamos apoiando estes três fatores. Esta semana houve aqui na Embrapa de Pelotas um treinamento para 40 viveiristas de várias partes do estado. As ações básicas deste programa prevêm apoio a borbulheiras e matrizeiros, a modernização dos viveiros, ações fiscalizadoras e efetivas, atualização das normas da SESMO. Iniciamos no mês passado a atualização das normas de produção de mudas de citros, capacitação para viveiristas, responsáveis técnicos e até mesmo para inspetores da Secretaria da Agricultura.

Nós temos divulgado um trabalho que a Embrapa de Pelotas está fazendo e, particularmente, queremos parabenizá-la, pela sua entrada na citricultura, que trouxe para nós um grande impulso. O setor de citros agradece e tem se beneficiado bastante.

Realizamos no ano de 2003, na área de viveiristas, que era uma área que estava praticamente acabada, dois treinamentos, um em abril, onde a entidade promotora foi a UFRGS, com a participação da Embrapa, com o Dr. Roberto Pedroso, e agora dia primeiro tivemos aqui na Embrapa, com a participação de cerca de 40 viveiristas de todas as partes do Estado. Isso foi um sucesso e parece que está marcando uma nova etapa na produção de mudas de citros em ambiente protegido. Com relação aos viveiristas de Farroupilha, que é onde se concentra a maior parte das mudas brancas do RS, tivemos duas reuniões, uma em 23 de outubro e outra 19 de novembro, com a participação da Embrapa, FEPAGRO e UFRGS, e a presença de

130 viveiristas, que nos disseram que desde 1983 eles não tinham contato com a pesquisa como tiveram agora. Também fizemos reuniões com os viveiristas no Vale do Caí em novembro e em Ijuí em outubro. Além disso, mandamos correspondências para todos os viveiristas do Estado, informando do programa, da necessidade de adesão, dos regulamentos, etc.

Em uma borbulheira que instalamos em Capela de Santana, no ano de 2001, produzimos em torno de 500 mil borbulhas. Este ano tivemos vários problemas com viveiros de citros, conseguimos um recurso de forma emergencial junto ao FEAPER, para atender a estes viveiristas que tiveram seus viveiros condenados. Um recurso de 350 mil reais com seis anos de prazo, três de carência e juro zero, para aqueles que perderam suas mudas e para quem é pequeno produtor da região do Vale do Caí ou de Ijuí, que se enquadre no FEAPER, para se modernizar ou, então, para que passem a produzir flores ou outra atividade.

A área de uva é a que mais cresce no estado, são 6 milhões de mudas que precisaríamos para o RS, e nós sabemos que os viveiros não produzem isto, talvez não produzam nem a metade destes 6 milhões. Na parte de citros, pêssego e laranja há uma demanda bastante grande, caqui, figo e ameixa são as outras de maior volume, com exceção do morango que ultrapassa os 500 mil.

O subprograma 2 cuida do que já existe, quer dizer, temos em torno de 120 mil hectares de pomares plantados, e a intenção é de oferecer custeio para estas culturas que estão citadas no mapa administrativo da EMATER. Este mapa mostra onde está concentrada a fruticultura no RS. A região da Serra concentra 40% da fruticultura estadual; a região de Porto Alegre, que tem uma área muito forte com banana e abacaxi no litoral, em torno de 10 mil ha, mais uma área de melancia que nós incluímos no levantamento, em torno de 7 a 8 mil hectares; a região de Estrela com 14 a 15%, devido a citricultura do Vale do Caí,

somente de pomares comerciais em torno de 15 a 18 mil hectares; a região de Pelotas, onde se destaca o pêssego industria como a cultura de maior expressão. Podemos observar que as outras regiões do estado como Erechim, Ijuí, Santa Rosa, Passo Fundo, Santa Maria já aparecem com 5% em função da melancia, e até mesmo Bagé, são regiões novíssimas em termos de fruticultura, menos de 10 anos. Então, eles ainda não têm a tradição e a técnica da fruticultura. O programa tenta fazer com que este desenvolvimento seja realmente seguro e que traga resultados.

O outro subprograma, também importante, é a implantação de pomares, são projetos novos e estamos orientando os escritórios da EMATER, que deverão a partir de março do ano que vem atender as demandas de elaboração de novos projetos. Hoje a área que mais cresce é com a uva, vejam que em 2003 pelo nosso levantamento passou de 2287 hectares, com uvas viníferas, finas e comuns. O próprio IBRAVIN nos fornece dados que em 1996 o estado tinha 24 mil hectares de uva, hoje nós estamos com 35 mil hectares de uva, e nos últimos anos a uva tem crescido em torno de 2 mil hectares ano no RS. Na ordem, depois viria a bergamota, laranja, pêssego, etc.

O outro programa onde a EMATER, SENAR e outros órgãos estão envolvidos diretamente, trata da assistência técnica e capacitação. Este ano capacitamos, até outubro, 389 técnicos, 3348 fruticultores e 28 viveirista. Dos 65 cursos, 28 foram para videiras, 13 para citros e pêssego, e 11 para outras frutas.

Outro subprograma trata da questão da articulação e da parceria com os agentes financeiros, Banco do Brasil, Sicredi, Banrisul, Agência Gaúcha de Fomento e BRDE, que esperamos que estejam aquecendo suas baterias para que realmente tenhamos recursos à disposição para o ano que vem, tanto para custeio, como para investimentos, estamos articulando isso para viveiristas, para fruticultores, indústria e até para comerciantes.

A questão da comercialização, agroindústria e mercado, onde estamos articulando a formação de um convênio com o IBRAF, para fazer um estudo de mercado e campanhas de promoção e marketing. Estamos elaborando isso com a SEASA para aumentar o consumo de frutas no RS, e outros cursos de capacitação em classificação e padronização de frutas.

A coordenação do nosso programa fica por conta da EMATER e DPV, com o Dr. Afonso Hamm e Adroaldo Schio. Temos um grupo gestor onde estão representadas as 32 entidades que ajudaram a formar o programa e, no dia 23 de dezembro, vamos fazer uma avaliação do programa, iniciando um planejamento para 2004. Na parte técnica temos em cada regional da EMATER um coordenador e, além disso, temos comitês específicos de mercado, mudas, implantação de pomares, assistência técnica, crédito e as câmaras setoriais.

Fruticultura, Mercados Mundiais e Desenvolvimento

Eduardo Cuenca Garcia¹

Duas coisas antes de começar minha conferência: em primeiro lugar, quero pedir desculpas por não falar em português, vocês terão que fazer um duplo esforço, seguir meu raciocínio e depois tentar compreender em português o que eu digo em espanhol, portanto, obrigado por este duplo esforço de compreensão e, em segundo lugar, meus agradecimentos aos organizadores deste encontro, por me convidarem a este grupo tão distinto de “experts” que tem desenvolvido um trabalho que eu qualificaria como muito importante e muito interessante e por me permitir estar aqui entre autoridades do mundo da fruticultura e da agricultura em geral.

Depois destas palavras de introdução, quero expor brevemente o objetivo da minha palestra.

Vou dividi-la em três partes. Na primeira parte, vou tentar descrever qual é a situação da agricultura, do comércio de produtos agrícolas em nível mundial e tentar aprofundar as características do comércio deste tipo de produtos; em segundo lugar vou fazer referência à fruticultura que é o objetivo desta reunião; e, em terceiro lugar vou antecipar

¹ *Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade de Granada, Granada, Espanha.*

algumas conclusões sobre a região do Rio Grande do Sul.

Estes três blocos, do mais geral ao mais concreto, são os que vão constituir minha primeira palestra neste momento.

Em primeiro lugar, dizia um economista clássico inglês pelo século XVIII, que na Economia, como na Medicina, necessita-se conhecer qual o estado do paciente, reconhecendo que qualquer problema que exista em uma das partes desse conjunto afeta o conjunto em geral. Na economia, dizia ele, o diagnóstico é fundamental quando se quer iniciar um projeto.

O setor agrícola é um setor com muitas especialidades, é um setor que é imprescindível em qualquer economia, é o setor que abastece os alimentos para as pessoas, fundamentais para vida. Ainda que alguns economistas considerem que a demanda de produtos agrícolas é inversamente proporcional ou cresce menos que a renda e que tem uma grande rigidez em sua demanda, sempre haverá demanda de produtos agrícolas.

É uma demanda que tem que crescer muito, porque existe uma parte importante do planeta onde os níveis de consumo de alimentos são muito baixos e onde a potência da demanda é, realmente, muito importante (RAIKES et al., 2000). São países que demandarão no futuro cada vez mais produtos agrícolas em nível internacional. Portanto, este é um setor básico e com grande futuro na comercialização. Mas é um setor que, em nível mundial, se comporta com características muito especiais. Em primeiro lugar, é um setor protegido em muitos países.

Todos nós sabemos que a renda agrícola cresce menos que a renda da indústria, ou menos que no setor de serviços. Então, os governos apóiam, em termos gerais, as rendas agrícolas através de subvenções, através de ajudas, através de apoio. Portanto, é um mercado não muito transparente, onde existem variáveis que alteram a competição, simplesmente com o objetivo de equilibrar rendas agrícolas com rendas de outros setores.

