Dezembro 2013 | nº 13 | www.abracen.org.br | DISTRIBUIÇÃO GRATUITA



A CEAGESP ESTÁ CA

O Entreposto da Capital, o maior da América Latina, segue com uma série de iniciativas que vai melhorar suas operações, aprimorar seus serviços e criar um melhor ambiente de negócios para os comerciantes e o público em geral.

Confira algumas das medidas que vão mudar a cara da CEAGESP:

Novo sistema de monitoramento

Implantação do novo sistema de monitoramento, com 300 câmeras, que vai cobrir todos seus 700 mil metros quadrados. A iniciativa vai permitir uma melhor circulação viária no interior do entreposto, maior fiscalização sobre entrada e saída de mercadorias e controle sobre a circulação de pessoas na companhia.

Programa de rotulagem

Incentivado pela CEAGESP o programa quer estimular produtores e atacadistas a adotarem rótulos em suas embalagens, com informações sobre datas, local de origem, peso e outros dados. Tudo para dar mais segurança alimentar para os consumidores.

Em parceira com os permissionários, a CEAGESP criou e gerencia o Fundo de Melhorias para viabilizar novas obras em sua unidade da Capital. A aplicação do dinheiro arrecadado é decidida pelos próprios permissionários, que já investiram mais de R\$ 11 milhões nas reformas.

Reforma do Mercado Livre do Produtor

Maior pavilhão da unidade da Capital, o Mercado Livre do Produtor (MLP) passa por obras de recuperação estrutural (pavimentação, limpeza, pintura, impermeabilização, reforma da rede elétrica, etc.). Com recursos próprios, a CEAGESP investiu mais de R\$ 12 milhões na reforma.

Para combater o desperdício, o Banco de Alimentos arrecada frutas, legumes e verduras excedentes da comercialização e destina a pessoas e famílias em estado de vulnerabilidade alimentar.

É assim que a CEAGESP vem se preparando para os novos tempos, investindo em melhorias no abastecimento para levar alimentos mais seguros e saudáveis à mesa do cidadão.

www.ceagesp.gov.br

DA DIA MAIS NOVA!





Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento

Presidente / Mario Maurici de Lima Morais [CEAGESP-SP]

1º Vice-presidente / Antonio Reginaldo Costa Moreira [CEASA-CE]

2º Vice-presidente / Romero Fittipaldi Pontual [CEASA-PE]

3º vice-presidente / Luiz Damaso Gusi [CEASA-PR]

Diretor Norte / Paulo Sérgio Braña Muniz [CEASA-AC]

Vice-diretor Norte / Marco Antônio Soares Rapozo [CEASA-PA]

Diretor Nordeste / José Tavares Sobrinho [CEASA-PB]

Vice-diretor Nordeste / Marco Aurélio Casé [CEASA DE CARUARU-PE]

Diretor Sul / Paulino Olivo Donatti [CEASA-RS]

Vice-diretor Sul / Felício Francisco Silveira [CEASA-SC]

Diretor Sudeste / Leonardo Penna de Lima Brandão [CEASA-RJ]

Vice-diretor Sudeste / José Paulo Viçosi [CEASA-ES]

Diretor Centro-Oeste / Wilder da Silva Santos [CEASA-DF]

Vice-diretor Centro-Oeste / Edvaldo Crispim da Silva [CEASA-GO]

Secretário Executivo / José Amaro Guimarães Moreira

Vice-presidente FLAMA / Antonio Costa Moreira [CEASA-CE]

CONSELHO FISCAL TITULAR

Vinícius Petrônio Ferraz [FERBRAZ]
Hélio Tomaz Rocha [CRAISA CEASA SANTO ANDRÉ]
Mario Dino Gadioli [CEASA DE CAMPINAS]

CONSELHO FISCAL SUPLENTE

Marcos Lima [сеаsа-мд] Rodrigo Soares Gaia [сеаsа-аL] Francisco Estrela Abrantes [сеаsа маганнао со-ногтігги́ті]

COORDENAÇÃO EDITORIAL Eduardo Luiz Correia

JORNALISTAS

Carlos Dusse, Eduardo Ritschel, Eduardo Luiz Correia, Glória Varela, Inácio Shibata, Luciano Somenzari, Matheus Feitoza

ABRACEN

SGAS, Quadra 901, Bloco A, Lote 69 – Ed. CONAB – Sala 101 B – Cep 70390-010 Telefone 61 3312-6237 – www.abracen.org.br – Responsável: Jusmar Chaves

PUBLICIDADE:

Dínventar Comunicação e Marketing - (31) 9181-1711

WUWM - World Union of Wholesale Markets: wuwm.org

Flama – Federación Latinoamericana de mercados de Abastecimento



Direção Executiva: Flávia Soledade
Edição: Glória Varela - Mtb 2111
Revisão: Fátima Loppi
Edição Gráfica: Cláudia Barcellos / Grupo de Design Gráfico
Foto capa: Rodrigo Villalba
Periodicidade: Trimestral
Fotolito Impressão: Rd Gráfica
Distribuição: nacional
Tiragem: 15.000 unidades

ATENDIMENTO AO LEITOR: atendimento@decifratvweb.com.br

A revista Abastecer Brasil não se responsabiliza pelo conteúdo dos anúncios e artigos assinados. As pessoas que não constam do expediente não têm autorização para falar em nome da Revista Abastecer Brasil ou de retirar qualquer tipo de material se não tiverem em seu poder autorização formal da direção-executiva constante do expediente.



√ com muita satisfação que apresentamos mais uma edição da Abastecer Brasil, a nº 13. Na perspectiva de divulgar boas práticas, experiências bem sucedidas e apresentar uma base de subsídios para discutirmos pontos fundamentais para nossa missão, a revista vem com uma série de reportagens e artigos que dão uma ideia da complexidade que é levar alimentos in natura de qualidade e com segurança para a população do Brasil. Para tanto, a questão da modernização, em seu mais amplo sentido, é transversal ao longo dos textos. Ela está presente na entrevista sobre o novo entreposto de Londres, na Inglaterra, o New Spitalfields Market, que, como aqui no Brasil, também sofre com a grande concorrência dos grandes supermercados, como ainda na panorâmica matéria da CEASA de Campinas ou na de Minas Gerais.

O tema da modernização está ainda na continuidade da abordagem do Plano Nacional de Abastecimento e na do projeto de lei 174, os quais, respectivamente, tratam do estabelecimento de mecanismos de atualização e melhorias para o setor e o desenvolvimento de um padrão regulamentar para as centrais de abastecimento. Assuntos cada vez mais relevantes levando-se em consideração o alerta de Paulo Protasio, da Sociedade Nacional de Agricultura, que aponta a discrepância entre a curva estatística da produção de alimentos e a de logística de seu escoamento para chegar com qualidade e segurança à mesa do cidadão brasileiro. E também há vários aspectos a serem comemorados no abastecimento. Caso do mercado brasileiro de flores, com o expressivo crescimento entre 10 a 15% ao ano, registrado na última década. Graças, entre outros fatores, ao aumento do poder aquisitivo da população, a comercialização de flores e plantas deixou de ser "um luxo para poucos" nas palavras de Kees Schoenmaker, presidente do Ibraflor – Instituto Brasileiro de Floricultura.

Outro caso de sucesso abordado nesta edição é o da produção de frutas brasileiras, uma das principais do mundo, e, por outro lado, também como se dá o processo de importação, cujo crescimento neste ano, em relação ao ano passado, deverá ultrapassar a marca dos 26%.

Registre-se ainda a participação da delegação brasileira no mais recente encontro da WUWM — World Union of Wholesale Markets, em Santiago, no Chile. Com a delegação capitaneada pela Abracen, o Brasil esteve representado por 12 centrais de abastecimento de nove estados. Temas fundamentais foram discutidos como rastreabilidade dos alimentos, boas práticas de gerenciamento e monitoramento de mercados, entre outros.

E é com esse mesmo espírito que faremos a próxima reunião da Abracen, em Campinas (SP), no início de dezembro, cujo tema principal de discussão será a elaboração de um manual de boas práticas nas centrais de abastecimento.

Boa leitura.

Mário Maurici de Lima Morais Presidente da CEAGESP e da Abracen





Dinamismo nas comunicações

Com os recursos da tecnologia, falar com a Abracen está mais fácil e mais rápido.

De cara nova, o site www.abracen.com.br abre espaço para as principais notícias das Ceasas de todo o País. A navegação está mais simples e dinâmica. Lá pode ser acessada, também, a versão digital da revista Abastecer Brasil, inclusive de edições anteriores.

No facebook, a fan page, (www.facebook.com/abracen) lançada recentemente, já conta com quase 400 seguidores. O conteúdo é atualizado diariamente – tudo sobre os eventos da instituição e outras atividades de interesse do setor hortifrutigranjeiro.

Informação rápida e direta. A Abracen chegou também ao twitter para estreitar a relação com as Centrais de Abastecimento e com o consumidor. Siga @abracenweb.

Além do endereço atendimento@decifratvweb. com.br, o público tem agora mais um canal de comunicação. Quer sugerir uma reportagem ou um artigo para a Abastecer Brasil? Escreva para pautaabastecer@decifratvweb.com.br. Sua crítica, seu comentário, sua sugestão, são muito bem-vindos.



28º CONGRESSO E FEIRA SUPERMERCADISTA E DA PANIFICAÇÃO

RELACIONAMENTO,

a base para bons negócios.

A SUPERMINAS atrai as principais lideranças para você fazer bons negócios.





A ERA DO
RELACIONAMENTO

Consulte nossa área comercial: **Tel.: 31 - 2122.0526** e-mail: comercial@amis.org.br





FRUTAS

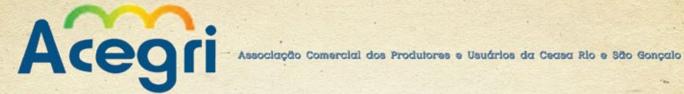


GRUPO VAL INAUGURA SUA NOVA LOJA DA REDE EM MINAS

VAL -

Para garantir o sabor de fruta fresca até sua mesa, a Val Frutas vem transformando e padronizando suas lojas com um novo conceito. Sua nova loja foi recentemente inaugurada em Contagem, Ceasaminas e em breve aderindo ao novo padrão a reinauguração da loja na Ceagesp, uma das majores do Brasil.





Desde 1976 cuidando dos interesses dos produtores e usuários da Ceasa-R.]



A Ceasa do Rio de Janeiro é a segunda maior central de abastecimento da América Latina. Há 36 anos lutando pela eficiência em seus processos, a Associação Comercial dos Produtores e Usuários da Ceasa Rio (ACEGRI) vem garantindo hortifrutigranjeiros de qualidade na mesa do consumidor fluminense e mais saúde para toda a população do estado.

Avenida Brasil, 19.001 – Pavilhão 43 – Cabeceira Sul, Irajá, Rio de Janeiro www.acegri.com.br _

SUMÁRIO

entrevistas

Adoniram Sanchez O direito fundamental de não sentir fome	• 0
Nigel Shepherd A modernidade do entreposto de Londres	• 0

matérias

<i>Transportes</i> Qual o melhor caminho para a produção	
brasileira?	• 0
Marco legal Plano Nacional de Abastecimento e PL 174	
buscam melhorias para o setor	• 0
Tendências CEASAs devem adaptar-se para não perder	
espaço no mercado atacadista	• 0
Capa Mercado de flores no Brasil cresce de 10 a 15% por ano	• 0
Embalagens Centrais buscam mecanismos de padronização	• 40
Ceasa Destaque Campinas investe em tecnologia	• 0
Desembaraço alfandegário O desafio de atuar com	
importação e exportação de frutas	• 0
<i>Técnicos Experientes</i> Henrique Dourado, experiência a	
serviço da modernização	• 0
Mercados atacadistas Brasileiros no congresso da WUWN	• 0
Painel Abracen moderniza canais de comunicação	• 0
História Ceagesp Do mercado da Cantareira para a Vila	
Leopoldina	• 0

artigos

Altivo Almeida Cunha CEASAs e circuitos curtos	• 0
Gerson Madruga da Silva FLV Mais saúde para a população	• 0



EMBALAGENS



CEASA DESTAQUE



DESEMBARAÇO ALFANDEGÁRIO



MERCADOS ATACADISTAS



O DIREITO FUNDAMENTAL DE NAO SOFRER FOME

Vinculação da agricultura familiar com programas de alimentação escolar é considerada uma política versátil e dinâmica

POR GLÓRIA VARELA

▼ ntre os valores defendidos pela Associação Brasileira de Centrais de Abastecimento (Abracen) e por suas filiadas está o fomento à segurança alimentar e nutricional. O assunto está ligado também à missão da instituição, de colocar no mercado alimentos de boa qualidade e incentivar atividades para o desenvolvimento de uma Política Nacional de Abastecimento. O compromisso com a responsabilidade social e ambiental levou a Abracen a adotar em seu planejamento estratégico diretrizes de sustentabilidade, que são concretizadas por meio de programas sociais em funcionamento nos diversos entrepostos brasileiros. Dentre eles, destaca-se o Banco de Alimentos, que garante o acesso de milhares de brasileiros à alimentação, por meio de doações de produtores e permissionários das Ceasas.

Atenta ao debate sobre o tema, a Abastecer Brasil entrevistou Adoniram Sanches Peraci - Oficial de Políticas para América Latina e Caribe da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO). Agrônomo, Adoniram exerceu o cargo de secretário nacional da Agricultura Familiar, do Ministério do Desenvolvimento Agrário - Brasil, de 2006 a 2010.