Há, também, um comportamento de auto-abastecimento. Nenhum país deixa nas mãos de terceiros, a produção agrícola porque é produto necessário para a alimentação, e nenhum país se arrisca a depender totalmente, ou de numa proporção elevada da importação de produtos agrícolas. Portanto, em algumas ocasiões a produção não está em função da rentabilidade, mas de uma estratégia de certo nível de auto-abastecimento.

Na agricultura, não somente existem interesses por parte dos agricultores e das associações de agricultores, mas as próprias indústrias apóiam o profissionalismo agrícola (BATALHA, 2001).

São abastecedores de maquinarias, produtos químicos e combustíveis, uma agricultura cada vez mais modernizada e adaptada às novas tecnologias é demandante em grande escala de produtos industriais, portanto, indiretamente, a indústria incentiva ou protege também a atividade agrícola (PAIVA, 2002).

Recentemente, os temas do meio ambiente ocupam um lugar importante (Porter, 1986). A agricultura tem o objetivo de produzir alimentos mas, também, cada vez mais tem o objetivo de equilibrar o solo urbano e rural e evitar a desertificação e que o agricultor abandone, o campo porque os custos ambientais, podem ser, a longo prazo, muito importantes.

No tratamento da agricultura há um elemento político, sobretudo na Europa, os agricultores são um coletivo, uma força bem organizada com um respaldo popular importante. Qualquer manifestação por parte dos agricultores ante medidas do governo contra os interesses da agricultura, produz um grande impacto político. Portanto, os políticos, de modo geral, tendem a apoiar o agricultor como medida eleitoral. Está é uma teoria que alguns sociólogos e cientistas políticos defendem e são apontados dentro desta lista de elementos que caracterizam a atividade agrícola (ZYLBERSZTAJN, 2000).

Cada vez mais, o comércio de produtos agrícolas depende do

cumprimento das normas sanitárias, de qualidade, de manipulação etc., quer dizer que não é somente produzir frutas, mas produzir de uma maneira determinada.

O que está ocorrendo em nível mundial com a agricultura? Creio que há boas notícias, porque depois das conversas no seio da organização Mundial do Comércio se conseguiu um acordo histórico, a liberalização progressiva, pela primeira vez desde a existência do (GAP), dos produtos agrícolas. Os produtos agrícolas não estavam ou não eram motivo de negociação nas reuniões anteriores, desde as negociações do Uruguai, no princípio dos anos 90, iniciou-se este processo de liberalização.

Os impostos em fronteiras às importações estão baixando progressivamente. Também, há um compromisso dos países mais protecionistas de diminuir as ajudas, não só ao agricultor, como também à exportação. Portanto, o panorama para os produtos agrícolas tem melhorado claramente.

Neste diagnóstico do setor agrícola é importante conhecer quais são os grandes mercados ou os grandes interesses agrícolas em nível mundial. Os grandes mercados são, sem dúvida, os países mais industrializados, os de nível de renda maior. Mas o que ocorre nos grandes mercados? A união Européia é um mercado muito fechado, a política agrícola comum defende com grande dureza as produções européias e se protege frente a terceiros.

Não obstante, também temos boas notícias aos exportadores. A política agrícola comum está se reformando, não temos que esperar grandes mudanças a curto prazo, mas há um processo de abertura cada vez maior.

Um segundo grande mercado é os EUA, ainda que em alguns cultivos, é um mercado aberto, que está demonstrando um certo protecionismo, via subvenções indiretas aos agricultores. Portanto, temos que saber que o mercado norte americano é

um mercado também difícil e devemos conhecer em cada caso quais as condições para poder exportar.

O caso do Japão é realmente paradigmático, um país muito fechado às importações, onde os impostos, as taxas à importação, são muito elevadas em alguns produtos, por exemplo, o arroz.

Frente a estes três grandes mercados de países industrializados, com nível de renda elevado, há um grupo que é o CAEN, que são os principais exportadores agrícolas do mundo que pedem liberalização do comércio. A situação neste momento é de alguns mercados fechados e países que querem entrar em melhores condições.

Temos então a União Europeia, que é um dos grandes mercados e podemos distinguir várias frentes. Aqueles produtos que têm uma proteção específica têm que levar em consideração a ampliação da União Europeia.

Distinguiria, também, os acordos que a União Europeia tem com terceiros países, acordos de preferência com os países ACP (Antigas Colônias de África, Caribe e Pacífico) e os acordos com o Mediterrâneo. Isto é importante, porque temos algumas frutas que foram afetadas, por exemplo as tropicais – banana, manga, abacate etc.

Em vista dessa situação mundial, vamos ver quais são as perspectivas para os mercados de frutas. Quais são os principais mercados e as suas características.

Há uma produção importante de frutas em nível mundial, o consumo in natura é muito elevado, é um negócio para micro, pequenas e médias empresas, e ainda gera empregos. Entre as frutas que são mundialmente comercializadas, temos interesse específico por algumas, como maçã, pêra, laranja e tangerina, típicas desta região.

Se analisarmos o consumo por habitante, tanto nos países em que este cresce muito, quanto nos países que cresce pouco, o nível de consumo é bastante elevado. Quero dizer que a fruticultura, incluindo os países onde se consome menos, tem um futuro muito importante.

Os mercados de frutas em nível mundial crescem em média 3%, mas há países como a China, Peru e Uruguai onde o crescimento é maior, e chamo a atenção para a China que, além de ser um país que está crescendo a 10%, tem também um incremento do consumo de frutas muito importante.

As frutas mais consumidas mundialmente, divididas em grupos, são, no primeiro grupo a laranja, mandarina, uva e maçã; no segundo grupo, a manga, pêra, nectarina e pêsego e; no terceiro grupo, temos as frutas com consumo pouco crescente.

Ressalto que neste diagnóstico é importante fazer um estudo diferenciado por espécie, temos de ver também o nível de dependência que pode existir em cada um dos produtos. Uma coisa muito importante é que no comércio de frutas não temos que projetá-lo até outros países se não há uma grande potencialidade no consumo interno. Não podemos esquecer que temos que levar em consideração as possibilidades de consumo local.

Dividimos os possíveis mercados em quatro: mercados sustentáveis, que são países onde o consumo de fruta se incrementa; mercado esforçado ocorre quando o consumo de fruta não cresce, mas a espécie em questão é consumida; mercado vulnerável, quando cresce o consumo geral de fruta mas não da fruta que vamos estudar e; mercado em retração, quando não cresce o consumo de frutas em geral nem dos produtos.

Fizemos as análises para cítricos e podemos ver que o crescimento anual é muito importante para o limão e tangerina

e, detectamos que a tangerina, bergamota ou não, tem uma demanda mais importante (FIORAVANÇO, 2002).

Podemos dizer, então, que no mundo 72% dos mercados são sustentáveis, quer dizer, a mandarina vai para mercados em que aumenta a demanda de fruta e, também, a de mandarina.

Os principais países onde o nível de demanda cresce mais são Brasil, China, Polônia e Bulgária, que tem o crescimento dos cítricos muito elevado. Temos o caso do Uruguai, que é um país próximo, ou Argentina com níveis importantes.

Em relação ao segundo produto que estudamos, a uva de mesa, há um crescimento importante, quase metade do mercado mundial é sustentável e uns 8% são esforçados. São cifras muito interessantes, não tão importantes como as da laranja e da mandarina, mas com grandes expectativas de crescimento. No caso da laranja e mandarina, os mercados com mais interesse para o futuro são China, Peru, Polônia, Nova Zelândia e etc.

Fizemos a mesma simulação para as pêras. Por exemplo, temos o conjunto de países que tem o maior potencial de mercado, mas quais temos que olhar de cara para fomentar o comércio exterior?

Para concluir, em primeiro lugar, a agricultura está num processo de liberalização, os mercados vão abrindo-se pouco a pouco. É muito importante melhorar o conhecimento sobre os grandes mercados no mundo, conhecer quais são as possibilidades e as condições para exportar para a União Européia, EUA ou Japão. Neste sentido, pude observar os conhecimentos sobre as normas que temos que cumprir, e creio que isso beneficia uma estratégia futura para ganhar mercados na Europa.

Em relação ao nosso trabalho, o que temos feito para o Rio Grande do Sul e para estes três produtos, para uva vimos uma

viabilidade técnica, econômica e vantagens importantes no mercado mundial; também vimos na laranja e na mandarina uma possibilidade mais que importante; e os mercados complementares também têm possibilidades de frutas nestes mercados.

Temos, portanto, potenciais, vantagens comparativas, bom clima, boa terra, boa preparação técnica, bons conhecimentos sobre embalagem etc (PORTER, 1993). Qual deve ser, então, a estratégia? Ontem, à mesa, o Dr. Alfonso Hamm dizia que “produzimos, mas agora temos que vender”. Bom, temos que desenvolver uma estratégia de implantação de novas tecnologias, de associações e planos integrados para poder vender com mais facilidade os produtos de fora.

Neste sentido, creio que as potencialidades para o desenvolvimento local e regional são muito importantes (AMARAL FILHO, 2002) e demonstram o feito de que regiões na Espanha, Colômbia e Chile, onde foram postos em marcha projetos muito parecidos aos desta região, tem tido um grande êxito.