▲ A Cúpula Mundial de Alimentação, organizada pela FAO, publicou a Declaração de Roma, em novembro de 1996. O documento foi assinado por 126 paísesmembros, que se comprometeram a reduzir à metade

o número de pessoas atingidas pela fome, até 2015. Na época, 1/6 da população mundial sofria o flagelo da fome. Desde então, o que foi feito para atingir esse objetivo? Qual é o quadro atual?

Houve avanços significativos na redução do contingente de pessoas que passam fome. Em nível mundial, o número foi reduzido para 1/8 da população - aproximadamente 628 milhões de pessoas. Especificamente na América Latina e no Caribe, avançou-se mais ainda: 1/12 – cerca de 47 milhões de pessoas. Porém, em pleno século 21 e com tantas facilidades tecnológicas, o número aceitável sempre será zero.

É interessante entender o motivo pelo qual alguns países impulsionaram a meta de redução pela metade, mesmo antes de 2015, mostrando um vigoroso sistema que vincula os saldos positivos do crescimento econômico com um sistema de políticas socioeconômicas, como a melhoria do salário mínimo (e todos os benefícios que isso acarreta – férias remuneradas, sistema de acesso à saúde, capacitação etc.); criação e fortalecimento dos sistemas de transferência condicionada, política que no Brasil chamamos de Bolsa Família, adotada também em outros 18 países na região; fortalecimento dos programas nacionais de alimentação escolar; criação de políticas específicas de apoio à agricultura familiar, entre outras.

Ou seja, os países fazem comparações entre suas políticas e reproduzem as experiências bem-sucedidas.





"A AGRICULTURA FAMILIAR, ESQUECIDA PELAS POLÍTICAS PÚBLICAS DURANTE DÉCADAS, ENTRA AGORA NAS ESTRATÉGIAS DE SEGURANCA ALIMENTAR, PELA SUA VOCAÇÃO PARA A PRODUÇÃO DE ALIMENTOS "

Isso nos traz a esperança de que encontramos alguns caminhos de sucesso e de que poderemos erradicar a pobreza nessa nossa geração, ou chegar muito próximo disso, em 2025.

Outro aspecto importante é que a fome se caracteriza como um problema de acesso aos alimentos pela população mais pobre, já que o mundo produz alimentos para todos. Estima-se que a população mundial siga crescendo até 2050 e, com o padrão de tecnologia atual, podemos afirmar que a produtividade agrícola, principalmente nos países em desenvolvimento, tem muito a aumentar. O mesmo deverá acontecer com o perfil da agricultura familiar mundial que, por muitas décadas, foi esquecida pelas políticas públicas e agora entra nas estratégias de segurança alimentar, pela sua imensa vocação para a produção de alimentos.

≜ A fome é um problema que tende a persistir, ou mesmo aumentar, devido ao crescimento da população. Ao mesmo tempo, é necessário encontrar soluções para a pressão exercida pela produção de alimentos sobre os recursos naturais. Como conciliar esses interesses?

Os números mostram que a fome está reduzindo, mas poderá persistir em países com elevado grau de instabilidade política e econômica. Os países que estabilizaram minimamente suas democracias tratam do tema fome como um problema ético da humanidade.

De fato, é necessário aumentar a produção de alimen-

tos, porém, sem comprometer os recursos naturais, a água principalmente. O que está acontecendo é o aumento da produtividade, sem a necessidade de aumentar a área plantada.

▲ A Alimentação Escolar é um dos seis programas mantidos pelo acordo de Cooperação Internacional Brasil - FAO e governos de países da América Latina e Caribe, no âmbito da luta contra a fome e a pobreza. Por esse programa, a compra e a distribuição de alimentos a estudantes de diferentes níveis de ensino e idades têm uma relação estreita com a agricultura familiar. Quais os benefícios dessa vinculação?

Essa é uma das políticas mais versáteis e dinâmicas que enfrenta a dupla carga da má nutrição: a fome e a obesidade. Com essa política, faz-se a distribuição de alimentos para crianças pobres, que muitas vezes têm nesses produtos a única fonte de alimentação. Em contraposição, a ação possibilita a educação de crianças que estão com sobrepeso ou obesas, por meio da formação de hábitos alimentares saudáveis. Países que superam a fome entram em outro problema, a obesidade. Isso se deve ao estilo de vida atual, no qual as pessoas estão, cada vez mais, comendo alimentos processados com elevada quantidade de açúcares, sais e gorduras.

A escola, por meio da alimentação, permite discutir esse problema e suas causas, formando crianças com nova cultura alimentar, o que acaba tendo reflexos também



nos hábitos alimentares de sua família. Outro aspecto importante para o qual a Organização Mundial de Saúde (OMS) tem chamado a atenção é que o vínculo positivo das compras públicas da agricultura familiar com os programas de alimentação escolar oferece a possibilidade de fugir da padronização cada vez maior de alimentos processados que inundam o mundo. Ou seja, é uma maneira de resgatar a diversidade de alimentos típicos, que são extremamente importantes tanto nos aspectos nutritivos quanto nos culturais. Temos visto em escolas dos países da bacia Amazônica, por exemplo, a substituição de bolachas, doces e refrigerantes por sucos de frutas tropicais, peixes e outros alimentos regionais.

≜ Os agricultores familiares, de modo geral, não têm know how de distribuição de seus produtos. Qual deve ser o papel das Centrais de Abastecimento para atender às demandas de comercialização da agricultura familiar, tendo em vista o compromisso das Ceasas de colocar no mercado alimentos de boa qualidade?

De maneira impressionante as Centrais de Abastecimento têm se reproduzido ao longo do tempo, se modernizado e sido extremamente importantes para essa discussão de circuitos curtos de produção de alimentos e na definição de políticas de segurança alimentar e nutricional dos municípios médios e grandes. Acredito que essas Centrais ganharão muito mais protagonismo, pois estima-se a tendência de estabilização da população entre 70% e 80%, em 2025. A FAO tem chamado muito a atenção para as estratégias de segurança alimentar com foco nos produtos regionais e frescos. As Centrais constituem o elo necessário e imprescindível entre os agricultores familiares e a população urbana, com a grande vantagem de que aplicam o conceito de democratização do mercado, enfrentando um outro problema, o de concentração do varejo.

Ressalto que todos esses argumentos foram entendidos pelos países que aprovaram o ano de 2014 como o Ano Internacional da Agricultura Familiar, no qual o tema da distribuição de alimentos será abordado em diversos fóruns.

▲ As grandes cadeias de distribuição vinculadas à iniciativa privada têm atuação destacada no mercado de alimentos, principalmente nas cidades de médio e grande porte. A FAO reafirma o direito de todos terem acesso a um alimento seguro e nutritivo e reconhece como fundamental o direito de não sofrer fome. Como agregar os grandes canais de distribuição ao esforço dos

governos dos países latino-americanos por esse direito fundamental?

Depois da crise de 2007 e 2008 nos preços dos alimentos e sua continuidade pela volatilidade dos preços dos mesmos produtos para a próxima década, os governos deram mais atenção às estratégias de segurança alimentar, sobretudo aos importadores de alimentos, repensando as estratégias de circuitos curtos e diversos mecanismos de distribuição, associando e combinando os mecanismos público e privado. Há um consenso sobre a importância dessa combinação de mecanismos, pois o Direito Humano à Alimentação na América Latina e Caribe é caracterizado cada vez mais como um problema de acesso, pois a região é exportadora de alimentos e as pessoas em situação de vulnerabilidade alimentar não têm acesso aos alimentos por falta de renda.

O caso brasileiro é um bom exemplo. O programa Bolsa Família garante a execução desse direito, entregando às mulheres os recursos para a compra de alimentos. E, além disso, há uma imensa e complexa rede de associações e cooperativas de agricultores, Ceasas, varejistas, feiras, supermercados, entre outros, que facilitam esse acesso.

É importante ter em mente que o país que não possui uma boa estratégia de segurança alimentar irá cada vez mais enfrentar obstáculos diversos, inclusive o problema inflacionário na economia.

▲ Qual o impacto de uma política de redução de desperdício, implantada no sistema de abastecimento, no combate à fome?

Essa é outra inovação dos mecanismos público e privado e por meio dos quais as Centrais de Abastecimento ajudam bastante, já que os números de alimentos desperdiçados desde a produção até o consumo, passando pelo processamento, são escandalosos em todo o mundo.

Este ano a FAO publicou um estudo em que mostra o volume global de desperdício de alimentos estimado em 1,6 bilhão de toneladas no "equivalente de produtos primários". O desperdício total de alimentos para a parte comestível desse volume é de 1,3 bilhão de toneladas. Esse desperdício provoca não apenas grandes perdas econômicas, como também graves danos aos recursos naturais, dos quais a humanidade depende para se alimentar.

Com uma diferença interessante entre os países ricos e pobres, os países em desenvolvimento sofrem mais perdas de alimentos durante a fase de produção agrícola, enquanto nas regiões de renda média e alta, o lixo tende a ser maior no âmbito do comércio varejista e no consumo.





31.3394 2647

PAVILHAO H



31.3394-1014

PAVILHÃO L



31.3394-1057

PAVILHÃO N







Atualmente, 58% de toda a produção brasileira é escoada por rodovias. Reduzir essa dependência para 30%, até 2025, é um dos objetivos do Plano Nacional de Logística e Transporte

POR MATHEUS FEITOZA

▼ erenciar um país com uma extensão continental e com peculiaridades geográficas e culturais é um desafio para qualquer gestor público. Distribuir bem as verbas de infraestrutura, fiscalizar a utilização dos recursos e garantir um bom funcionamento das estruturas estatais nem sempre são tarefas fáceis. E quando o assunto é o transporte de cargas, o desafio é ainda maior. No Brasil, é por essas vias que trafegam as riquezas do país - os produtos que gerarão recursos para a economia nacional.

Aumentar continuamente a capacidade de levar os produtos das propriedades rurais até a mesa do consumidor é fundamental para incrementar a participação do Brasil na economia global. Em tempos de fortalecimento dos mercados emergentes, como é o caso dos Brics, grupo do qual o Brasil faz parte, a necessidade de implantação de uma infraestrutura adequada torna-se ainda mais evidente para a garantia de um futuro promissor.

O caso do Brasil é bem peculiar. A concentração dos portos nas regiões Sul e Sudeste é um dos entraves no processo de escoamento da produção nacional. Além disso, o fato de o desenvolvimento estar concentrado nas regiões em torno das capitais dos estados e a negligência com os polos agrícolas do interior do país acentuam ainda mais o problema, principalmente por conta do aumento da produção e do crescimento da economia brasileira.

Em 2013, o Governo Federal realizou leilões para transferência de trechos de rodovias federais à iniciativa privada. O objetivo é diminuir os gargalos do escoamento da produção.

Em setembro deste ano, foi leiloado um trecho da BR-050, que liga o estado de Goiás ao Triângulo Mineiro. Já o trecho da BR-262, que faz a ligação entre o Espírito Santo e Minas Gerais, também ofertado em leilão, não recebeu nenhum lance.

Apesar de ser um passo importante na busca por melhorias no setor de transporte, muitos outros ainda precisam ser dados. Apenas os atrasos na finalização da ferrovia Norte-Sul geram prejuízos anuais de 12 bilhões de reais ao país, segundo estudo da própria Valec, empresa responsável pela obra dessa estrada.

O diretor da Sociedade Nacional de Agricultura, Paulo Protasio é autor de um estudo sobre a situação atual e as perspectivas da infraestrutura de transporte e logística no país. Segundo ele, "existe um paradoxo entre a curva de crescimento da produção agrícola brasileira e a de logística para o seu escoamento. Enquanto a primeira cresce, a segunda decresce". Para Protasio, a acentuada deficiência na estrutura de transporte e armazenamento dos produtos encarece os custos logísticos e afeta, diretamente, a competitividade do produto agrícola brasileiro.

O ESTADO SE MOVIMENTA

No interior das propriedades rurais de todo o país, os produtores contam com uma série de recursos para o incentivo da produção. Em 2013, o Governo Federal lançou o Plano Nacional de Armazenagem para a construção de equipamentos de estocagem da produção. O aporte é de 25 bilhões de reais. A esse plano somam-se outros estímulos à produção como, por exemplo, subsídios em

sementes e financiamentos agrícolas. No entanto, para muitos desses produtores, o problema começa quando o produto ultrapassa a porteira da fazenda para seguir rumo aos consumidores.

Vitorino Caliman é um pequeno produtor rural de Planaltina, região administrativa do Distrito Federal. Ele reclama da manutenção das rodovias do Centro-Oeste brasileiro. "Um grande problema que enfrentamos é a falta de acostamento nas estradas. Muita coisa já melhorou, mas é preciso muito mais para a gente chegar com o produto nas cidades", afirma Caliman.

Com a intenção de tratar a logística de escoamento da produção de maneira estruturante, o Ministério dos Transportes, em parceria com o Ministério da Defesa, iniciou, em 2006, o Plano Nacional de Logística e Transporte (PNLT), com o objetivo de analisar de forma continuada a infraestrutura de transporte brasileiro. O PNLT propõe a modificação da malha viária brasileira, de forma que o país seja menos dependente do sistema rodoviário nacional.

De acordo com as projeções do PNLT, em 2025 a dependência da matriz brasileira de transporte em relação às rodovias será de 30%. Atualmente, 58% de toda a produção brasileira é escoada por essas estradas. Já o transporte ferroviário crescerá 10%, passando de 25% para 35% da matriz. O crescimento da malha aquaviária será ainda maior, saltando de 13 para 29%. Por fim, o transporte dutoviário passará de 3,6% para 5% e o aéreo, de 0,4% para 1%.

Outro fator a ser considerado e que, à medida que o tempo passa, além dos velhos problemas do setor

de transporte, surgem outros novos. A intensificação do trânsito nas grandes cidades é um deles. A dificuldade para a entrega de produtos na capital federal é o maior entrave vivenciado pelo produtor de hortaliças Willian Florencio. Distribuidor de produtos na Ceasa de Brasília, ele conta que o número de entregas foi reduzido com o passar dos anos, em decorrência do trânsito intenso que já existe nas rodovias e nas cidades do Distrito Federal. "Antigamente a gente fazia cinco ou seis entregas em um só dia. Hoje, não conseguimos fazer, em Brasília, mais de três", conta.

No mesmo rol do lançamento do PNLT, o Governo Federal criou a Empresa de Planejamento e Logística (EPL), responsável por ser a ponte entre o governo e a iniciativa privada nesta nova fase de fortalecimento do setor de transporte nacional. É a EPL a responsável pelas concessões das estradas federais para obras de melhoria e posterior exploração dessas vias pela iniciativa privada. Além disso, a EPL realiza estudos frequentes sobre a logística nacional e propõe melhorias para o setor.

Mas o desafio é grande. Além de ter uma extensão continental, o Brasil possui um padrão complexo de deslocamento e exige uma estrutura de integração logística para escoar a produção de maneira efetiva. De acordo com Paulo Protasio, para o desenvolvimento da malha viária "não será suficiente apenas a promessa de recursos ou a abertura para o setor privado, mas a adoção e incorporação de novos valores que possam atrair um grande volume de capital e iniciativas".

NOVAS PROPOSTAS PARA O SETOR: A INTEGRAÇÃO **COMPETITIVA**

As pesquisas para o melhoramento do setor viário brasileiro convergem para uma conclusão: o Brasil necessita de mecanismos de in-



ALÉM DE TER UMA EXTENSÃO CONTINENTAL, O BRASIL POSSUI UM PADRÃO COMPLEXO DE DESLOCAMENTO E EXIGE UMA ESTRUTURA DE INTEGRAÇÃO LOGÍSTICA PARA ESCOAR A PRODUÇÃO DE MANEIRA EFETIVA.

Paulo Protasio

tegração dos sistemas de transportes, apoiados na intermodalidade. E essa integração precisa levar em conta os critérios microeconômicos dos locais onde a empresa está inserida, evidenciando ainda mais a importância do planejamento no setor.

A interligação dos vários modais se daria nos Centros de Integração Logística (CIL), que serviriam como pontos de inteligência na distribuição dos produtos, o que proporcionaria ganhos de competitividade ao produto nacional. Paulo Protasio aponta a importância do investimento em capacitação profissional para aqueles que irão atuar neste novo cenário: "Desde que iniciou-se a corrida da globalização, atividades de logística empregam cada vez mais pessoas. O sucesso do transporte e das operações logísticas depende, decididamente, da qualidade e da qualificação de seus funcionários".

Uma vez identificados os locais onde serão instalados os CILs, os recursos orcamentários de fomento produtivo municipais, estaduais e federais podem ser aplicados de maneira mais inteligente e efetiva em determinadas regiões, descentralizando os polos nacionais de desenvolvimento. Além disso, entidades estatais como o Ministério dos Transportes e a EPL deverão ter um papel fundamental na regulação desses centros.

Protasio destaca, ainda, o papel das Ceasas neste novo desenho logístico nacional: "As centrais de abastecimento representam verdadeiras plataformas de integração competitiva para o dia de amanhã, com influência direta no futuro do desenvolvimento agrário regional, desde que migrem para esse novo tempo". O novo tempo de que Protasio fala é um período menos focado nos modelos clássicos e físicos de transporte, voltado mais para alternativas inteligentes e integradas de escoamento da produção. A integração dos setores produtivos e de distribuição é a chave para evitar o anunciado colapso no transporte brasileiro e para o aumento da competitividade do produto nacional.



FRUTAS

31. **3394-2031**

PAV. L-Boxes 5/6

Qualidade e preço você tem aqui...

Com uma cobertura grande assim, a gente só podia ir longe

6

A tecnologia LTE 450 MHz da **WxBR** é vencedora do Prêmio Tele. Síntese de Inovação em Comunicações 2013

PRÉMIO INOVAÇÃO EM COMUNICAÇÕES

Vencedor na categoria FORNECEDORES DE PRODUTOS

TORNECEDORES DE PRODUTOS

TORNECEDORES DE PRODUTOS

TORNECEDORES DE PRODUTOS

Para ir longe desse jeito enxergamos além, inovamos e conseguimos um resultado que não é só nosso. Com o apoio do CPqD, fomos pioneiros no desenvolvimento da tecnologia LTE 450 MHz. Oferecemos assim o que há de melhor e mais avançado para atender às demandas da tecnologia 4G e para a cobertura de banda larga sem fio em áreas rurais e suburbanas.

Recursos racionalizados, investimento protegido. É o mercado indo longe também.

WxBR. Indo além.



FORTAL FCFR AS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO FIS A OUFSTA

O Plano Nacional de Abastecimento e o PL 174 buscam mecanismos de atualização e melhorias para o setor

POR MATHEUS FEITOZA

s Centrais de Abastecimento representam um polo agregador de comércio e também de atração de produtores rurais. Por esses ambientes, circula grande parte da produção nacional, no trajeto entre o campo e a mesa do brasileiro. Mais de 18 milhões de toneladas de produtos são comercializados dentro das centrais, o que representa um aporte significativo nas economias locais.

Apesar da importância dessas estruturas no âmbito local e na geração de renda dos brasileiros, as Centrais de Abastecimento ainda carecem de mecanismos de integração nacional para que se fortaleçam e possam trabalhar conjuntamente na distribuição dos produtos alimentícios em todo o território nacional. Além disso, são escassos os incentivos para a criação e a disseminação de novos centros de distribuição em todo o País, o que impulsionaria ainda mais as economias locais.

Atualmente, dois projetos buscam estabelecer mecanismos de atualização e melhorias para o setor de abastecimento no Brasil. Um deles está sendo discutido dentro do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). O outro, no Congresso Nacional.

O primeiro é o Plano Nacional de Abastecimento (PNA), que analisa propostas para um novo modelo de abastecimento para o País, em diversos setores, entre eles o de alimentação. O segundo é o Projeto de Lei 174, que pretende desenvolver um padrão regulamentar para as Centrais de Abastecimento brasileiras.

POLÍTICA DE ABASTECIMENTO

O Governo Federal, com o intuito de instituir uma política de Estado para solucionar os gargalos do abastecimento no Brasil, tomou a iniciativa de propor o debate de um plano nacional para o setor. Surgiu, então, o Plano Nacional de Abastecimento. Para subsidiar a discussão, o governo convidou diversas entidades ligadas a cada um dos setores envolvidos para apresentar propostas concretas para o PNA.

No capítulo referente à alimentação, foram convidados técnicos das Centrais de Abastecimento, da Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO) e da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab). O grupo elaborou uma série de propostas de ações governamentais para a modernização das estruturas de abastecimento e de segurança alimentar no Brasil.

De acordo com o gerente de Modernização do Mercado Hortigranjeiro, da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), Newton Lima, o PNA é um instrumento de Estado e inclui uma política para ultrapassar as esferas governamentais: "O PNA não é simplesmente da Conab ou das Ceasas. Ele engloba tudo. Nasceu para ser uma estratégia de abastecimento para o País", afirma. Newton Júnior foi um dos integrantes do grupo que elaborou as propostas apresentadas ao Ministério da Agricultura.

No âmbito do abastecimento alimentar, o ponto central levantado na proposta é a descentralização do



gerenciamento dos polos de distribuição e a estruturação de melhores mecanismos de comercialização e abastecimento de alimentos, o que favorece produtores e consumidores. Porém, o PNA propõe a criação de um órgão capaz de articular as ações das Centrais de Abastecimento e criar diretrizes no âmbito nacional.

Outra estratégia abordada no PNA é o trabalho de conscientização dos produtores e distribuidores de alimentos para conseguir melhor valor agregado para os produtos. Segundo Newton Júnior, o PNA oficializa o protagonismo das Ceasas no trabalho de conscientização de todos os atores das cadeias produtivas. "As Ceasas têm que fazer um trabalho extra-muros. Devem considerar todo o processo que existe desde a saída do produto da propriedade agrícola até chegar ao consumidor. Elas têm técnicos que conhecem o mercado, conhecem os produtores e podem fazer isso com competência", garante o gerente da Conab.

No final de 2012, o Ministério da Agricultura instituiu um grupo de trabalho para dar prosseguimento à execução do PNA, em conjunto com o projeto de abastecimento alimentar do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional. Atualmente, o grupo trabalha na busca por estratégias de implementação do plano, seja por meio de políticas públicas, seja por meio de projeto de lei a ser apresentado ao Congresso Nacional.

Durante um encontro realizado na Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (Abracen), o secretário de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo do Ministério da Agricultura, Caio Rocha, destacou a importância do PNA. "O plano é uma forma de promover o fortalecimento das Ceasas, por meio da regionalização do abastecimento e da comercialização", apontou o secretário.

PL 174 E PLANHORT

O outro projeto em discussão, o Projeto de Lei 174, busca instituir o Plano Nacional de Abastecimento de Hortigranjeiros (PLANHORT). O projeto de lei que tramita na Câmara dos Deputados, em Brasília, propõe estabelecer padrões técnicos para as Centrais de Abastecimento do País.

De autoria do deputado Weliton Prado (PT/MG), o PL 174 pretende estimular a produção e o consumo de hortaliças, frutas, flores, plantas ornamentais e medicinais, entre outros. Busca, também, promover o desenvolvimento e a difusão de técnicas e boas práticas de produção, transporte, embalagem, armazenagem e comercialização dos produtos naturais.

Um dos pontos cruciais do projeto é a construção de novas Centrais de Abastecimento em todo o País, por

AS CEASAS CARECEM DE MECANISMOS DE INTEGRAÇÃO NACIONAL PARA QUE SE FORTALEÇAM E POSSAM TRABALHAR CONJUNTAMENTE NA DISTRIBUIÇÃO DOS PRODUTOS ALIMENTÍCIOS EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL.



meio de parcerias público-privadas. A proposta está em análise na Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural (CAPADR), da Câmara dos Deputados. O relator da proposta, deputado federal Junji Abe (PSD-SP), explica que cada setor terá um papel nesse novo cenário. "O poder público federal, dos estados e dos municípios seriam os responsáveis por proporcionar as áreas adequadas, em locais estratégicos e com acessos rodoviários e ferroviários. A construção das Centrais de Abastecimento, dotadas de equipamentos e instrumentos modernos para que as operações e transações mercantis se efetivem, ficaria a cargo da iniciativa privada", explica

Atualmente, o PL 174 está tramitando na Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural (CAPADR) da Câmara dos Deputados. Mas, por ser um marco regulatório, precisa passar por uma discussão mais consistente.

Entre outras especificações técnicas, o projeto define os seguintes temas: prazos de contratos, previsões de prorrogações, transferências de concessões, indenização para os concessionários em todo o ambiente

concorrencial, questões de formação de pessoal como espaços físicos para a realização de cursos técnicos nas centrais, especialização nas culturas, capacitação profissional, pavilhões de exposições para máquinas e insumos.

Uma vez aprovado na Comissão de Agricultura, o projeto segue para discussão na Comissão de Finanças e Tributação e, posteriormente, para a Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania da Câmara dos Deputados (CCJ). A princípio, o projeto não precisa ser votado no plenário da Câmara dos Deputados. Após a aprovação na CCJ, ele seguirá para o Senado Federal e, caso não sofra alterações, vai direto para a sanção presidencial.

AUDIÊNCIA PÚBLICA DISCUTE O PL 174

O presidente da Abracen, Mário Maurici, participou da audiência pública, realizada no dia 12 de novembro, na Câmara dos Deputados, para discutir o PL 174. Participaram da reunião, convocada pelo relator do projeto na Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural (CAPADR) da Câmara, deputado Junji Abe, todos os segmentos do setor. O encontro serviu para que as entidades apontassem sugestões ao texto em análise na Comissão.

Na audiência, o presidente da Abracen reforçou a importância do projeto de lei para as centrais de abastecimento. "O Planhort é de suma importância para nós, pois, por meio dele, está se construindo um marco legal para o setor. Sempre haverá divergências nas discussões sobre o

projeto, mas o nosso esforço é construir um consenso, ao longo da tramitação do PL", afirmou Maurici.

O presidente cobrou, ainda, um regime especial de compras para as Centrais de Abastecimento, assim como acontece com outras empresas e autarquias federais. "O processo de compra público é lento e acaba tornando-se caro. O agravante é que o custeio desse processo é rateado entre os comerciantes. Um regime especial de compras significaria um avanço para a administração das Ceasas e para a relação entre os administradores e os comerciantes."

Representando o ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, o secretário de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo, Caio Rocha, afirmou que o ministério está acompanhando as discussões. "Nós analisamos todas as sugestões apresentadas, para que o Ministério da Agricultura, como órgão executor do Planhort, possa criar políticas públicas de incentivo ao setor."

O gerente de Modernização do Mercado Hortigranjeiro, da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), Newton Júnior, apoiou o texto do projeto. "A Conab aprova integralmente o PL 174. A instituição participou de todas as fases de elaboração do projeto e vai auxiliar na implementação do Planhort", disse.

O relator Junji Abe pediu mais sugestões às entidades que participaram do encontro, que serão avaliadas e incorporadas ao relatório a ser apresentado na Comissão de Agricultura da Câmara. Segundo ele, a iniciativa será um reforço para que o texto final possa contemplar as expectativas de todos os setores participantes na implementação do Planhort.