As condições de mercado hoje são muito variáveis (FARINA et al., 2000), os mercados estão cada vez mais globalizados e, também, temos de começar a aprender a relacionar com rapidez ante as trocas de humor do ciclo econômico dos mercados em cada momento, porque a competência é muito grande e temos de estar preparados (CASTRO et al., 1995; FACHINELLO et al., 1996).

PAINEL VI

**Desenvolvimento de Empresas
Frutícolas**

Oportunidades e Ameaças para o Desenvolvimento de Empresas Frutícolas na Nova Economia

Júlio Brin¹

Tratarei estritamente de olhar e dar um enfoque neste tema e, me aventurar a fazer alguns pensamentos, porque estamos pensando em estratégias, estamos pensando em termos de futuro. Então, em primeiro lugar queria falar um pouco do que é a nova economia e conceitos ligados a certas definições que veremos.

Esta é uma frase que encontramos em um livro de um senhor de Amaguti, na cidade de Nagoya, que diz que “a ciência moderna descobriu a informação como terceiro elemento que explica o universo depois da matéria e que dirá o estado atual das coisas que estão incluídas nas informações.”

A nova economia é o primeiro fator, portanto, é um conceito que está vinculado a globalização, a sociedade da informação, e tem que ver o desenvolvimento disso que chamamos de TICs, que quer dizer Tecnologia de Informação e Comunicação, são tecnologias que hoje em dia permitem trabalhar numa rede mundial interconectada, transmitir e receber informações. O negócio é pensar no MERCOSUL, na nossa região, como se situa isso que nós chamamos de nova economia, que depende

¹ *Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.*

tanto do desenvolvimento da tecnologia de informações e comunicações. Para isso, vamos ver alguns indicadores de trabalhos que se tem feito em níveis, sobretudo de ALADI - Associação Latino Americana de Intercâmbio - que nos vai permitir saber um pouco de como os países do MERCOSUL estão situados nesta nova realidade (GOODMAN & WATTS, 1997).

O que está acontecendo a partir do avanço da informática e tecnologias de informações e comunicações é um fenômeno que nós chamamos de digitalização da economia, digitalização das atividades. Este processo tem certas repercussões, hoje em dia é difícil continuar vivendo nesta sociedade com um fenômeno no qual vamos conviver que é o analfabetismo digital. Na medida em que os progressos e desenvolvimentos aconteçam, há uma parte da população que não é capaz de mexer com o negócio digital. Esta é uma parte da sociedade que não pode colaborar, e mesmo participar do processo de desenvolvimento, que é o que estamos buscando nestes países. Podemos dizer que isso é um desnível ou uma "brecha" digital. Falamos de "brechas" porque estamos tomando tecnologia, nestas latitudes geralmente somos acertadores de tecnologia, porque muitas destas são desenvolvidas centralmente e nós as trazemos para utilizá-las aqui. Está provado que a aplicação de muitas destas tecnologias produz aumentos na produtividade do trabalho. Há duas coisas importantes a ressaltar neste momento: por um lado vamos ver elementos para medir esta "brecha" digital, ou distância que nossa sociedade pode estar de outras sociedades que estão mais desenvolvidas, que já atingiram um bem-estar, o qual nós estamos tentando atingir (PUTNAM, 1996).

Outro fato importante é a digitalização da economia, este processo que está ocorrendo no mundo inteiro, está também produzindo algumas mudanças que são importantes na formação das metas comparativas e competitivas (MARSDEN et al., 2000). Hoje em dia, a forma com que se trabalha com a informação faz com que muitas empresas para trabalharem, por

exemplo, no campo comercial, tenham que trabalhar muito com uma informação, mesmo precisando de investimentos inativos de produção, que são menos significativos do que eram, no caso, por exemplo, de uma sociedade ou produção do tipo industrial.

Aqui há um elemento de “brechas digitais” que são elementos para medir a que distância nossas sociedades estão das sociedades mais desenvolvidas com as quais estamos nos comparando. Nós queremos chegar a ter um grau de bem-estar ou de produzir e gerar riquezas em nossa sociedade, e para isso precisamos utilizar elementos tecnológicos importantes. A “brecha digital vem medir a que distância tecnológica fica uma pessoa numa sociedade que tem um certo estado de desenvolvimento da tecnologia, informática e de comunicações, de uma pessoa que vive e habita outra sociedade que já tem um status maior. Temos que ver as formas de fazermos as comparações, com essas “brechas”, podemos medir a distância entre indivíduos de uma mesma sociedade, um no meio rural e outro na cidade, podemos também medir distâncias entre um país e outro (PORTER, 1986). De alguma maneira, o que vamos ver é que esta “brecha digital” não se produz por si própria, e sim porque está diretamente ligada ao grau de desenvolvimento econômico que tem uma sociedade. Este é um fato interessante, porque uma sociedade que hoje está avançada está atrasada em termos de desenvolvimento, se precisar deste status para se desenvolver e não conseguir fazê-lo corretamente, pode acontecer de ocorrer o aumento da distância desta em relação a uma outra sociedade que possua status de desenvolvimento. A “brecha digital” pode ser o espelho de outra “brecha” que é econômica e social.

Esta informação se relaciona com a capacidade de conectar-se a uma rede mundial, dos custos de conexão, que têm de ser acessíveis, isso se vincula à educação que pode ter uma população, para estar disposta e ter as ferramentas para utilizar estas novas tecnologias.

Para estabelecer esta distância ou esta “brecha digital” que uma sociedade pode ter em respeito a outra, se tomam certos elementos, os mais importantes são os que vimos aqui, a população que tem acesso a comunicações telefônicas, a penetração de computadores e a porcentagem da população que usa a Internet. Com estes três elementos é que se mede como um indivíduo de uma sociedade se vincula ou a que distância ele está de um indivíduo de outra sociedade. Porque, nós queremos que os indivíduos de nossa sociedade sejam produtivos para nos desenvolver. O negócio é qual a distância desta situação na qual nós podemos ser produtivos e competitivos (BARROS et al., 2001).

Um dos fatos importantes, é que foi comprovado que existe uma forte relação entre o ingresso de uma sociedade ou a riqueza que essa sociedade produz, com as variáveis das tecnologias das informações e comunicações.

Dissemos que estas transformações são impulsionadas e sustentadas com novas tecnologias, que criar, transmitir e difundir a informação, produzir e transmitir o produto direto, que é o conhecimento. Dissemos que a era digital na qual estamos vivendo, pondera diferencialmente a relação que tem as taxas comparativas com as taxas competitivas, e vamos saber que as empresas, que no geral adotam as tecnologias de comunicações digital, atingem taxas maiores de crescimento da sua produtividade. Então, o fato importante é que vamos ver que realmente adotar as novas tecnologias pode nos ajudar a aumentar a produtividade de nosso trabalho, nós queremos aumentar esta produtividade para nos desenvolver.

Cerca de 80% dos usuários da Internet habitam os países da organização para desenvolvimento econômico, no entanto 20% estão distribuídos no resto do mundo. Isso quer dizer que a parte do mundo que é capaz de produzir maior riqueza, tem em si as facilidades de ficar ampliando este processo. No entanto, os que precisam gerar muita riqueza tem apenas 20% dos usuários deste elemento que precisamos para produzir mais

riquezas. A entrada da Internet nos países desenvolvidos alcança aproximadamente 30% da população, então, nos países em via de desenvolvimento, apenas 2% da população. São dois fatores que nos mostram qual é a distância desta “brecha digital”.

Vamos saber agora qual dos elementos são mais ilustrativos neste sentido. O que é a sociedade da informação? Temos que ver alguns conceitos antes de vermos os números. Veremos duas definições da sociedade da informação. Uma diz que no novo sistema tecnológico, econômico e social de uma economia, o aumento da produtividade não depende do aumento quantitativo dos fatores de produção, somente da aplicação de conhecimento da informação, gestão ou administração, produção e distribuição, tanto nos processos como nos produtos. Outra definição diz que uma forma de desenvolvimento econômico e social no qual a aquisição, o armazenamento, avaliação, processamento, transmissão, distribuição e disseminação da informação com vistas a criar conhecimento, de atender as necessidades das pessoas e das organizações, julga-se um papel central na atividade econômica, na criação da riqueza e na definição da qualidade de vida e das práticas culturais dos cidadãos.

Estas são as formas de ver o que é a sociedade da informação. Sociedade da informação é parte do que conforma o que nós chamamos de nova economia. As empresas frutíferas do MERCOSUL, e certamente no mundo, da nova economia, como pode reagir, que ameaças têm e que oportunidades terão?

Estamos falando em “brecha digital”, e somente para medir o tamanho disso. Este estudo foi feito por técnicos contratados pela ALADI, no ponto de partida a penetração e uso dos instrumentos que geram ou que produzem a “brecha digital”, estamos a menos de 10% da população.