CEASAS E CIRCUITOS CURTOS

ALTIVO ALMEIDA CUNHA*

Um fenômeno relativamente recente na história das políticas agrícolas em todo o mundo é a efetivação de programas públicos que enfatizam a dimensão local como geradora de valor para a produção agrícola e para a melhoria do bem-estar dos consumidores.

▼om a crescente valorização, por parte dos consumidores, ∕de produtos saudáveis e de produtos típicos - como uma resposta à massificação alimentar da globalização -, observou-se um consistente comportamento de consumo em que os consumidores diferenciam e premiam os produtos que carregam informações que permitem estabelecer conexões e associações com o local de produção, com os métodos de produção empregados e com as relações sociais envolvidas no processo produtivo.

Nesse sentido, a diferenciação associada ao jargão clássico da "agregação de valor ao produto" passa a ser tratada em uma nova dimensão, ao identificar que essa agregação de valor não está restrita à produção de especiarias ou ao atendimento a nichos de consumidores específicos. Ela pode acontecer também pela valorização de elementos que estão associados ao local, à forma de produção e à identificação dos produtores e técnicas. Trata-se, portanto, da valorização de elementos que distinguem a produção diferenciada do processo de massificação e industrialização alimentar, que já estão "embutidas" nos produtos "tradicionais".

Uma forma de descrever e analisar esses valores locais se dá pela análise dos circuitos de comercialização, como no caso dos "circuitos curtos" ou "cadeias curtas". Na definição da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), "circuitos curtos" são uma forma de comércio baseada na venda direta de produtos frescos ou de safra, que implicam nenhum ou eventualmente só um intermediário entre os produtores e os consumidores.

Esses circuitos são caracterizados por pequena escala produtiva, baixo grau de transformação industrial de seus produtos, além do número reduzido de instâncias comerciais entre o produtor e o consumidor final. Os produtos comercializados têm como característica comum a preservação de elementos que estão associados ao território de origem, às especificidades agroecológicas e às técnicas de produção e transformação que remetem às referências culturais da localidade ou comunidade produtiva (em alguns casos do produtor específico).

O comércio dos produtos locais tem sido crescentemente valorizado pela preferência dos consumidores por produtos autênticos, com sanidade, elevada qualidade e abundância associadas à sazonalidade da produção. Essa preferência dos consumidores cria condições para que alguns produtores rurais aumentem sua renda com a valorização de ativos imateriais como autenticidade, laço social e identificação da origem. O aumento da renda decorre também da economia de gastos em etapas como transporte e armazenagem ou conservação mais elaborada.

As cadeias curtas normalmente se apresentam em três tipos básicos:

- 1) As do tipo face-a-face, caracterizadas pela venda realizada por produtores, ou seus representantes e familiares, diretamente para o consumidor final, como ocorre em feiras livres, vendas em domicílio, vendas na porta da fazenda e em rotas turísticas.
- 2) As de proximidade espacial, associadas a atributos do território produtivo e das características técnicas ligadas à tradição local e à produção artesanal. O comércio se dá mediante algum nível de regulação contratual ou relação de clientela comercial, e caracteriza as vendas a varejistas locais, restaurantes, vendas institucionais como a alimentação escolar, feiras e mercados regionais.
- 3) As de configuração espacialmente estendida, que abrange processos de certificação e indicação geográfica que caracterizam os bens de "comércio justo" (fair trade), produtos orgânicos e os produtos socialmente referenciados (produtos de origem comunitária, da agricultura familiar, de assentamentos e quilombos).

Diversas abordagens de valorização dos atributos locais e modelos de intervenção pública foram desenvolvidas em contextos nacionais que



AS LIMITAÇÕES HISTÓRICAS E INSTITUCIONAIS NÃO CONSTITUEM BARREIRA PARA UMA CONVERSÃO, OU RECONVERSÃO DE PRIORIDADES DAS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO PARA TORNAREM-SE UMA INSTÂNCIA ATIVA DE VALORIZAÇÃO DA DIMENSÃO LOCAL DOS PRODUTOS HORTIGRANIEIROS.

enfatizam aspectos de produção, de impacto ambiental e hábitos alimentares como os programas Foodsheds (EUA), Slow Food (Itália), Alianza Cocinero-Campesino (Peru), Food Miles (Reino Unido).

A definição de "circuitos curtos" aparenta uma contradição com o modelo comercial das Centrais de Abastecimento (CA). De fato, aspectos de especificidade dos produtos hortigranjeiros relacionados com a perecibilidade, a escala produtiva e comercial e os atributos de qualidade suscitam diferentes formatos organizacionais entre agentes econômicos. Esses formatos geralmente envolvem um grande número de intermediários e agentes comerciais.

A questão central é o modo como as Centrais de Abastecimento podem lidar de maneira efetiva e potencializadora da dimensão local do abastecimento, se o seu modelo comercial não prioriza essa dimensão. A essência dessa argumentação é a de que as limitações históricas e institucionais não constituem uma barreira para uma conversão, ou reconversão de prioridades das CA para tornarem-se uma instância ativa de valorização da dimensão local dos produtos hortigranjeiros.

Essa reconversão de posicionamento estratégico é ancorada em alguns elementos favoráveis que permeiam a conduta e os papéis recentes que as principais CA brasileiras têm exercido. O primeiro aspecto positivo é que as CA são agentes operacionais importantes nos sistemas de agricul-

tura de governos locais, nucleando, ainda que de forma assistemática, iniciativas pertinentes às políticas agrícolas estaduais, bem como políticas de segurança alimentar. Um grande mérito e uma vantagem não explorada nesse sentido residem no fato de que as principais CA coletam sistematicamente dados estatísticos sobre quantidade comercializada e origem dos produtos, o que permite identificar os municípios e microrregiões ofertantes, categorizando sua relevância em quantidade de oferta, a diversificação ou especialização de sua pauta comercial e a sazonalidade dessa oferta. Esses tipos de informação têm um valor estratégico significativo, uma vez que os dados do censo agropecuário indicam apenas os locais de produção e os dados das CA captam a origem do fornecimento comercial para os entrepostos atacadistas dos centros urbanos.

Outro dado relevante é o fato de que a pauta dos encontros técnicos da Associação Brasileira de Centrais de Abastecimento (Abracen), e os temas abordados na revista técnica da entidade, nos últimos anos, têm incluído sistematicamente discussões sobre a pertinência de identificar, valorizar e priorizar produtores locais como agentes de fornecimento para con-

Algumas CA de grande porte desenvolvem, em parceria com governos estaduais, programas ou projetos de desenvolvimento pós-colheita em plataformas logísticas perto das áreas de produção. O caso do projeto "Barração do Produtor", em Minas Gerais, é um exemplo referencial desse tipo de iniciativa.

A ideia defendida nessa argumentação é a de que os circuitos curtos, embora possam se estabelecer em modelos de comercialização fora das Centrais de Abastecimento, não são contraditórios ou antagônicos às CA pela questão de escala produtiva e acesso aos mercados. As CA podem estimular e potencializar os quesitos adicionados e valorizados pela dimensão local, orientar sua estruturação e servir posteriormente como canal de comercialização para as produções que atinjam escalas comerciais que visem a maiores mercados.

Para isso, alguns programas e projetos estratégicos devem ser desenvolvidos para incorporar às CA uma função e um papel ativo como promotoras do desenvolvimento rural sustentável. Essas iniciativas devem se desenvolver de forma estimulada em diversos níveis, desde programas que determinem novas diretrizes, bem como projetos ou ações específicas que permitam de forma objetiva e efetiva firmar esse "novo" papel das CA. Isso passa pela sistematização, padronização e difusão das informações coletadas, sua elaboração como informações estratégicas e pela criação de novas normas operacionais, como espaços dedicados a produtos com diferenciação dada por sua territorialidade.

^{*}Agrônomo e Doutor em Economia (Unicamp).



do Walncia, tem rosa, A que sair, oalagens.

a página final da la página

AS **CEASAS** DEV DROES DE CONSUMO

POR GLÓRIA VARELA

Os dados sobre a comercialização nas Ceasas, nos últimos 10 anos, mostram uma relativa estabilidade ou, no máximo, um aumento não muito expressivo no movimento. Em contrapartida, o consumo no Brasil cresceu significativamente no período, devido ao aumento tanto da população como da renda de parcelas da sociedade – principalmente aquela que se beneficia da maior oferta de empregos, do crescimento do Salário Mínimo e dos programas oficiais de transferência de renda. A análise desses dados sugere que as Ceasas estão perdendo espaço no mercado atacadista. Segundo Walter Belik, professor da Unicamp e estudioso do tema, é hora de discutir o modelo das Centrais de Abastecimento, tendo como meta sua renovação.

s Ceasas ainda apresentam, de modo geral, uma estrutura organizacional muito parecida com a Lque possuíam na década de 1970, quando foram criadas. Na época, os supermercados tinham uma presença limitada e as feiras livres, que se abasteciam nas Ceasas, dominavam o varejo de alimentos. Esses fatores ampliavam o horizonte da centrais, mas, desde então, muita coisa mudou.

Segundo Walter Belik, a partir dos anos 70 ocorreram importantes mudanças tributárias na forma de cobrança do ICMS e na legislação trabalhista favorecendo os supermercados. Graças a acordos entre patrões e empregados, os supermercados funcionam, atualmente, no regime de 24 horas e nos fins de semana, uma característica impensável nos anos 70. Com as transformações na tecnologia de informações, os supermercados puderam promover também uma revolução na logística. O antigo modelo organizacional baseado em cadeias locais ou regionais foi deslocado para uma área de atuação mais ampla e formação de grandes redes de distribuição de alimentos.

Outro fator que fortalece a atuação dos supermercados hoje em dia é o encurtamento do circuito entre o produtor e o consumidor (ver artigo na página ...). Com a formação de um quadro de fornecedores, os supermercados conseguem fazer essa ponte com relativa facilidade e ainda manter um estrito controle de qualidade. É o caso, por exemplo, dos produtos frescos, em que a venda ao consumidor é quase imediata.

Todas essas mudanças levaram ao esvaziamento da velha estrutura produtor/atacado/varejo/consumidor. Muita gente chegou a pensar que a função atacadista tinha chegado ao fim, mas esse elo da cadeia permaneceu. "Ao observar outros países, constatamos que o atacado se renovou. No Brasil, os supermercados avançaram e ocuparam um espaço que a eventual modernização poderia garantir às Ceasas", explica Walter Belik.







A TENDÊNCIA DE VIRTUALIZAÇÃO DO FUNCIONAMENTO DAS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO CONTRARIA A COMERCIALIZAÇÃO PRESENCIAL QUE CARACTERIZA O ATUAL MODELO. MAS ESSA MUDANCA SÓ TERÁ ÊXITO SE FOREM IMPLANTADAS MEDIDAS PARA O FORTALECIMENTO DA NORMATIZAÇÃO E CLASSIFICAÇÃO DE PRODUTOS, TAREFA A SER EXECUTADA PELO CONIUNTO DAS CEASAS, OU POR SUA ENTIDADE REPRESENTATIVA, A ABRACEN.

Walter Belik

NOVO PAPEL

Criadas numa época de inflação elevada, quando a palavra "carestia" era um verdadeiro bicho-papão para a sociedade, as Ceasas faziam parte de uma política pública de abastecimento. Foi o período do auge das centrais de abastecimento. Esse canal atacadista, associado às redes públicas de varejo - Cobal e Somar -, dava ao Estado condições de controle de preço, entre outras funções. Agora, com uma situação econômica totalmente diversa, qual será o papel das Ceasas, em termos de política pública?

Como outras pessoas que pesquisam o setor, o professor Walter Belik afirma que as Ceasas, entre outros papéis, podem executar uma política pública de abastecimento, ao fazerem a ponte entre a agricultura familiar e o consumidor, principalmente aquele que não tem acesso fácil a supermercados ou feiras-livres. "O modelo supermercado é para quem chega de carro para fazer compras. Existem supermercados de vizinhança, mas o destaque é o hipermercado. Mas grandes contingentes da população vivem em bairros de periferia, andam de ônibus, e não têm acesso a esse tipo de mercado", lembra o professor.

Há, ainda, outro estrato, que caracteriza uma tendência mundial e que precisa ser atendido. É o público que ocupa o topo da pirâmide social, de renda elevada, interessado em gastronomia ou em uma alimentação diferenciada. Busca produtos de especialidade - orgânicos ou frescos –, e quer garantias sobre a origem do que compra.

Segundo Walter Belik, o papel fundamental das Ceasas está ligado à segurança alimentar, seja ao aproximar o produtor do consumidor, seja ao regular preços. O fato de deter

informações privilegiadas sobre as condições dos diversos mercados dá às centrais de abastecimento mecanismos capazes de sinalizar para o produtor o que ele deve produzir ou em que segmento ele poderá obter mais lucro.

NOVAS TENDÊNCIAS

Uma tendência que já se registra no País está diretamente ligada à abrangência de atuação dos centros atacadistas - nacional, regional ou local. As Ceasas de âmbito nacional podem funcionar como um hub - um ponto irradiador de organização de todo sistema de distribuição. Já a valorização dos entrepostos regionais e locais, por sua vez, daria mais racionalidade ao sistema, aproximando o produtor do consumidor e evitando o "passeio" de produtos, pois o vai e volta obviamente os encarece.

Além da regionalização, outra tendência para o funcionamento das Ceasas é a virtualização. A mudança contraria a comercialização presencial que caracteriza o modelo atual. Mas essa mudança só terá êxito se forem implantadas medidas para o fortalecimento da normatização e classificação de produtos, tarefa a ser executada pelo conjunto das Ceasas, ou por sua entidade representativa, a Abracen, diz Walter Belik. "Quem compra de longe, sem ver o produto, precisa ter a certeza de que a oferta corresponde ao padrão certificado. A confiança é a base do sistema."