Uma pequena medição do que se chama a “brecha digital simples”. Penetração da Internet, é um dos fatores que servem

para medir a “brecha digital”. O que esta expressado diz que os países da ALADI, em seu conjunto e em país por país, em pontos percentuais, a respeito de organização de desenvolvimento econômico, qual é a penetração da Internet? O que nos disse esta medição? Disse que a ALADI como conjunto fica com 21,9% abaixo da UE, e cada país, como a Argentina, com menos 18,6%, o Brasil 18,8%, Paraguai 26,3% e o Uruguai 15,5%. Um fato interessante para pensarmos na região, quando falamos em MERCOSUL, ou quando pensamos em outro tipo de acordo, como é o caso do Chile, que está em vantagem em relação ao outros países da América do Sul. Esta é a medição da “brecha” de acordo com a penetração da Internet, que é um dos elementos importantes para se viver na sociedade da informação com uma nova economia.

Outro fato importante e que nos diz que a situação é bem pior, é o que nós chamamos de “brecha telefônica”. Isso mede a disposição de linhas telefônicas, quantos pontos percentuais a todos os países da associação em conjunto ou cada país, fica abaixo dos países da OCDE. Então, vemos que a ALADI em conjunto está 75,4% abaixo, o Uruguai 66,9%, Paraguai 85%, Brasil 72,3% e Argentina 70,5%. A maioria dos dados que estamos trabalhando foram dos anos de 2000 e 2001, e foram os melhores anos para este trabalho. Este é um dado importante, porque a comunicação, o acesso a uma linha telefônica, é uma condição indispensável para podermos participar das comunicações de uma nova economia. Para termos uma idéia, na ALADI neste momento há cerca de 154 milhões de linhas telefônicas, dos quais 74 milhões são de telefonia móvel e 80 milhões de fixa.

A “brecha digital” pode ser uma “brecha econômica”? É lógico que podemos pensar que é uma “brecha econômica”. Neste caso, o que estamos vendo aqui é a correlação que tem a penetração da Internet no ano de 2001 com o que seria o incremento do ingresso nacional bruto per capita gerando um poder constante de compra. Se compararmos um país como a Suécia, Finlândia, Dinamarca ou EUA, com países como Peru,

Venezuela, Brasil, Equador, Paraguai, México ou Chile. Aqui a correlação é bastante estreita na penetração que os países atingem, a Internet e o aumento do ingresso per capita desses países.

Foi feito um gráfico que explica a penetração da Internet e o aumento nacional bruto per capita, o que se pode visualizar é que existem países que podem ficar por cima da linha dessa função. O que essa linha explica seria de acordo com a tendência do ingresso nacional bruto por habitante, e do poder que estes países teriam que ter se o ponto estivesse acima do gráfico, quer dizer que o país deu passos adiante e, se o ponto estiver abaixo do gráfico, quer dizer que este país ficou atrasado em respeito do que se esperava da evolução de seu ingresso bruto por habitante. Neste caso, vemos que o Peru, o Chile e o Uruguai estão acima do que se esperava, o Brasil coincide com que se esperava e a Argentina ficou um pouco abaixo. Esses dados foram levantados quando a Argentina passou por seus momentos de crise, provavelmente hoje esses dados podem ser um pouco melhores. Vemos que o fato em si é o mesmo e que resultado tem uma correlação estreita entre essas variáveis.

Outro estudo se fez medindo computadores, a densidade crescente de PCs que tem na população, contra o ingresso nacional bruto por habitante ajustado ao poder de compra. Vimos aí a mesma coisa, com países acima e abaixo, mas a tendência é bem clara, quer dizer que quando nós medimos a “brecha digital” pela densidade de computadores que a população tem, na realidade esta densidade sobe na medida que o ingresso por habitante sobe. O problema é que se nossos países querem se desenvolver a uma taxa importante, então estamos por de trás dos países pelos quais nós fizemos as comparações, e é provável que ao mesmo tempo estes sigam avançando muitas vezes mais, esse é um fenômeno que temos que pensar em resolver.

té aqui comentei sobre o negócio da nova economia e da

sociedade global, pois queremos ver a possibilidade das empresas frutícolas do MERCOSUL na nova economia. Então, estamos entrando na nova economia, mas vamos um pouco atrás da locomotiva, pois temos uma certa desvantagem que temos que tratar de mudar ou melhorar.

Estamos ou não na nova economia? Para todos os estudos levamos em conta alguns fatores originais, como por exemplo a quantidade de crianças no ensino médio, a quantidade de inscritos na escola fundamental, o custo da conectividade, o custo da Internet, etc. Aí, quem sabe, deveríamos tomar algumas decisões a tempo para que o analfabetismo digital decresça na população. Estamos falando de empresas frutícolas na economia, então, o enfoque tradicional de análise da participação da agropecuária na formação do produto dos países contra análises de porte vertical da formação do valor da produção dos países, dirá o enfoque sistêmico que originariamente foi o enfoque de *agribusiness*.

Na economia, tradicionalmente, se realiza uma análise horizontal que não reflita no encaminhamento entre setores de geração de valores. São desenvolvidas metodologias e análises que possam refletir melhor essas vinculações, isso é uma análise sistêmica do *agribusiness*.

Um sinal muito importante deriva de um estudo que acaba de ser publicado em outubro de 2003, que foi feito no ICA na Costa Rica, com uma equipe técnica muito completa, com pessoas do Banco Mundial, BIRD e GTC da Alemanha.

Na Argentina, a contribuição setorial, o PIB da agropecuária é 4,6%, mas quando se utiliza um enfoque ampliado, passa a 32,2% a significação do agronegócio na economia argentina na formação do Produto Interno Bruto dos países.

No Brasil, a participação passa de 4,3% a 26,2%, no Chile de 5,6% a 32,1%, no Uruguai de 7% a 34,8%, nos EUA é de 0,7% a 8,1%.

Então, o conceito de agronegócio possui três agregados que compreendem as indústrias que abastecem o setor produtivo, é o que aqui é no Brasil chamamos de antes da porteira; o setor agroprodutivo propriamente dito, que é o dentro da porteira e; as atividades de transformação e distribuição, que seria o depois da porteira. Esse é o agronegócio por definição.

Um trabalho feito por um pessoal dos EUA, com tendências até o ano 2028, prevê uma evolução de 100% de um produto que se vende no final da cadeia de agronegócio, o dentro e o antes da porteira serão cada vez menores, mas o depois da porteira, quer dizer, tudo que significa o valor agregado no produto agropecuário, será cada dia maior.

Isto é muito importante porque muitas vezes o que é estritamente produto agropecuário, 10%, 2% do valor do produto que se vende ao final da cadeia de agronegócio. Então é por isso que eu acho que o enfoque sistemático, o enfoque de agro-industrial é necessário.

Nós temos que analisar o fenômeno da digitalização da economia e da sociedade. O fenômeno da digitalização, assim como foi o trabalho com o vapor e a eletricidade, está sendo estudado pela economia, são ciclos chamados de inversão, inovação em produtos. Isto quer dizer que a digitalização da economia depois que começou, provavelmente não vai para trás, vai seguir em frente. Pode ser que com movimentos do tipo pendular. Nos EUA, em Nova York, há dois anos qualquer empresa.com que transacionava na bolsa, começava imediatamente a subir. Pode ser, então, que seja um fenômeno pendular, mas a digitalização como um fenômeno não vai terminar e nem ir para trás, vai para diante.

As cadeias de agronegócio, cada dia mais integradas, funcionam mais como um sistema de geração de valor e, na outra ponta, consumidores cada dia mais exigentes, que obrigam estas cadeias a uma articulação até a origem (LOUREIRO, 1997; LAMOUNIER, 1994; HAYAMI & RUTTAN,

1988), . Que quero dizer com isso? Se os consumidores e o Ministério da Agricultura da França ou da Espanha querem um produto de certa forma, vamos trabalhar articulando para obter este produto que o consumidor no fim da cadeia quer. Isto é o fenômeno da articulação da cadeia até a origem, conjugar todas estas atividades na cadeia de agronegócio para obter finalmente o produto que o consumidor quer.

Muitas empresas majoritárias, agora pensando na comercialização, foram empresas tradicionais e familiares, muitas vezes ligadas à terra como valor. Os ingressos e egressos, no caso do Uruguai, e mesmo na Argentina foram frequentes (LOPES & BRANDÃO, 2000).

Algumas linhas de trabalho, são coisas para pensar. Investigação e inteligência no mercado para saber o que o consumidor na ponta do agronegócio quer; análise de clientes, políticas de fidelização, que é a relação com os clientes; complementação e balanços estratégicos; comércio eletrônico para a digitalização da economia; temas de base em produtos de gama superior e barreiras extras tarifárias.

Na inserção da nova economia das empresas frutícolas do Mercosul e dos elementos que acabamos de ver, temos, por um lado, um fenômeno produtivo, a parte agrária. Dizemos que há uma concentração produtiva, e sabemos do fenômeno que está se sucedendo no mundo todo (BUAINAIN, 1999).

No comercial, no aspecto da fase da distribuição ou da logística do comércio, temos dois agregados, e aqui há um problema que tem que ser solucionado. Temos de um lado um agregado, que é o majorista de mercado, clássico de mercado de São Paulo, majorista típico que trabalha no mercado. É uma pessoa que é tradicional, que muitas vezes não quer mudar nada no mundo, que não quer lutar por coisas novas. E tem uma parte da comercialização que é profundamente dinâmica, como tem demonstrado, nos últimos tempos, os grandes supermercados e hipermercados. A demanda passa por períodos de

desinvestimento alimentar quando o poder aquisitivo da população desce, mas é ela quem de alguma forma determina tudo que tem que passar na cadeia de agronegócio.