Os principais clientes desse modelo seriam os varejistas e as indústrias processadoras – sorvetes, sucos, doces, temperos, entre outros. A virtualização da logística viria



como um desdobramento da comercialização virtual. Com esse modelo, encostar um caminhão em qualquer Ceasa, sem saber de quem vai comprar ou para quem vender, será coisa do passado. As dificuldades e as restrições de trânsito, nas grandes cidades, tornam evidentes os ganhos desse novo modelo, para todos os envolvidos (ver reportagem na página...).

O que é visto hoje como segurança, a venda em dinheiro vivo, muito comum nas centrais de abastecimento de todo o País, tornou-se um elemento de insegurança, pois pode aumentar o risco de assaltos. Virtualizadas, as transações financeiras seriam um elemento real de segurança para os usuários do sistema.

LOCALIZAÇÃO URBANA

Outra tendência de mudança no funcionamento das Ceasas está vinculada à sua localização na zona urbana. Os entrepostos foram instalados em regiões de pouca densidade populacional e constituem um reduto à parte, restrito a atacadistas. A situação hoje, com o crescimento das cidades, é bem diferente. Segundo Walter Belik, as centrais têm agora uma função bem maior do que simplesmente distribuir os alimentos. Como acontece em outras partes do mundo, essas áreas oferecem opções comerciais e, ao mesmo tempo, quase lúdicas, como restaurantes, espaços gourmets, lojas de especialidades, cursos de gastronomia e jardinagem, já que também comercializam plantas, equipamentos e produtos de jardinagem. Têm, enfim, uma nova função na cidade. Um exemplo é a sopa de cebola da Ceagesp, um grande sucesso há algumas décadas, que foi retomada e volta a interessar o público paulista, atraído pelo lazer ou por um varejão noturno.

Essa nova dinâmica exige uma atualização do layout das centrais. A necessidade dessa mudança é reforçada pela modernização de outros setores. "Não existem mais caminhões de 20 ou 25 toneladas, como na década de 70. O transporte de longa distância, hoje, é feito em carretas que não cabem nas plataformas de descarga das Ceasas. E mais: o transbordo da carga para câmaras frias não pode mais ser feito em carrinhos, por carregadores que não têm registro. Ou seja, a readequação do espaço e a integração das Ceasas ao meio urbano ganharam importância e urgência", defende Walter Belik.

FUNÇÃO EDUCATIVA

As alterações no estilo de vida, nos padrões de consumo, na logística financeira e de transporte mudaram o modelo de comercialização e trouxeram para as Ceasas mais uma função. Cabe aos centros de abastecimento a tarefa de explicar aos produtores como acondicionar os produtos, reduzir perdas e operar de forma eficaz. Cabelhes ainda orientar os consumidores, por meio de campanhas de incentivo ao consumo de determinados produtos, por exemplo, sobre a melhor utilização dos produtos de época, receitas mais nutritivas e aproveitamento integral dos alimentos. A conclusão de Walter Belik é que a modernização ampliou o papel das Ceasas, dando-lhes novas e importantes tarefas. ■



ENTREPOSTO DE LONDRES É UM DOS MAIS MODERNOS DO MUNDO



Nigel Shepherd, superintendente do New Spitalfields Market, aponta a concorrência com os grandes supermercados como um dos seus maiores desafios

POR LUCIANO SOMENZARI

New Spitalfields Market, em Londres, é detentor de alguns indicadores que não apenas justificam sua importância entre os entrepostos de alimentos (frutas, legumes e verduras) in natura e de flores da Inglaterra, mas colocam-no entre os mais modernos e bem equipados do mundo. Nem por isso o Spitafields está imune a problemas típicos dos mercados de abastecimento, como em qualquer país no mundo. E, nesse aspecto, o entreposto londrino tem alguns pontos em comum com as Ceasas brasileiras, como a forte concorrência com os gigantes do setor supermercadista.

A história do Spitalfields começou no século XIII, mas ele só obteve os contornos de mercado de alimentos em 1682, quando o rei Carlos II concedeu a um produtor de seda o direito de utilizar o espaço da praça Spital, no leste de Londres, para comercialização de frutas e legumes, às quintas-feiras e aos sábados. Em 1920, a prefeitura londrina adquiriu o controle direto do entreposto, ampliando suas edificações. Como em toda grande metrópole, o crescimento da população tornou o Old Spitalfields Market muito pequeno para atender à demanda e, no início da década de 1990, suas instalações foram transferidas para a região de Leyton, subúrbio da capital britânica, onde foi construído o New Spitalfields Market, especialmente desenhado para esse fim, e próximo às rodovias e outras vias de acesso ao sul da Inglaterra, a portos e aeroportos.

À frente desse complexo de entrepostagem, que ocupa uma área de 13 hectares e ostenta um volume de negócios em torno de R\$ 2,6 bilhões, está o superintendente Nigel Shepherd. Desde 2009 ele se ocupa das principais operações do Spitalfields, auxiliado por Janet Hutchinson, da Spitalfields Market Tenants Association, uma espécie de associação local dos permissionários. Em entrevista à revista Abastecer Brasil, Shepherd contou um pouco sobre o funcionamento do Spitalfields no dia a dia e sobre como se dá o relacionamento com os seus permissionários, lá chamados de "inquilinos". Uma das muitas curiosidades do New Spitalfields é a sua especialização em produtos "exóticos". Cerca de 60% das frutas, legumes e flores comercializados são originários da Ásia, do Caribe, da África



e América do Sul, especialmente de países como Turquia, China e Egito.

▲ Como é o dia a dia do New Spitalfields Market no trabalho de receber e distribuir alimentos frescos e flores da Europa e do resto do mundo?

Nossos alimentos são provenientes de produtores de todo o mundo, direto da fazenda, por meio de uma organização de cooperativas operadas regionalmente ou de agentes intermediários, baseados no Reino Unido ou no estrangeiro (a Holanda, por exemplo, é um centro europeu de oferta de produtos vindos de várias partes do mundo). Os produtos chegam ao nosso mercado por via aérea, depois por caminhão – a partir do aeroporto de Heathrow, em Londres –, e por caminhões frigoríficos vindos do sul da Europa. Já os produtores locais do Reino Unido fazem o transporte em caminhões ou vans, dependendo da quantidade. Os alimentos que chegam da América do

COMO COMERCIALIZAMOS PRODUTOS PERECÍVEIS, A CHAVE PARA UM NEGÓCIO BEM-SUCEDIDO É MINIMIZAR O DESPERDÍCIO E MAXIMIZAR O VOLUME COMERCIALIZADO, A PARTIR DO ESPAÇO EXISTENTE NO MERCADO.

Sul são transportados por navios e depois transferidos por terra, também por caminhões. A distribuição das mercadorias do entreposto de Spitalfields é realizada pelos próprios clientes, que usam transporte próprio, ou pelas empresas de beneficiamento de alimentos que atendem a escolas, hospitais, prisões, hotéis, bares, restaurantes etc. Essa distribuição cobre aproximadamente uma área de 200 quilômetros em torno de Londres.

▲ Qual é o volume de vendas de frutas, verduras, legumes e flores feito no New Spitalfields Market?

É sempre muito difícil quantificar isso, pois nossos comerciantes no entreposto operam como empresas privadas. Também não há nenhuma obrigação por parte da prefeitura de Londres em coletar dados estatísticos. No entanto, estimamos que o volume de negócios gire em torno de £\$ 750.000.000 (cerca de R\$ 2,6 bilhões), correspondentes a cerca de 750 mil toneladas.

≜ Como é a relação do New Spitalfields Market com seus permissionários? Como funcionam, por exemplo, os processos de contrato de locação e que problemas ainda existem nessa área?

A relação entre o Spitalfields e seus inquilinos (permissionários) é amigável e profissional. Trabalhamos em parceria para o bem maior do mercado. Há pontos de desacordo, às vezes, mas trabalhamos juntos de maneira aberta e transparente, consultando-os sempre. Os termos gerais nos contratos de locação dizem que os inquilinos têm prazo de seis anos, com direito à renovação praticamente automática depois que expirar esse tempo, de acordo com a lei (Landlord and Tenant Act). Os inquilinos pagam por todos os custos de funcionamento do mercado, que chamamos taxas de serviço, entre eles o referente ao aluguel, além de pagar a Prefeitura de Londres. A taxa de serviço é proporcional à área ocupada. Os custos para áreas vazias são pagos pela prefeitura, no entanto, os espaços no mercado quase sempre estão 100% ocupados. A municipalidade procura manter os custos sob controle

rigoroso para tornar o valor do espaço comercial competitivo para os comerciantes, na maioria pequenas e médias empresas que sofrem pressão cada vez maior por conta da atual crise econômica. Sempre que possível, os problemas são resolvidos entre as duas partes, usando a consulta e a negociação, dentro da estrutura do contrato de arrendamento.

📤 No Brasil, há vários problemas em relação à oferta de alimentos frescos, muitos deles devido à grande extensão territorial do País. Os vários centros de abastecimento existentes não funcionam de forma integrada, dentro de um sistema nacional de abastecimento, por exemplo. No Reino Unido, existe um sistema nacional de abastecimento que dá as diretrizes para o trabalho dos centros de abastecimento como o Spitalfields Market?

Não existe no Reino Unido nenhuma política de integração dos mercados de alimentos frescos. O comércio no país funciona dentro dos princípios do livre mercado, utilizando a mesma lei da oferta e da demanda do setor privado e operando por intermédio de cadeias de abastecimento dentro desse ambiente econômico.

▲ Na dinâmica de funcionamento do Spitalfields Market, você poderia apontar quais os principais avanços ou benefícios conquistados recentemente?

Especificamente para o Spitalfields Market, como os produtos que comercializamos são perecíveis, a chave para um negócio bem-sucedido é minimizar o desperdício e maximizar o volume comercializado, a partir do espaço existente no mercado. Por isso, recentemente conseguimos ampliar o setor de armazenamento refrigerado e o nosso mezanino, para maximizar o espaço e manter os custos baixos.

▲ Quais foram as grandes dificuldades superadas na comercialização de alimentos frescos no Reino Unido? E quais dificuldades ainda persistem?



Os problemas com o transporte, por exemplo, foram bastante amenizados depois da mudança na localização do nosso entreposto. Com uma posição geográfica melhor, hoje há condições de acesso facilitado para rodovias em todo o Sudeste da Inglaterra, tanto para abastecimento quanto para distribuição.

As dificuldades de fornecimento também têm sido superadas, uma vez que precisamos competir com os grandes supermercados para garantir uma ampla oferta, a despeito do enorme crescimento da indústria de alimentos in natura no Reino Unido. Além disso, conseguimos expandir globalmente a logística de distribuição, permitindo o fornecimento da maioria dos nossos produtos durante os 12 meses do ano.

Também há uma demanda maior por alimentos pouco comuns no nosso país, que os consumidores acabam conhecendo e experimentando nas suas viagens pelo mundo. E o Spitafields Market é o único capaz de atender a esses pedidos. Contudo, algumas dificuldades permanecem, como o desafio de equilibrar a oferta e a demanda diante dos problemas relacionados com o clima, o custo crescente dos transportes, a viabilidade da importação de produtos ou a sua produção no âmbito local, bem como incentivar os agricultores locais a plantarem novas culturas para atender à demanda do público.

▲ Como o senhor avalia o mercado de alimentos frescos no seu país?

Para os custos continuarem competitivos e o negócio dos alimentos frescos permanecer viável, é importante que os mercados mantenham fortes ligações com os fornecedores, tanto no Reino Unido quanto no resto do mundo. Se a produção se tornar demasiadamente escassa, ou muito cara, não será capaz de manter o negócio de forma eficiente e não incentivará os comerciantes a ocuparem espaços disponíveis. O nosso entreposto prospera porque é completo. Com tantas empresas similares operando uma ao lado da outra, o mercado mantém-se competitivo. Os entrepostos são geralmente um barômetro para medir preços, e isso é possível por terem empresas que atuam localmente, por conta da experiência e do conhecimento dos seus negócios, fazendo com que o mercado opere com eficiência.







FLORES E FOLHAGENS

UM MERCADO QUE COMBINA BELEZA, SUAVIDADE E MUITA FORÇA

O crescimento renova as expectativas desse segmento capaz de produzir e faturar mais, além de fixar os trabalhadores no campo

POR EDUARDO RITSCHEL

ão muitos os fatores que podem explicar o forte crescimento, de 10 a 15% por ano, apresentado pelo mercado brasileiro de flores na última década. "O poder aquisitivo mudou muito e as flores e plantas deixaram de ser um luxo para poucos", explica Kees Schoenmaker, presidente do Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor). "Até há algum tempo, encontrar flores e plantas era difícil e os supermercados eram lugares para se comprar apenas comida", completa.

A fotografia do setor, formado por flores de corte e em vaso, plantas verdes, forrações, paisagismo e gramas, mudou, impulsionando essa economia. Se a área de plantação só cresce 2% ao ano, o faturamento salta 12% no mesmo período, demonstrando a eficiência do sistema e a elevação dos preços nos últimos anos.

De acordo com estudo realizado pelo Ibraflor, houve um aumento considerável da qualidade e diversidade dos produtos ofertados ao consumidor, além de ganhos de eficiência na cadeia produtiva, com menor perda no período de frio, maior agilidade logística, mais informações disponíveis nas embalagens e menor diferença de preço entre o produtor e o consumidor.

Com todas essas mudanças, os produtos estão mais próximos do consumidor. São encontrados, agora, em larga escala em floriculturas, supermercados, garden centers e quiosques, e amplamente requisitados também por decoradores.

No Brasil, são cerca de 7.600 produtores, atuando numa área de 11.800 hectares. Mais de 350 espécies são produzidas, com 3 mil variedades. O mercado atacadista de flores do País conta com mais de 60 centrais e 600 empresas. "As plantas agregam valor comercial ao imóvel", explica Carlos Alberto Pitolli, permissionário em um dos maiores mercados permanentes de flores e plantas da América Latina, a Ceasa Campinas. O entreposto é responsável pela distribuição de 40% das flores e plantas ornamentais do setor atacadista do País.

O Sudeste é a principal região produtora. São Paulo reúne 30% dos produtores nacionais e 36,4% do faturamento, com destaque para as cidades de Holambra, Atibaia, Jarina,

Registro e Limeira. O Mercado de Flores da Ceasa Campinas, inaugurado em 1995, é o grande centro de distribuição dessa produção. Ocupa uma área de 100 mil metros quadrados, com um movimento de 6 mil toneladas de mercadorias por mês, algo em torno de R\$ 10 milhões mensais.

São mais de 20 mil itens de flores cortadas e em vasos, plantas ornamentais, forrações, mudas diversas e frutíferas, além de outros 5 mil produtos de acessórios para decoração, eventos, paisagismo e acabamento de arranjos e cestas. O espaço tem 504 pontos de venda e cerca de 350 atacadistas que comercializam produtos vindos de quase 70 municípios brasileiros e de outros países, como Colômbia e Equador. É o principal espaço de escoamento dos produtores de flores de Atibaia, a 2ª maior região produtora do setor no País.

Se São Paulo lidera na produção e faturamento, o Distrito Federal (DF) é líder no consumo per capita de flores. Cada habitante do Distrito Federal gasta por ano, em média, R\$ 33,70 com flores, o que equivale a um consumo 68,5% maior do que a média nacional. Os dados são da Empresa

de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater). O Distrito Federal tem atualmente mais de 100 produtores de flores, e, segundo a Emater, o mercado cresce cerca de 10% ao ano. Em todo o Distrito Federal existem cerca de 500 hectares utilizados para o cultivo de flores de vaso, flores de corte, plantas ornamentais, flores de corte tropicais, folhagens de corte e grama.

De acordo com a Emater, as flores de corte tropicais são uma especialidade do DF. A produção dessas espécies é praticamente autossuficiente, e parte da produção é vendida para Goiás, Minas Gerais e São Paulo.

OUTROS POLOS

A produção de folhagens de corte, flores e plantas tropicais tem crescido em um ritmo de 9% ao ano no Rio Grande do Norte, sobretudo nos municípios da Grande Natal, o principal polo produtor. A expectativa de crescimento para as plantas tropicais está também associada à realização da Copa do Mundo da FIFA, já que elas são propícias à decoração de ambientes, principalmente em função do volume e maior durabilidade. O evento vai demandar um alto consumo desse tipo de flores para ornamentação de salas de aeroportos, meios de hospedagem, salas VIP, restaurantes e camarotes nos estádios. Estima-se que o consumo deverá crescer cerca de 40% em função dos jogos do mundial.

Outro estado desponta como polo produtor – com média anual de três mil horas de sol, o Ceará tem o ambiente perfeito para o desenvolvimento da floricultura, o que garante uma produtividade de 180 botões de rosas por metro quadrado e colheita em 45 dias. Esse índice é maior do que o observado em países vizinhos e com maior tradição nesse cultivo, como o Equador e a Colômbia.

Com o crescimento da produção, o estado detém o segundo lugar em exportação. De acordo com a Associação dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais do Ceará (Florece), nos últimos anos, as vendas externas aumentaram de US\$ 3,3 milhões para US\$ 5 milhões, o que representou um crescimento de 52%.

As pessoas do Sudeste que foram trabalhar nas produções de soja, milho e algodão, na região Centro-Oeste, também ampliaram a demanda por flores e serviços de paisagismo naquelas fronteiras, realidade percebida na Ceasa Campinas pelo aumento do número de pedidos vindos desse ponto do País.

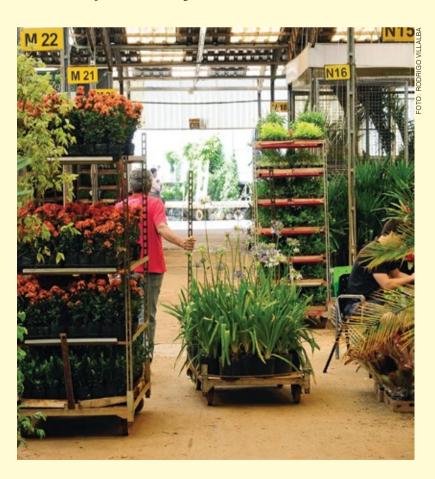
Quem conhece bem a realidade desse mercado é Sônia Yukie Saito, proprietária da Tradeflora, que há 12 anos despacha flores por atacado de Campinas para várias regiões do Brasil. As flores e plantas são entregues

por via aérea ou terrestre, cumprindo as normas de fitossanidade e garantindo agilidade na entrega, um fator crucial no comércio de plantas vivas, pois o tempo é um fator determinante na qualidade e no tempo de vida na prateleira.

"O sucesso dessa atuação está em baixar o peso da mercadoria, pois o frete aumenta o preço em até 10 vezes", explica Sônia. Cada quilo de produto transportado sai por até R\$ 11, mas isso não tem afetado o interesse de clientes do Pará e do Amazonas, por exemplo.

POTENCIAL

Se os números nacionais são bons, o potencial de crescimento da floricultura brasileira é ainda maior. Enquanto nos países europeus consomem-se em média de U\$ 70 a







U\$ 100 per capita por ano, no Brasil esse número é de aproximadamente U\$ 11 (R\$ 23).

Para aproveitar esse potencial, o Brasil tem que superar alguns gargalos. De acordo com o Ibraflor, a legislação fitossanitária, comercial, tributária e produtiva é ultrapassada, ineficiente e onerosa, com interpretação dúbia e com alto grau de risco. Existem poucas ações de marketing com continuidade, há um alto índice de informalidade no setor e o transporte e acondicionamento ainda são deficitários. Um estudo do instituto aponta, ainda, problemas de acesso do consumidor aos produtos e do produtor às novas espécies.

Ana Rita Pires Stenico, gerente do Mercado de Flores da Ceasa Campinas, comenta a importância das campanhas oficiais de incentivo ao consumo de flores para dinamizar esse segmento produtivo. "Elas devem ser realizadas com frequência, a exemplo do que ocorre com as frutas, legumes, verduras e peixes", recomenda.

MÃO DE OBRA

Esse é um capítulo à parte nos problemas enfrentados pelos produtores de flores. Pela delicadeza da atividade, é grande o número de mulheres que trabalham na produção. Dependendo do produto, são empregados até sete funcionários por hectare. O uso intensivo de mão de obra, favorável e benéfico à geração de emprego e renda, pode ser uma dor de cabeça para os produtores. A mão de obra é escassa, disputada pelas indústrias que saíram da Grande São Paulo e seguiram para o interior do estado. Assim, os produtores de flores estão com dificuldade para encontrar trabalhadores e mão de obra especializada. "Muitos não têm sucessores na família, pois os filhos preferem ir para a cidade", explica Ana Rita.

O crescimento da produção de Carlos Alberto Pitolli, que atua com forrações, plantas arbustivas e mudas, está limitada à oferta de mão de obra. "Cerca de 70% da minha produção já está programada para daqui a um ano", explica Pitolli. Em sua mesa de trabalho na Ceasa Campinas, ele quase não recebe pedidos de entrega imediata, a grande maioria é para os próximos meses. "Se houvesse mão de obra disponível, acredito que poderíamos dobrar a produção", informa o produtor, que destaca também a importância de acessar novas tecnologias para mecanizar o processo de produção.

Houve muitos avanços na última década, como o alinhamento das ações entre a Câmara Setorial de Flores do Ministério da Agricultura e o Ibraflor. Os produtores conquistaram maior representatividade perante o Governo Federal, por meio das Câmaras Setoriais, e maior acesso às linhas de crédito para custeio e investimento, com menor custo e maior prazo. O desafio, para os próximos anos, é aproveitar o potencial desse mercado, e fixar mais trabalhadores no campo, com ganhos crescentes para todos os envolvidos.



CONSUMO DE FRUTAS, LEGUMES E VERDURAS

MAIS SAÚDE PARA A POPULAÇÃO

GERSON MADRUGA DA SILVA*



O consumo insuficiente de frutas, legumes e verduras (FLV) é um dos principais fatores de risco de doenças em todo o mundo. Fontes de micronutrientes, de fibras e de outros componentes com propriedades funcionais, esses alimentos são importantes na composição de uma dieta saudável. As FLV também apresentam baixa densidade energética, ou seja, poucas calorias em relação ao volume do alimento consumido, o que favorece a manutenção saudável do peso corporal do ser humano.

s centrais de abastecimento brasileiras desempenham papel importante na comercialização e distribuição de frutas, legumes e verduras, visto que comercializam mais de 18 milhões de toneladas em 72 entrepostos no País. Assim, caracterizam um espaço importante para o desenvolvimento de políticas públicas que visem à educação alimentar e nutricional.

Pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2011) revelam que o consumo médio de frutas, legumes e verduras pela população brasileira é inferior à metade do que recomenda a Organização Mundial da Saúde (OMS) — o ideal é consumir pelo menos 400g/dia. A participação diária de FLV na dieta dos brasileiros atinge 132 gramas e apenas 18% da população brasileira consomem o indicado pela OMS.

Esse cenário, associado ao maior consumo de alimentos industrializados e à baixa prática de atividade física, tem impacto direto na saúde dos brasileiros, contribuindo para o aumento da prevalência de excesso de peso e das Doenças Crônicas Não Transmissíveis (DCNT), principalmente das doenças cardiovasculares, diabetes e alguns tipos de neoplasias.

A pesquisa da Vigilância de Fatores de Risco e Proteção para Doenças Crônicas por Inquérito Telefônico (Vigitel), divulgada em 2012 pelo Ministério da Saúde, revela que 51% da população brasileira está acima do peso e que 17% apresentam obesidade, sinalizando a necessidade de implementar programas e ações de incentivo a uma alimentação saudável.

Baseado nesses dados é que o Ministério da Saúde (MS), Ministério do Desenvolvimento Social (MDS), Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), a Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), o Instituto Brasileiro de Horticultura (IBRAHORT) e a Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (ABRACEN) lançaram, em 2013, a campanha de Incentivo ao Consumo de Frutas, Legumes e Verduras nas CEASAs, que tem por objetivo desenvolver ações de Educação



PESQUISAS DO IBGE REVELAM QUE
O CONSUMO MÉDIO DE FRUTAS,
LEGUMES E VERDURAS PELA
POPULAÇÃO BRASILEIRA É INFERIOR
À METADE RECOMENDADA PELA
ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE.

Gerson Madruga

Alimentar e Nutricional nas CEASAs. A primeira etapa da iniciativa terá foco no público interno dos entrepostos, ou seja, produtores, concessionários e permissionários, enfatizando a importância desses atores na oferta de frutas, legumes e verduras com boa qualidade. O alvo da segunda etapa será o público externo, composto de consumidores que frequentam as centrais de abastecimento, os supermercados e feiras, entre outros estabelecimentos que comercializam frutas, legumes e verduras.

A tarefa de cada "ceaseiro", produtor, atacadista ou comerciante do varejo é apresentar as condições ideais de inocuidade dos alimentos. Para tanto, devem comercializar seus produtos em vasilhames higienizados, com informações de procedência por meio de rotulagem e rastreabilidade, classificação e padronização, monitoramento de agrotóxicos, logística adequada e oferecer embalagens com processamento mínimo dos alimentos, procurando evitar perdas e aumento de resíduos. Além disso, devem destinar o excedente não comercializado aos Bancos de Alimentos, para atender a populações com vulnerabilidade alimentar e nutricional.

Assim, fica evidente a necessidade de políticas públicas e programas de educação nutricional que incentivem o consumo de FLV, afirmando a importância de que as centrais de abastecimento não são apenas ambientes de comercialização, mas também espaços importantes de atenção à saúde pública e à segurança alimentar e nutricional.

^{*} Diretor Técnico Operacional da CEASA do Rio Grande do Sul.



NO DISTRITO FEDERAL, UMA **FORCA-TAREFA PARA** A PADRONIZAÇÃO

O Brasil perde 30% da produção de frutas e hortaliças no caminho entre a colheita e o consumidor. Viabilizar uma estrutura capaz de reduzir esse percentual é uma tarefa das Centrais de Abastecimento ao longo dos próximos anos

POR MATHEUS FEITOZA

esde o início da produção de alimentos, uma série de cuidados precisa ser adotada para garantir um produto saudável e de boa qualidade. Preparação da terra, seleção de sementes, escolha da melhor técnica para o plantio e pessoal capacitado para a colheita são alguns deles. Mas, mesmo com todo esse esforço na fase inicial da produção, se o produto não passar por um adequado processo de embalagem, haverá perda de valor na hora da venda ao consumidor final.

A acomodação de produtos perecíveis como frutas e hortaliças frescas é delicada e exige atenção especial. Atualmente, a maioria das embalagens não cumpre a função de proteger os produtos hortifrutigranjeiros, nem de facilitar a movimentação e a exposição desses alimentos. Se o esforço é para que o produto chegue à distribuição com a mesma qualidade que possuía na hora da colheita, uma nova estrutura de embalagens precisa ser estudada e, posteriormente, implantada em todo o país.