Pensando no futuro, analisar por matriz estratégica o negócio, trabalhar nesta cadeia pensando no que deseja, no que o que está querendo consumir aquele que finalmente irá comprar, para que nesta cadeia passem todas as coisas necessárias para que se gere este produto.

Creio que deveríamos trabalhar muito a parte de análise de inteligência de mercados, porque temos que trabalhar nos mercados em projeção. Muitas vezes, no caso do Mercosul, países como Uruguai, e mesmo Paraguai, não podem pensar em inovação desde a produção para frente. São países que muitas vezes tem que interpretar o que o mercado quer para trabalhar.

Serviços de informação comercial mais completos e em tempo real. Na parte de produtos in natura, as vezes temos serviços de informação, mas não temos investigação pós-colheita em controle de perdas, que é um tema bem importante, logística, rastreabilidade e operações.

Se pensamos estrategicamente, a idéia de planejar significa adivinhar o futuro. O que podemos fazer é trabalhar para nos preparar para enfrentar o que vem, que é o que as empresas frutícolas do Mercosul estariam fazendo.

Então, visto os três elementos, a nova economia, a empresa digital, onde nós estamos em relação a esta realidade? Visto o fato de que este tipo de negócio tem de ser concebido, pensar como uma cadeia de agronegócio, quais seriam as oportunidades? Uma oportunidade seria o desenvolvimento de empresas provedoras de serviço de informação, serviços que se vinculam às novas tecnologias sobre tendências de mercado, consumo e produção, quer dizer, serviços de informação de mercado, por exemplo, para a região,

trabalhando para projetar suas vendas e projetar outros mercados.

Entender o cliente, proporcionar valor a um cliente que sabe cada dia mais daquilo que está comprando e cuja tendência em comprar o barato é bom. Na realidade, o Dr. Mariano falava sobre isto ontem, o cliente hoje em dia não é um cliente que compra sem se importar com o que e a qualquer preço. O cliente mais racionalista, compra um dia alguma coisa a um preço caro quando está esperando alguém na sua casa, compra outro dia um produto a um preço menor se é só para ele, mas o cliente é um cliente que tende a compreender mais aquilo que está fazendo.

Tendência de consumo de equilíbrio e natureza, isso foi considerado nos trabalhos que a França fez. O consumo em alguns lugares é uma tendência que, se constatado que as frutas frescas e hortaliças dão uma sensação de natureza e equilíbrio, aumenta o consumo.

Diversificação de fontes de abastecimentos e alianças estratégicas. Isto porque hoje em dia, cada vez é mais importante ter o produto certo, no momento certo e ao preço certo. Então, pode ser que com o desenvolvimento das comunicações se diversifique mais o negócio de fontes de abastecimento. Pode ser que nasçam novos canais e mais negócios em tempo real. Em muitos lugares tem se pensando num atendimento direto aos clientes com envios dos produtos pedidos, produtos definidos, analisados e padronizados. Um exemplo agroindustrial disso é uma bodega na Argentina que não queria vender mais aos supermercados, porque estes são muito duros na negociação, então, fez um sistema no qual qualquer pessoa da Argentina por telefone faria o seu pedido, a bodega se comprometia, a um preço conhecido e a um vinho determinado, que em menos de 24 horas entregaria o produto na casa do cliente. São possibilidades que surgem.

Diversificação de referências vegetais. Hoje em dia a

quantidade de diferentes frutas que os consumidores ingerem aumentou muito e isso é uma oportunidade, até mesmo no caso do Brasil, com todos os produtos exóticos.

Em função de tudo que vimos, quais poderiam ser as ameaças?

Por exemplo, empresas que não aceitem o negócio das alianças estratégicas ou de associações, em que há sinais evidentes de que esta seria necessária ou boa para ele. Há empresas que, muitas vezes, não querem mudar, não querem adotar formas diferentes.

Deixar de estar informado, não fazer uma leitura correta das mudanças de contexto. Hoje em dia, em todas essas sociedades há muita gente que ainda não quer mexer com o computador, que ainda não quer utilizar os serviços automáticos, pode ser uma decisão pessoal, mas não é o sentido em que o mundo está se desenvolvendo. Pode ser que simplesmente existam empresas que não aceitem as mudanças, ou crêem que elas fazem bem, como acontece com muitas empresas do mercado majorista. Não querem mudar nada, porque até agora fizeram as coisas assim.

Diminuição do número de passos, de “*steps*” nas cadeias de agronegócio e desaparecimento de agentes intermediários. Isso pode ser uma ameaça para uma empresa frutícola que hoje em dia está trabalhando em alguma parte da cadeia que poderia ser deixada de lado pela cadeia de valor (BATALHA, 2001).

Não aceitar as mudanças. Hoje em dia, empresas que não querem aplicar consertos como controle, rastreabilidade e etc, são empresas que não vão poder pensar em trabalhar ativamente em alguns mercados.

Redução de máquinas de imagem comercial em muitos estados de distribuição, isso também é possível. Fortificação das proteções não-tarifárias. Muitos governos não tomam curtas decisões que são necessárias a respeito dos problemas da

empresa digital porque muitas vezes há decisões pesadas e importantes.

Surgimento de novos agentes, comercializadores mais modernos e mais precisos.

“O novo é o novo e o diferente é diferente”. As estratégias de desenvolvimento de amanhã, não virão de Paris, Washington, Moscou e Genebra, mas da África, Ásia e América Latina. Serão adequadas às necessidades locais, não carregarão o acento na economia às custas da ecologia, religião, estrutura familiar e das dimensões ecológicas existentes (PORTER, 1986).

Simplesmente, o que eu queria dizer é que quando estamos planejando o futuro, o conhecimento que temos, a tecnologia que temos e as ferramentas que podemos utilizar forem originadas no passado, mas para o futuro sempre irão fazer algo diferente.

Organização das Empresas Italianas para o Mercado

Frederico Ilário Ioriatti¹

Vou falar para vocês sobre a experiência de uma cooperativa da Itália que se chama Santa Úrsula. Os produtores da Itália não possuem as mesmas áreas de terra que os produtores brasileiros, a área deles é de no máximo três hectares de terra. São propriedades bastante pequenas e atualmente a cooperativa tem em torno de 1,4 mil associados.

A força da região se dá através de cooperativas, a economia de escala que conseguimos é através disso, são pequenas propriedades e não teríamos outra forma de acesso a mercado a não ser por cooperativas para produtos hortícolas, vitivinícolas e olerícolas.

Uma proposta da cooperativa é de fornecer praticamente todo o ano essa gama de pequenos frutos que oferecemos. Trabalhamos um pequeno período do ano, de maio a outubro, e o restante do ano completamos a oferta desses produtos com as importações de outras regiões da Itália ou de outras partes do hemisfério Sul.

Se a cooperativa não oferece esta gama de produtos o ano

¹ *Diretor da Associação de Produtores de Santa Úrsula, Itália.*

todo, ela efetivamente perde mercado para outros concorrentes. É fundamental que possamos oferecer os produtos com os quais durante o ano todo. Uma das ações da cooperativa foi fazer com que os consumidores conhecessem e identificassem estes produtos no mercado, e esses pequenos frutos, mesmo na Itália, são recentes, no máximo 15 anos.

Fizemos um levantamento no mercado para saber quais os produtos que eram da preferência do consumidor. Foi verificado que as maçãs tinham 95% de preferência e as pequenas frutas correspondiam a apenas 5%. Nesta pesquisa de consumidor, 31% responderam que não encontravam no mercado o produto que eles queriam, 13% não gostam do sabor, 11% que o produto não estão presente num determinado período do ano e 10% responderam que eles teriam um custo muito elevado.

Como o italiano tem o hábito de consumir muito morango, colocávamos ao lado do morango as pequenas frutas com promoção e preços mais baixos somente para que as pessoas pudessem conhecer. Como os produtos não estavam expostos todas as épocas do ano, então tratamos de complementar com as importações de qualquer parte do mundo que tivesse estas frutas. Tentamos convencer os italianos de que o custo dessas se devia ao custo de produção, então, fizemos um trabalho de convencimento junto aos consumidores que isso custava muito para produzir.

Trabalhamos em três frentes, supermercados, atacadistas e grandes distribuidores. Em cada um deles, atingimos níveis diferentes. Não trabalhamos somente com supermercados, porque, como dissemos, eles podem acabar massacrando e nivelando os preços, então, trabalhamos nessas três frentes para aumentar a nossa participação e também podermos manter um preço mais equilibrado.

Normalmente, o supermercado não considera se existe ou não oferta do produto no mercado, e como nós queremos sempre

manter o preço do produto o mais baixo possível, temos que controlar isso, pois em algumas épocas do ano que os preços de custo de compra e venda são diferentes.

Em nossa classificação, os grandes distribuidores são os supermercados, os mercados gerais que são aqueles que compram e vendem para pequenos mercados, e aqueles que compram, classificam e reembalam e dão uma nova forma ao produto. Este aumento da participação dos grandes supermercados se deve a fidelidade de oferecimento do produto o ano todo feito pela cooperativa. Verificamos que de 2001 a 2003 houve um aumento da quantidade vendida pela cooperativa dentro de grandes supermercados exatamente por essa oferta constante dos produtos.