Na busca por um padrão para as embalagens dos produtos alimentícios, a Central de Abastecimento do Distrito Federal - Ceasa/DF, decidiu dar o primeiro passo rumo à melhoria do sistema. Em outubro de



2013, realizou um encontro com a Associação dos Supermercados de Brasília para discutir um plano conjunto de padronização das embalagens, envolvendo produtores e consumidores.

Na reunião, a Ceasa apresentou uma proposta para que os donos de supermercados também aderissem ao projeto de padronização. Os compradores seriam parte integrante desta nova lógica. "Cada vez que o comprador chega à Ceasa com a própria embalagem e o produtor precisa transferir os produtos de caixas, perde-se parte desse produto. Com o projeto, buscamos evitar as perdas desnecessárias", explica Wilder Santos, presidente da Ceasa/DF.

A Ceasa/DF já conta com o Banco de Caixas, mas nem todos os produtores utilizam o serviço. Os permissionários são os que mais buscam o Centro para a higienização das embalagens. "Com esta padronização realizada, vamos integrar também os produtores na utilização do Banco de Caixas", afirma Wilder.

A adequada acomodação dos produtos é crucial no momento da venda ao consumidor final e a busca pela padronização das embalagens é uma tarefa árdua que as Centrais de Abastecimento precisarão enfrentar ao longo dos próximos anos.







CEASA CAMPINAS DE OLHO NO FUTURO

POR EDUARDO RITSCHEL

Um dos maiores centros de distribuição de alimentos e flores do País, com quase 40 anos de história, investe na infraestrutura para dar mais conforto ao seu público: permissionários, produtores e consumidores.

vocação para o crescimento é uma das principais características da Centrais de Abastecimento Lde Campinas, uma empresa da administração indireta da Prefeitura de Campinas, sua maior acionista. Crescer, mantendo a qualidade e a variedade de produtos, é o atual desafio, anunciado pelo presidente Mário Dino Gadioli. Com recursos próprios e de parcerias, a Ceasa Campinas deve investir R\$ 65 milhões, em três anos.

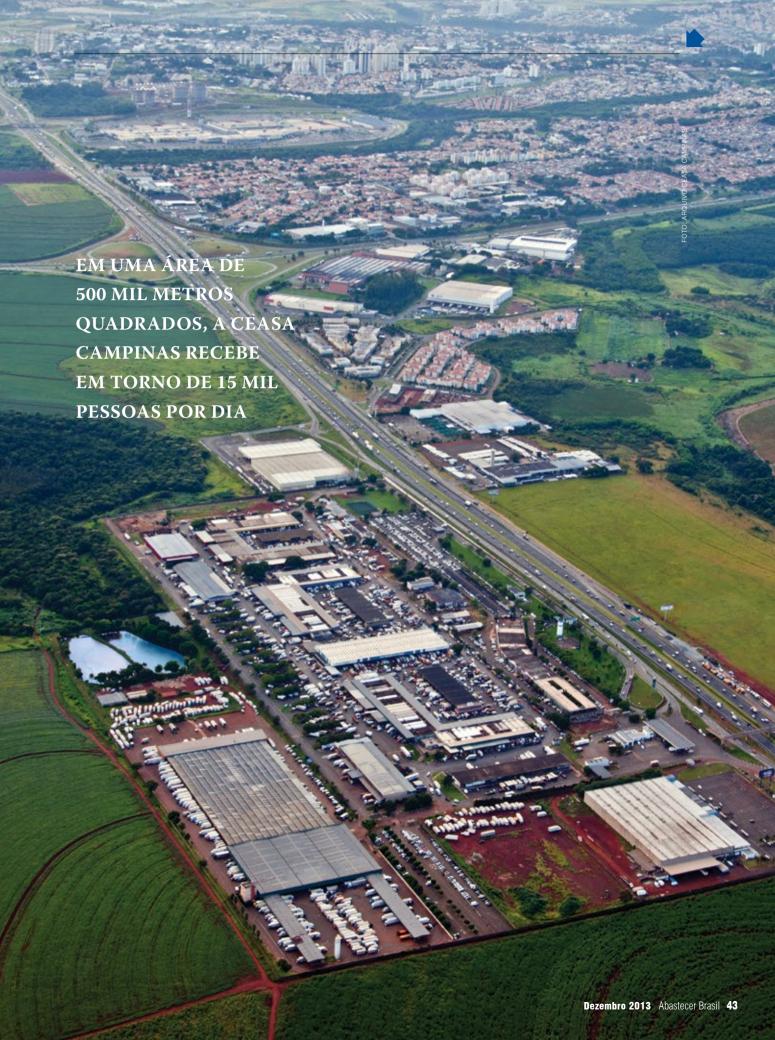
O projeto de modernização visa acompanhar o desenvolvimento do País, de olho no posicionamento estratégico do entreposto, às margens da rodovia D. Pedro I, com acesso às principais estradas interestaduais da região e ao aeroporto de Viracopos, que passa por obras de expansão

para tornar-se um dos maiores terminais do Brasil. "Precisamos acompanhar o ritmo nacional, pois estamos numa região que é um grande polo de desenvolvimento, e seguir na mesma velocidade do crescimento de Viracopos", analisa Gadioli. A empresa pretende, também, manter as ações sociais e de segurança alimentar que já desenvolve, outro de seus pontos fortes.

Entre as benfeitorias projetadas está a construção de duas novas estruturas para carregamento e descarregamento de cargas, para melhorar a logística e o tráfego de veículos do Mercado de Hortifrutigranjeiros. As plataformas logísticas norte e sul serão cobertas, cada uma com uma área de 3.500 metros quadrados, sendo 970 metros quadrados de piso, com capacidade para o trabalho simultâneo de cerca de 140 veículos leves, médios e pesados. A obra vai beneficiar os atacadistas e os clientes da Ceasa, que poderão operar com mais rapidez e conforto.

Nove cancelas eletrônicas já estão em funcionamento nas portarias de entrada e saída de veículos do entreposto. A novidade traz mais segurança e agilidade no acesso dos mais de cinco mil veículos que circulam





diariamente pela Central. "Além de maior conforto para clientes, comerciantes e trabalhadores, a automação é o primeiro passo para aperfeicoar o controle de acesso à Ceasa", explica Gadioli. O que se pretende com o aprimo-

ramento logístico é reduzir as filas de carros e caminhões

Numa segunda etapa, tanto os veículos como o público que frequenta a empresa, inclusive os pedestres, serão cadastrados. Com o software que gerencia as cancelas será possível gerar relatórios sobre o perfil do público do entreposto, com dados como frequência, horários, e tempo de permanência na empresa. A ampliação das informações sobre a circulação no mercado ajudará a Ceasa no planejamento e em diversas outras iniciativas.

Para o presidente da Associação dos Permissionários da Ceasa Campinas (Assoceasa), Marco Adami, investir na melhoria das condições de atendimento é o ponto de partida para ampliar o processo de fidelização dos clientes. "Com mais conforto e tratamento diferenciado, poderemos ampliar o fluxo de todas as classes de clientes interessadas na qualidade e no preço dos produtos oferecidos aqui", explica Adami.

POTÊNCIA

nos horários de pico.

A estrutura que abriga dois mercados – um de hortifrutigranjeiros e outro para flores e plantas ornamentais - reflete a potência da Ceasa Campinas. Os números impressionam: os mercados somam cerca de 1.300 lojas para comercialização (boxes e pedras), onde cerca de 920 permissionários movimentam uma média de 66 mil toneladas de produtos por mês, o equivalente a R\$ 105 milhões mensais. São aproximadamente 5,3 mil empregos diretos e mais de 20 mil indiretos.

Em uma área de 500 mil metros quadrados, a Central recebe em torno de 15 mil pessoas por dia. O estacionamento oferece mais de 3 mil vagas para veículos de passeio e de carga, motos e bicicletas. Na área operacional, a Ceasa Campinas conta com plataformas cobertas para carga e descarga de produtos, áreas de beneficiamento e de depósitos e mais de 100 câmaras frias, com capacidade para conservação de mais de 7 mil toneladas de produtos.

O sistema de vigilância, no regime de 24 horas, mantém o controle das portarias e conta com mais de 60 câmeras de alta tecnologia. Outras instalações e serviços de apoio dão suporte ao funcionamento do mercado: usina geradora de energia elétrica, ambulatório médico, cinco bancos, lojas de insumos e de embalagens, lotérica, banca de jornal, despachantes, seguradoras, escritórios de contabilidade e restaurantes.

O Mercado de Hortigranjeiros da Ceasa Campinas movimenta mais de 60 mil toneladas de frutas, verduras e legumes por mês, o equivalente a cerca de R\$ 95 milhões mensais. São mais de 570 permissionários em cerca de 830 lojas (boxes e pedras) que se destacam por garantir um mix completo do setor de hortaliças e frutas, das comuns às mais exóticas, além de ovos, peixes, grãos, alimentos secos e cereais. Clientes interessados em produtos diferenciados encontram opções como conservas, grande variedade de cogumelos, temperos e pimentas de várias espécies, artigos japoneses, mini-hortifrútis para gastronomia, hortaliças processadas, alimentos exóticos, congelados, entre outros.

A Ceasa Campinas também administra três espaços de varejo. São áreas comerciais próximas dos terminais de ônibus. O Hortoshopping Ouro Verde e o Cury, as maiores, passam por obras de revitalização.

Para facilitar o atendimento a clientes, no Ouro Verde foi aberta, em julho, uma nova unidade do Procon. A





"SITUADA EM UM POLO DE DESENVOLVIMENTO, A CEASA CAMPINAS INVESTE EM TECNOLOGIA PARA ACOMPANHAR O RITMO DE CRESCIMENTO DA REGIÃO."

Mário Gadioli

estrutura está localizada em uma área de 7 mil metros quadrados e coloca à disposição do público 31 lojas e serviços como bancos e postos de atendimento ao cidadão. Pelo local passam mais de 70 mil pessoas por mês. Para o presidente da Associação dos Permissionários do Hortoshopping Ouro Verde, José Carlos Talarico, que representa os comerciantes do local, a revitalização do espaço vai reforçar economicamente a região.

Junto com a Prefeitura de Campinas, também foram iniciadas melhorias no Horto Cury, conhecido como Ceasinha. A ação é uma das etapas das intervenções que serão implantadas para revitalizar o entorno do Terminal Central. A área administrada pela Ceasa nesse terminal tem 3.500 metros quadrados e 52 espaços, ocupados por 25 comerciantes. Mensalmente, passam pelo local cerca de 250 mil pessoas.

VAREJÃO

Em 2013, a Ceasa Campinas inaugurou o Varejão de frutas, legumes, verduras, peixes e frutos do mar (FLVP), que apresenta uma média de público de 5 mil pessoas por feira, realizada sempre aos sábados, das 8h às 13h. A iniciativa visa facilitar o acesso a esses produtos, bem como incentivar a população a comer mais hortifrútis. A diversidade da oferta atrai os clientes: são queijos, conservas, doces de frutas em compota, temperos, pimentas,

cogumelos, aspargos frescos, grãos, água de coco, o tradicional pastel de feira e até frutas menos conhecidas como mangostim, decopom e physalys.

"O principal objetivo do Varejão FLVP da Ceasa é servir de incentivo, ser um propulsor para que as pessoas se alimentem melhor e tenham mais saúde", afirma o presidente Mário Dino Gadioli. Segundo ele, a atividade integra a campanha nacional de incentivo ao consumo de hortifrútis promovida pelas Ceasas do País, em parceria com outros órgãos.

UM POUCO DE HISTÓRIA

Em Campinas, o primeiro comércio público de hortifrútis foi o Mercado Municipal. Criado em 1908, ele funciona até hoje na rua Benjamin Constant, no centro da cidade. Em 1971, foi instalado no Jardim do Lago o Centro de Abastecimento Provisório (Ceab), conhecido como Ceasinha, ponto de comercialização para agricultores e atacadistas.

A Ceasa Campinas foi fundada em 1972 e entrou em operação três anos depois. Em 1989, a Prefeitura passou a ter o controle acionário da empresa. A comercialização de flores, um dos pontos fortes da Ceasa Campinas, começou com uma feira, instalada em 1983. O atual Mercado de Flores foi inaugurado em 1995.



Burá, o carregador artista

Na Ceasa Campinas, dificilmente alguém dirá que conhece o carregador autônomo Claudemir Nunes Domingos. Mas o Burá, apelido de Claudemir, é conhecido pela sua função no mercado e também pelos quadros que pinta. Apreciadores da arte de Burá, muitos colegas de trabalho já compraram seus quadros. Autodidata, o carregador começou a pintar há 10 anos e hoje produz até quatro obras por mês. A reprodução de uma de suas telas ilustrará a logomarca do próximo evento da Abracen, que acontecerá em dezembro, em Campinas.

Espaço aberto para uma forte atuação social

Ceasa Campinas atua como um suporte às políticas sociais e de segurança alimentar do município - uma combinação do trabalho emergencial de distribuição de alimentos com ações de geração de trabalho e de transferência de renda.

Foi a Associação dos Permissionários da Ceasa-Campinas (Assoceasa) que lançou a base de um dos principais projetos sociais que marcam a identidade do entreposto. A ONG Instituto de Solidariedade para Programas de Alimentação (ISA) foi criada e é administrada, desde 1994, pela Assoceasa, com apoio da Ceasa, da Federação das Entidades Assistenciais de Campinas (Feac) e de empresas mantenedoras.

A entidade surgiu para combater a fome e o desperdício, garantindo o aproveitamento do excedente de hortifrútis e incentivando doações por parte dos comerciantes do entreposto. O ISA recebe frutas, verduras e legumes encaminhados pelos permissionários, seleciona, higieniza e distribui os alimentos. São arrecadadas mensalmente uma média de 300 toneladas de hortifrútis, que beneficiam cerca de 100 entidades assistenciais e mais de 12 mil famílias. A entrega dos produtos às famílias é feita diretamente nos bairros de maior vulnerabilidade social da cidade, em mais de 80 de pontos de distribuição.