A qualidade do produto na Europa como no mundo todo é fundamental, não só a qualidade em si mas, também, a salubridade que diz respeito as que o produto pode fazer para a saúde. A importância da nossa cooperativa é tão grande que nós participamos praticamente de 45% do mercado italiano de pequenas frutas, estamos praticamente dominando este mercado local, e isso se dá pela fidelidade de oferecer a fruta o ano todo, buscando em diferentes pontos da Itália, mas principalmente do mundo.

O aumento anual é de 10% a 15%, e o volume é de 50 mil toneladas por ano de pequenas frutas. Em função de ser no hemisfério Norte, há um espaço para esse mercado na Europa principalmente nos meses de novembro a abril, que corresponde ao período de produção do hemisfério Sul. No momento estamos importando amora do Brasil, mirtilo da Argentina e do Chile, e também do Chile importamos a groselha. Como nesse período não há fruta de nenhuma outra parte da Europa, normalmente temos que buscar em países do hemisfério Sul.

PAINEL VII

Organização da Produção de Frutas

O Exemplo da Cadeia de Fruticultura no Norte Fluminense

João Maurício Tommazi¹

O programa foi criado por decreto pelo Governo do Estado do RJ, no ano de 2000, visando a correção das desigualdades regionais, desenvolvimento do interior através de financiamento de lavouras de frutas irrigadas e sistemas de integração com empresas que garantam a comercialização da totalidade da colheita a preços previamente estabelecidos. Nós vínhamos há muitos anos buscado uma alternativa para o desenvolvimento e começávamos a fazer, por exemplo,; plantar frutas, aí as prefeituras e a EMATER faziam os incentivos, mas isso não dava em nada. Chegamos a ter 300 ha de goiaba, 3000 hectares de maracujá e 1800 de abacaxi, mas essa produção ia caindo com o passar do tempo. Portanto, tínhamos uma realidade que precisava ser superada. Em 1998, a FIRJANE elaborou um estudo que demonstrava a importância da fruticultura na região. Recebemos este documento em contato com a FIRJAN e, naquele momento, houve uma decisão de que teríamos que trabalhar no sentido de colocar em prática aquilo que era preconizado naquele momento. Então, isso foi o trabalho que recebemos em 1998 no primeiro mês de governo. No dia 29 de janeiro fizemos o primeiro grande encontro com 400 produtores para discutir o programa que estava estabelecido.

¹ Assessor do Pólo de Fruticultura do Norte Fluminense, Rio de Janeiro, RJ.

Neste momento foi criado o Pólo de Fruticultura das Regiões Norte e Noroeste do Estado do Rio de Janeiro. Nós tínhamos que colocá-lo em prática, mas não tínhamos recursos e não tínhamos banco, pois o BANERJ havia sido vendido. Ficamos discutindo com as possíveis empresas que receberiam as produções, até que surgiu o grupo MPE, que tinha adquirido uma fazenda de 5 mil hectares no norte do Estado e tinha o interesse de instalar uma planta industrial, para produzir e processar frutas. Esta foi a aproximação que tivemos, conseguimos juntar uma disposição entre empresários para instalar uma planta industrial e começarmos trabalhar.

O Estado tinha como responsabilidade organizar os produtores e instalar as lavouras. Ficamos um ano trabalhando em cima disso e esbarrávamos sempre no crédito. Tentamos via PRONAF, o produtor tinha medo de ir ao banco, de perder sua terra, e assim as coisas foram caminhando e nós não saíamos do lugar. A indústria já tinha instalado a fábrica e nós, em nível de governo, discutindo qual a nossa saída. Até que houve uma decisão do governo de, por decreto, instituir o programa FRUTIFIKA e criar o grupo executivo para viabilizar este programa.

O governo abriu uma linha de créditos no valor de 50 milhões de reais para o grupo executivo utilizar nas contratações dos projetos e para a venda e comercialização integrada à indústria. Passamos a dar assistência técnica efetiva a todos estes projetos, houve um decreto do governo baixando as taxas do ICMS para podermos viabilizar a comercialização desses produtos. A comercialização foi garantida pela integradora e passamos a trabalhar fortemente em cima do associativismo e cooperativismo.

Vimos que os produtores estavam extremamente desorganizados, a produção no começo era muito solta no espaço, então, nós tentamos organizar de forma que eles concentrassem em algumas áreas o maior volume de produção e para que melhorassem o sistema de transporte para indústria.

Trabalhamos em Quissamã, onde existia uma área de produção de coco, na qual os produtores não estavam satisfeitos e ganhavam pouco por fruto. Trabalhamos na organização dos produtores, fundando uma cooperativa, que hoje está funcionando a pleno vapor, envasando cerca de 120 mil garrafas de 300ml de água de coco por mês e exportando um pouco de frutas para a Inglaterra, França e Itália.

Nos financiamentos com recursos do tesouro do estado o teto é de 60 mil reais, o limite é 100% do orçamento, quer dizer, que tudo o que for necessário para investimento e custeio das lavouras de frutas, 100% é financiado, os encargos financeiros são de 2% ao ano, sem avalista e sem nenhuma oneração da propriedade e, o prazo de investimento é de até 8 anos. O período de carência é de acordo com a cultura, normalmente gira em torno de 20 meses para maracujá e abacaxi, e 30 a 36 meses para o coco e goiaba.

O reembolso é em função do ciclo da cultura, a garantia é a penhora da safra e dos equipamentos de irrigação que são financiados. Esses equipamentos representam em torno de 30% do valor financiado. A fruticultura tem que ser irrigada, porque na região norte e noroeste do Estado, onde estamos atuando, e agora na região dos Lagos, temos precipitações em torno de 800mm por ano, extremamente mal distribuídas, então não tem como não ser irrigada. Além disso, temos uma empresa que se responsabilize a adquirir essa fruta a um valor pré-estabelecido.

Hoje estamos trabalhando com novos contratos de abacaxi em torno de R\$ 200,00 por tonelada de fruta, maracujá R\$ 270,00 e a goiaba R\$ 220,00. Estes são preços mínimos de contrato, e o contrato é formalizado com a indústria e tem uma variação relacionada com o dólar, se o dólar variar para mais a indústria paga mais, se variar para menos a indústria paga o valor de contrato. Esse preço cobre todos os custos de produção e dá uma margem de 20% ao produtor. Para termos uma idéia, contratos que fechamos no ano de 2000 e 2001, estávamos com preço de aproximadamente R\$ 200,00 o maracujá, o preço

médio que foi fechado pela indústria foi de R\$ 45,00 a tonelada, portanto, houve um aumento de mais de 100% nesse período.

O beneficiário pode ser todo o produtor rural, podendo ser proprietário, arrendatário ou parceiro. Tivemos problemas com áreas que não tinham documentos e todos os pequenos produtores que não tinham acesso, e depois de muita discussão com os produtores o estado baixou uma resolução que determina que se aqueles produtores estiverem a mais de 5 anos trabalhando naquela terra, sendo assistidos pela EMATER, e não tiver nenhum conflito de limites com seus vizinhos, eles também serão financiados. Para que a pessoa receba o crédito, ela não pode ter rejeição cadastral, é a única coisa que exigimos. Fizemos uma pesquisa cadastral no Banco do Brasil, que é nosso parceiro, e como não tínhamos um banco, tivemos que buscar no Banco do Brasil a prestação de serviços ao Estado. Os recursos são repassados do Tesouro para o Banco, e depois o Banco, com nossa autorização, vai liberando os créditos aos produtores, e recebe uma remuneração por isso.

Temos que fazer uma pequena análise do perfil gerencial. Nos primeiros contratos, a nossa equipe pecou um pouco, no sentido de avaliar bem a capacidade de trabalho daquela pessoa que estava tomando o crédito, isso causou alguns problemas, mas já estamos buscando uma solução.

O imóvel onde será instalada a lavoura tem de ter solo com qualidade adequada e rendimento, tem que ter água em quantidade suficiente para a lavoura que vai ser estabelecida e tem que ter uma boa qualidade dessa água.

O processo é o seguinte: o produtor vai até a EMATER ou ao escritório executivo e faz o seu cadastro, nós encaminhamos ao Banco do Brasil para pesquisa cadastral, se estiver tudo bem o Banco do Brasil nos devolve este encaminhamento. Nós, o devolvemos para EMATER ou pra o grupo executivo para a elaboração do projeto técnico daquele produtor. Depois, é feita

uma visita, onde são coletadas amostras de solo, água, feita a topografia e elaborado o projeto técnico. A análise de solo e de água são custeadas pelo programa ou pelas prefeituras parceiras. Depois de elaborado o projeto, é encaminhada uma cópia para as integradoras para ver se elas aceitam essa pessoa, são encaminhadas as análises de solo e água para as empresas de irrigação, hoje são 15 empresas cadastradas, trabalhando para elaborar os projetos técnicos de irrigação, e essas empresas estabelecem o valor. Mas, temos o nosso teto máximo para cada financiamento para irrigação. Acertado tudo isso, o comitê de deferimento de crédito do grupo executivo analisa a proposta técnica, toda a movimentação desses recursos e encaminha para a contratação. A contratação, então, será feita via Banco do Brasil, e nós começamos a liberação dos recursos aos produtores. Existem parcelas imediatas, depois parcelas para irrigação, compra de espaldeira etc. Somente com autorização do grupo executivo, diretamente na conta dos fornecedores, anteriormente liberávamos o dinheiro na conta do produtor, mas vimos que não estava sendo uma boa prática, então hoje liberamos tudo somente com apresentação de nota. O que vai para mão do produtor é somente para custeio da mão-de-obra que é cerca de 30% do custo total

O Pólo de Fruticultores das Regiões Norte e Noroeste foi criado em maio de 2000, em agosto de 2001 houve um apelo muito grande de outras regiões do estado, e ele foi estendido para todo o estado. Hoje já temos cerca de 300 produtores interessados na região dos Lagos e 180 na região Serrana. No programa de 2001 a 2003 não houve nada, coincidentemente houve um período em que nós nos afastamos do governo e aí paralisou tudo. Em fevereiro de 2003 retornamos, e logo no início uma das primeiras coisas que o novo governo queria era dar uma força para a juventude que estava saindo do interior, então criou-se dentro do FRUTIFIKA um projeto de jovens frutificando, que privilegia os financiamentos aos jovens de 18 a 20 anos que tem interesse em trabalhar na terra. O financiamento tem um diferencial dos outros, se ele tiver que construir uma casa para morar ele tem um teto de 30% sobre 60

mil, que daria 18 mil para fazer essas coisas. Nós já temos cerca de 10 jovens com contratos fechados dentro do sistema.

Já aplicamos cerca de 30 milhões em 600 projetos, gerando em torno de 4 mil hectares, e temos uma estimativa de 16 mil postos de trabalho gerados. Este ano passamos muito tempo analisando e corrigindo alguns equívocos cometidos anteriormente, chegamos em março de 2002, com uma média para fechar 50 contratos por mês. Este ano tivemos que fazer uma avaliação, para termos um controle operacional mais eficiente, então, estabelecemos uma rotina de que de 15 em 15 dias o produtor tem que ser visitado, estabelecemos que cada técnico vai trabalhar com no máximo 20 produtores definidos, o calendário de visitas é estabelecido de forma que nós possamos ter o controle mais efetivo daquele recurso, da época que ele irá produzir e do que irá produzir para que possamos alimentar a indústria.

Trabalhamos muito na indústria, e chegamos a um ponto

em que temos um potencial muito grande de mesa, por exemplo, o abacaxi. Estamos enviando para vários Estados do Brasil e começamos a exportação agora com 40 toneladas para a França e Inglaterra. Já estamos trabalhando em cima de algumas empresas, não só na indústria, pois a indústria está fazendo uma seleção de frutos de mesa, mas estamos trabalhando com empresas interessadas em se estabelecer para fazer seleção de frutas para o mercado do Rio de Janeiro e São Paulo. Estamos trabalhando com 5 integrados e buscando outras, para consolidar como pólo exportador de frutas.

Estamos nos referindo mais a países como a Holanda, Itália, Inglaterra e França, foi onde a Bela Joana já atuou exportando sucos, e a cooperativa de Quissamã, já trabalhou inicialmente na exportação de coco, e agora na exportação de abacaxi.

O Rio de Janeiro nunca foi considerado um grande produtor, portanto o seu crédito era o que sobrava de outros Estados. Em

1998/99, o Banco do Brasil emprestou ao crédito rural 17 milhões de reais, aí foi instituído a moeda verde, o Estado pegou e entrou com um recurso no Banco do Brasil para equalizar aqueles tomados que tivessem frustração de safra. No momento em que nós entramos, a coisa começou a crescer, chegamos a 62 milhões na safra de 2001/02, depois houve uma queda, estamos projetando para o ano que vem 92 milhões.

Vamos centrar as idéias no ano que vem nos jovens frutificando, temos que buscar a capacitação dos produtores, porque nós também pecamos aí. Muitos produtores receberam financiamentos para plantar abacaxi ou maracujá, mas não tinham muita noção do que era isso, vamos ter que trabalhar mais essa parte. Temos uma meta acertada com a Governadora de fazer 5 mil hectares financiados até o final do ano que vem, e até o final do governo mais de 10 mil hectares totalizando mais de 36 milhões de reais. Esperamos atingir 60 mil postos de trabalho com todo este investimento.

Quando é bem trabalhado, tem resultado. Um exemplo de um produtor que plantou 2 hectares de maracujá, financiamos a ele 27 mil reais, ele teve assistência técnica da EMATER, iniciou a produção em agosto de 2002, colheu em 15 dias atrás, 113 mil quilos. A produtividade dele foi de 55 toneladas por hectare.

As parcerias que temos são: o Banco do Brasil, a FUNDENOR que é uma fundação onde o grupo executivo está instalado em Campos, com toda a sua estrutura, a UEN, UERJ, EFV, a FIRJAN, o SEBRAE que está fazendo uma série de cursos e treinamentos, fazendo entender que a associação é um bem pra todos, as integradoras como a BELA JOANA, SUMOL, NIÁGARA, IBIARA, a COOPERATIVA de Quissamã, etc.

Este programa somente conseguiu ir adiante porque houve decisão política de governo, disponibilização de recursos para fazê-lo e apoio de toda a estrutura do Governo, em especial os da Secretaria da Agricultura. Tivemos problemas sérios de produção de mudas, superamos uma barreira muito forte com o

pessoal da pesquisa, porque eles criaram um nó na entrada de mudas de fora, queriam que a muda fosse certificada, mas não existia produtor de muda certificada de abacaxi no Brasil, foi quando nós decidimos que o programa iria começar e que os erros seriam corrigidos a frente. Hoje, nós já temos os produtores de abacaxi, que estão sendo acompanhados pela EMATER e pela Defesa Sanitária Vegetal, para serem fornecedores de mudas para as novas lavouras. Para vocês terem uma idéia, nós precisamos nos próximos meses de 27 milhões de mudas de abacaxi.

Riscos de Bioterrorismo na Fruticultura

Fernando Cantillano¹

A idéia é transmitir a vocês um assunto muito importante – a vocês que estão trabalhando com fruta – pois está acontecendo no mercado de fruta em nível internacional e não muita gente tem informação e de alguma forma isto vai afetar não só a cadeia de produção internacional, mas também nacional. Está havendo uma série de reuniões de distintas partes para falar sobre bioterrorismo. De que se tratam estas informações?

A partir de setembro de 2001, o Governo dos EUA preparou um ato de resposta para o terrorismo. Todos os alimentos que são exportados para os EUA a partir do dia 12 de dezembro, ou seja, daqui há uma semana, tem que ter um certificado de registro, e não estou falando de frutas. Todos os alimentos exceto carnes, ou seja, suco, polpa, qualquer alimento que vá para os EUA.

Temos informações bastante precisas de que a Europa irá tomar uma atitude parecida, basicamente iniciando pela Inglaterra, Espanha, países que apoiaram os EUA na guerra contra o Iraque. Então, isto se dando porque se exige uma série de coisas para os produtores a nível nacional. As grandes

¹ *Embrapa Clima Temperado, Pelotas, RS.*

cadeias de supermercados como Carrefour e outras também estão preparando.

De que se trata? A raiz, a idéia, é que o Departamento de Saúde dos EUA possa responder de forma rápida ante um ataque terrorista de alimento que entra nos EUA e possa fazer a identificação das instalações. Esse registro, no qual as frutas estão incluídas, é obrigatório, a inscrição das empresas é obrigatório entre o período de outubro a 12 de dezembro.

Todas as empresas de alimentos e frutas também, têm de estar inscritas através do site do FBI. Segundo, tem que contratar um agente que more ou tenha residência nos EUA que será um elo entre o departamento de saúde americano e o exportador se estima que o custo deste agente deverá ser em torno de 2.000 \$ por ano.

Essa lei tem uma série de títulos que podem ser destruídos se houver outra norma em que os registros das empresas tem que estar inscritas no FBI e também que têm de manter a (rastreadibilidade) que no caso de frutas frescas é por 1 ano.

Um assunto mais importante ainda é que a partir do dia 12 de dezembro, ou seja, daqui há uma semana, qualquer embarque por navio, por avião de alimentos que vá para os EUA será exigido um certificação prévia, ou seja, as empresas que mandem frutas para os EUA e que depois a Europa tomará uma atitude similar, vai ter de notificar via Internet que carregamento vai: manga, mamão, melão etc.

Mas também há outro aspecto importante; fora dessa lei americana, há um programa que o governo americano está traduzindo, que se chama credenciamento de porto com a iniciativa de segurança de containers no qual implica num acordo bilateral entre o governo americano e o governo do país, isto não é só para o Brasil é para o mundo todo.

Então, através desse acordo, os pontos tem que estar certificados até o dia 1º de julho de 2004. O único porto que tem se mexido neste sentido é o porto de Santos, inclusive o porto de Rio Grande não tem dado o passo suficiente para adquirir esta certificação. Então não tendo certificação, toda mercadoria que chega nos EUA vai ser revisada em profundidade.

Estes portos têm de seguir um programa norte-americano de segurança, o porto tem que estar fechado. Inclusive, um detector de raio gama, para que cada container que vai para os EUA possa se saber o que vai no seu interior. Neste caso, na fronteira mexicana, eles instalam nos containeres e aqui vocês podem ver na parte superior do caminhão, mostrando os corpos dos imigrantes mexicanos tentando entrar nos EUA.

Só que um detector com raio gama custa mais de 10 milhões de dólares. Então, hoje, não se sabe quem vai pagar por isso aí, porque cada governo tem de ter este recurso e não se tem. Estima-se que nos EUA, vão se gastar 9 bilhões de dólares para colocar todos os portos o sistema de segurança e como eu falei, o único porto hoje, é o porto de Santos. Para o pessoal que exporta frutas, é importante, porque nem sequer Itajaí, Salvador, portos do Nordeste estão preparados. E é um prazo muito curto, preparar um porto não é coisa muito rápida.

E existe um registro para que as empresas, como eu falei, registro de Departamento de Saúde, para as instalações existe um tipo de formulário que está na INTERNET, que acontece se está instalação não está registrada? A admissão desta mercadoria é negada ou fica retida no porto de entrada dos EUA. Os custos desta retenção são todos da parte do exportador.

Existe uma notificação prévia, já falei, cada embarque que vai para os EUA tem de ter uma notificação, isto está gerando um problema logístico muito grande.

Eu estive anteontem no Estado de São Paulo em reuniões, em seminários sobre este assunto, e o pessoal não sabe que estratégia vai ser usada, porque, por exemplo, mamão papaia que sai lá do Espírito Santo, a maioria sai pelo porto de Salvador. Um navio de Salvador até a costa americana leva 10 dias, mas como o prazo é entre 8 horas, até 5 dias antes que este navio chegue na costa americana, significa que, de Salvador, os navios saem sem aviso prévio e no meio do caminho você tem que comunicarão o FBI, porque senão os computadores não aceitam fora deste prazo nenhuma notificação.

Isto é para todo mundo, eles esperam receber em torno de 20 a 25 mil notificações por dia nos computadores dos EUA, porque são todos os alimentos. Então é um problema bastante sério.

Nessa notificação têm de estar identificadas mercadorias, fabricantes, transportador, produtor, país de origem, país de envio, porto previsto de entrada. E as notificações são por carga. Por exemplo, frutas como papaia, manga, uva, cada uma tem uma notificação em separado, uma carga pode ter várias notificações mas o FBI não vai responder para vocês, não há uma resposta do Ministério da Saúde americano.

Que alimentos? Todos os alimentos, aditivos alimentares para pessoas, suplementos, ingredientes dietéticos, leites, bebidas alcoólicas, água em garrafa, frutas e hortaliças, peixes, frutos do mar, produtos lácteos, ovo fresco, alimentos em latas, compotas, e quaisquer outros, animais vivos para consumo, produtos de padaria, doces, trigo isto tem que ter o visto e isso não acontecia antes, está começando a partir de agora.

Quem deve se registrar? Todas as instalações internacionais ou estrangeiras que fabricam, embalam e/ou armazenam alimentos para o consumo humano destinados aos EUA.

Os produtores de frutas não se registram, mas sim as empacotadoras, todos os “packing house” e deve-se manter a rastreabilidade. O packing deve ser registrado o produto e se deve criar e manter os registros históricos, que no caso de frutas é um ano e produtos não perecíveis, dois anos devem ser guardados os registros.

Amostras de frutas que se dê para os EUA também têm de ter o registro sobre elas.

Esse registro se faz através de correios ou agentes nos EUA. Existem vários sites e fones que estão sendo divulgados amplamente nos EUA, no site do FBI com todas as informações que devem ser dadas para qualquer embarque. Então, existem informações que na Europa também estão se tornando atitude similar e, por suposto, essas empresas e supermercados que também estão se inserindo nesta parte de rastreabilidade.

Então, há realmente uma troca substancial, não se sabe como funcionará isto a partir do dia 12 de dezembro, porque são todos os alimentos de todo o mundo. A idéia é que o departamento americano crie um grande banco de dados, onde se saiba toda a origem dos produtos, produtores e uma grande rastreabilidade.

Então, era essa a informação que eu queria dar a vocês. Em todos os setores de frutas, vai haver mudanças muito importantes no próximo mês e no próximo ano e temos que estar preparados para não perder está fatia do mercado. Não se pode falar ainda que isto seja uma restrição não-tarifária, primeiro porque aceita todos os países do mundo e, em segundo lugar, as empresas americanas de alimentos também têm de se cadastrar.

Referências

AMARAL FILHO, J. do. ***É negócio ser pequeno, mas em grupo; desenvolvimento em debate: painéis do desenvolvimento brasileiro.*** Rio de Janeiro: BNDES, 2002. 58 p.

AZEVEDO, P. F. Comercialização de Produtos Agroindustriais. In: BATALHA, M. O. (Coord.) **Gestão agroindustrial.** São Paulo: Atlas, 2001. V. 1, 690 p.

BARROS, R. P.; HENRIQUES, R.; MENDONÇA, R. A **Estabilidade inaceitável, desigualdade e pobreza no Brasil.** Rio de Janeiro: IPEA, 2001. 739 p.

BATALHA, M.O. **Gestão agroindustrial.** São Paulo: Atlas, 2001. 690 p.

BUAINAIN, Antônio Márcio. **Trajetória recente da política agrícola brasileira.** Campinas: UNICAMP, 1999. 321 p.

CASTRO, A. M. G.; LIMA, S. V.; GOEDERT, W. J. **Prospecção de demandas tecnológicas:** manual metodológico para o SNPA. Brasília: Embrapa: DPD, 1995. 342 p.

FARINA, M. M. Q.; AZEVEDO, P. F.; SAES, M. S. M. **Competitividade:** mercado, estado e organizações. São Paulo: Singular, 2000. 310 p.

FACHINELLO, J.C.; NACHTIGAL, J. C.; KERSTEN, E. **Fruticultura:** fundamentos e práticas. Pelotas: Ed. UFPEL, 1996. 311 p.

FIORAVANÇO, J.C. **Comercio internacional de productos hortofrutícolas:** estudio de la competitividad de Brasil en el mercado de frutas tropicales de la Unión Europea. Valencia: UPV, 2002. 452 p.

GOODMAN, D.; WATTS, M. **Globalising food:** agrarian

questions and global restructuring. London: Routledge, 1997. 329 p.

HAYAMI Y.; RUTTAN V.W. **Desenvolvimento agrícola: teorias e experiências internacionais.** Brasília: EMBRAPA, 1988. 326 p.

LAMOUNIER, B. **Determinantes políticos da política agrícola: um estudo de atores, demandas e mecanismos de decisão.** Brasília: IPEA, 1994. 421 p.

LOPES, M. de R.; BRANDÃO, A.S. **Oportunidades e requerimentos do sistema agroalimentar do Mercosul ampliado para o acesso aos mercados mundiais nas próximas décadas: perspectivas setoriais nos mercados mundiais organização do setor privado e da pesquisa.** Montevídeu: PROCISUR/BID, 2000. 65 p.

LOUREIRO, M. R. **50 anos de ciência econômica no Brasil (1946-1996): pensamentos, instituições, depoimentos.** Petrópolis: Vozes, 1997. 212 p.

MADAIL, J.M.C. **Aspectos da produção de pêssego no Brasil e sua relação com o Mercosul.** Pelotas: Embrapa ClimaTemperado, 1994. 34 p.

MARSDEN, T.; FLYNN, M.; HARRISON, M. **Consuming interests: the social provision of foods.** London: UCL Press, 2000. 220 p.

PAIVA, C. Á.. **O que são sistemas locais de produção.** Disponível em: <http://www.fee.tche.br/eeg/artigos/mesa%2020Paiva.doc>. Acesso em 19 set. 2002.

PORTER, E.M. **Estratégia competitiva: técnicas para análises de indústrias e da concorrência .** Rio de Janeiro: Campus, 1986. 346 p.

PORTER, M E. **A Vantagem competitiva das nações.** Rio de Janeiro: Campus, 1993. 542 p.

PUTNAM, R. D. **Comunidade e democracia – a experiência da Itália moderna.** Rio de

Janeiro: FGV, 1996. 429 p.

RAIKES, P., JENSEN, M.F.; PONTE, S. **Global commodity chain analysis and the french filière approach: comparison and critique.** copenhagen: centre for development Research (CDR), 2000. 39 p.

RASEIRA, M. C. B.; NAKASU, B. H. **Situação e perspectiva do cultivo de fruteiras de clima temperado no Rio Grande do Sul.** Pelotas: EMBRAPA Clima Temperado, 1998. 68 p.

SACHS, S.; CAMPOS, A.D. O pessegueiro. In: MEDEIROS, C.A.B.; RASEIRA, M. do C.B. (Ed.). **A cultura do pessegueiro.** Pelotas: Pelotas: EMBRAPA-CPACT, 1998. p. 13-19.

ZYLBERSZTAJN, D. Economia das Organizações. In: ZYLBERSTAJN, D.; NEVES, M. F. (Org.). **Economia e gestão dos negócios agroalimentares: indústria de alimentos, indústria de insumos, produção agropecuária, distribuição.** São Paulo: Pioneira, 2000. pp. 23-28.