Outra iniciativa que destaca a atuação social da Ceasa é o Banco Municipal de Alimentos de Campinas, resultado de convênio da Central com a Secretaria Municipal de Cidadania, Assistência e Inclusão Social. Fundado em 2003, o Banco arrecada produtos em eventos esportivos e culturais, em supermercados, empresas e por meio de parcerias. A iniciativa foi selecionada pelo Ministério



do Desenvolvimento Social (MDS). em 2012, para receber verba de R\$ 1,5 milhão, para a construção de uma nova sede. Depois de pronto, o espaço terá 1.300 metros quadrados, quatro vezes mais que a área atual.

O novo prédio visa atender ao incremento das atividades do Banco - a média anual de alimentos distribuídos a entidades e pessoas em situação de risco social passou de 75 mil quilos, entre 2003 e 2004, para quase 2,4 milhões de quilos, em 2012. A nova estrutura contará também com uma cozinha experimental para atividades educativas.

Com a modernização, o Banco de Alimentos de Campinas pode viabilizar o projeto de atuar como órgão de segurança alimentar regional, atendendo também a outros municípios. A instituição realiza palestras e cursos sobre manipulação e aproveitamento integral de alimentos e oferece orientações diretamente às entidades e durante eventos. Esse trabalho conta com parceiros como o Instituto de Tecnologia de Alimentos

(Ital), Sesi, Sesc, Unicamp e Universidade Paulista (Unip).

O Banco tem convênio com a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab). Para incentivar a pequena agricultura, a Conab compra desses produtores e distribui para ações de segurança alimentar em todo o País. Por meio desse acordo, o Banco de Alimentos de Campinas recebe da Conab uma média de 40 toneladas de verduras, legumes e frutas por mês, parte deles orgânicos, produzidos sem agrotóxico.

A Ceasa Campinas também é responsável pela operacionalização do Programa Municipal de Alimentação Escolar, trabalho realizado junto com a Secretaria Municipal de Educação. Na Central funciona o setor que elabora o cardápio, faz a supervisão nas escolas, e encarrega-se da logística, da recepção e do controle de qualidade dos alimentos entregues às escolas.

O modelo da alimentação escolar em Campinas é uma referência nacional em termos de qualidade - já







ganhou o Prêmio Gestor Eficiente da Merenda Escolar – e também por sua iniciativa de apresentar alternativa ao padrão terceirizado, fazendo funcionar a operacionalização numa Central de Abastecimento pública, sem custos administrativos e com foco na segurança alimentar. A Ceasa distribui por dia cerca de 100 toneladas de produtos, que garantem as mais de 230 mil refeições servidas diariamente. O Programa atende em torno de 600 unidades escolares da cidade - municipais e estaduais, salas de educação de jovens e adultos -e entidades assistenciais. A alimentação escolar dá prioridade aos produtos integrais e aos orgânicos. No cardápio não há frituras - nele, as estrelas são a variedade e a grande quantidade de hortifrútis.

RESÍDUOS

A Ceasa Campinas tem um trabalho de Gestão de Resíduos para reaproveitar as mais de 700 toneladas de lixo geradas pelas atividades da Central. A coleta seletiva de materiais recicláveis, como plástico, papel, vidro e metal, é realizada por uma cooperativa, a Unidos na Vitória. A madeira descartada também é recolhida pela Ceasa e aproveitada pelos cooperados. A Cooperativa funciona dentro da Ceasa e garante trabalho e renda a cerca de 20 famílias.

INCLUSÃO DIGITAL

Cursos de informática e acesso à internet são grátis na Ceasa Campinas. No Mercado de Flores funciona o Telecentro Primavera, do Programa Jovem.com, desenvolvido pela Prefeitura de Campinas. A sala, onde jovens monitores ministram cursos e orientam os frequentadores, tem 10 computadores e impressora. Os carregadores da Ceasa começaram este ano um curso para aprender informática e já estão até participando das redes sociais.

FRUTAS SEM FRONTFIRAS

Os desafios de atuar com importação e exportação de frutas passam pelo desembaraço alfandegário

POR EDUARDO RITSCHEL

Brasil figura entre os principais produtores mundiais de frutas, devendo chegar ao final deste ano com uma produção de mais de 44 milhões de toneladas de frutas de clima tropical, subtropical e temperado, recorde que proporciona uma grande diversidade de cores e sabores.

Em contrapartida, apenas de janeiro a agosto deste ano, o Brasil comprou 292 mil toneladas de frutas, 26% a mais que no ano anterior, quando adquiriu 223 mil toneladas. Foram gastos, em termos financeiros, mais de US\$ 300 milhões no período, o que representa alta de 34%.

Nas compras do dia a dia, o consumidor brasileiro tem acesso a uma lista ampla de frutas frescas, que chegam às Ceasas vindas de países vizinhos do sul do continente, da Europa e dos Estados Unidos. As frutas de fora têm que passar obrigatoriamente pela burocracia do desembaraço de importação. Quem conhece bem essa realidade é João Benassi, gestor do Grupo Benassi, na Ceasa Campinas.

Além de produzir, comercializar e exportar o que há de melhor em frutas brasileiras, o Grupo Benassi traz dos Estados Unidos, da Europa e América do Sul produtos criteriosamente selecionados para servir ao mercado nacional. A tradição e perseverança do pai - imigrante italiano que iniciou os negócios da família e dos irmãos Benassi –, foram fundamentais para o sucesso da empresa e conduziram o grupo a uma história de expansões e grandes conquistas.

Chegando aos portos brasileiros por terra ou por mar, as dificuldades na importação de frutas fazem parte da rotina, devidas, em grande medida, à natureza perecível do produto. "O tempo de liberação da carga poderia ser menor", analisa João Benassi. De acordo com o empresário, o maior entrave no Porto de Santos, um dos principais pontos de recebimento de frutas no Brasil, está no entorno do terminal, com seu crônico problema de acesso.

De acordo com o proprietário da Ormac Companhia de Despachos, Ocimar Couto, que atua há mais de 45 anos em Santos, na área de despachos alfandegários, o primeiro passo a ser superado quando o produto chega está na Receita Federal. Ali o despacho é registrado, antes de o produto ser encaminhado para o transporte que vai retirá-lo do porto.

Por meio de um sistema de amostragem, o produto pode receber o sinal verde, e ser liberado em um dia. No caso de receber a cor amarela, o despacho passa por uma verificação documental e o produto pode ser liberado em dois dias. Na cor vermelha, a conferência é física e o tempo de liberação chega a três dias. "Nos últimos 100 despachos, posso dizer que ocorreu sinal amarelo ou vermelho em apenas cinco oportunidades", comemora Ocimar.

Na sequência, o Ministério da Agricultura verifica se o produto está válido para consumo. Para Ocimar, a presença do órgão federal no processo de liberação de produtos perecível é vantajosa.

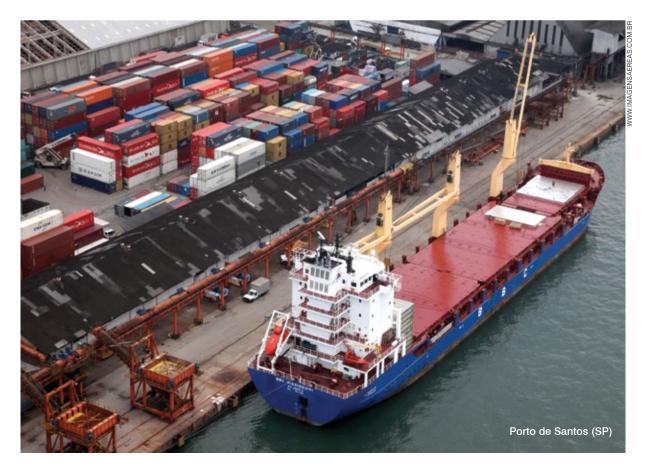
A importadora precisa passar, ainda, pela última etapa da liberação - a validação feita por meio de perícia realizada por empresa especializada. Ela assegura os níveis desejados de qualidade e do aspecto visual para que o produto chegue ao ponto de venda em bom estado. A garantia da qualidade do produto entregue no Brasil é de responsabilidade do produtor da fruta e da empresa transportadora, que recorrem a uma ampla estrutura de frigoríficos, containers de refrigeração e sistemas de monitoramento do produto ao longo de todo o trajeto.



A fruta fresca importada encontra bom mercado como produto de entressafra. "O Brasil importa ameixas, peras e maçãs de fevereiro a junho, vindas da Argentina e do Chile, de caminhão", explica Ocimar. "No segundo semestre, recebemos produtos da Europa. No final do ano, as importações vêm dos Estados Unidos, e chegamos a comprar laranja a preços competitivos na virada do ano, quando é inverno no hemisfério norte e os citricultores precisam esgotar os estoques", completa.

O especialista destacou uma dificuldade adicional em Santos: os serviços portuários são muito caros. Esse terminal é um dos poucos pontos de entrada de frutas no país. Além dele, os produtos chegam ou pelo Porto de Suape (PE), ou Aeroporto de Guarulhos. "Ainda assim, produtos que chegam por avião, como o morango americano, são comercializados no Brasil", informa Ocimar.

Para os distribuidores interessados em comercializar frutas importadas, o primeiro passo é encontrar uma empresa importadora que atua nesse mercado. Caso deseje fazer a importação de forma direta, é necessário conseguir um Registro no Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex).







A QUALIDADE DO PRODUTO IMPORTADO É DE RESPONSABILIDADE DO PRODUTOR E DA EMPRESA TRANSPORTADORA.

EXPORTAÇÃO

Para quem deseja exportar, foi criado em 1998 o Projeto Brazilian Fruit, desenvolvido em parceria do Ibraf com a Agência Brasileira de Promoção de Exportação e Investimentos (Apex-Brasil). O objetivo é promover o aumento das exportações de frutas frescas ou processadas e do número de empresas exportadoras.

O projeto aproxima produtores e agroindústrias de compradores internacionais por meio de ações estratégicas. Dessa forma, apresenta ao mercado mundial a diversidade, a qualidade e o sabor das frutas brasileiras e seus derivados.

Segundo o Ibraf, 31% das frutas frescas e processadas produzidas no Brasil são exportadas para diversas partes do mundo. Desde 2001, as exportações crescem 19,53% a cada ano. Os principais destinos são os países da União Europeia, que absorvem 70% da exportação.

O QUE É DESPACHO ADUANEIRO?

- Para conseguir o desembaraço alfandegário, produtores e exportadores seguem as regras do despacho aduaneiro, processo que tem por finalidade verificar a exatidão dos dados declarados pelo exportador ou importador em relação à mercadoria exportada ou importada, aos documentos apresentados e à legislação vigente, com vistas ao desembaraço.
- O despacho aduaneiro é processado com base em declaração formulada pelo exportador ou importador. Com base nas informações prestadas, são calculados e efetuados os tributos porventura devidos.
- · Como regra geral, o despacho aduaneiro é processado no Sistema Integrado de Comércio Exterior (Siscomex), após o interessado providenciar a sua habilitação para utilizar o Siscomex. (Fonte: Receita Federal)





CEASA MINAS RUMO À MODERNIZAÇ

Projeto de expansão visa transformar a estatal mineira em uma referência mundial do setor atacadista

POR CARLOS DUSSE

dministrar uma Central de Abastecimento exige capacidade técnica, esforço e muita dedicação. O administrador de empresas Henrique Dourado sabia disso quando assumiu a diretoria administrativo-financeira da CeasaMinas, em março de 2012. A importância da tarefa tornava o desafio ainda mais interessante. Desde então, ele tem implantado rotinas de trabalho cujo objetivo é reduzir os gastos, mantendo a qualidade dos serviços.

A ideia é fazer com que os preços praticados estejam dentro da realidade do mercado. Henrique diz que a CeasaMinas tem conseguido bons resultados com essa medida. Outra ação importante, já em fase de implantação, é expandir a CeasaMinas, que, além da unidade de Contagem, mantém entrepostos em Barbacena, Uberlândia, Caratinga, Juiz de Fora e Governador Valadares. O assunto está sendo estudado há pelo menos quatro anos por técnicos da Central de Abastecimento.

Em 2012, a estatal, em parceria com o governo de Minas Gerais, criou um projeto para transformar a CeasaMinas em um food cluster, ou seja, uma referência mundial do setor. "Com a plena expansão do mercado de abastecimento, somos demandados diariamente por fornecedores internos e externos para a realização de novas concessões de áreas. Por isso, a diretoria-executiva da CeasaMinas aprovou o projeto de expansão", diz Henrique.

Foram estabelecidas cinco linhas de ações. Uma delas é a implementação de atividades que se complementam, de forma a integrar as cadeias logísticas de frutas e de vegetais, com processamento de produtos frescos, cadeia do frio e de distribuição de produtos. "O objetivo é dar valor ao mercado tradicional e consolidar nosso crescimento", afirma o diretor.

O incentivo ao consumo de produtos frescos é outra linha de ação do plano de expansão da CeasaMinas. O que se pretende é que novas empresas se instalem no mercado, influenciadas pelo aumento do interesse por produtos saudáveis. Já a implementação da cadeia do frio, também uma linha de ação do projeto, inclui a construção de mais câmaras resfriadoras. "Com essa expansão, os produtos estarão disponíveis durante todo o ano", complementa Henrique Dourado. Também fazem parte do projeto de ampliação da CeasaMinas a implantação de um parque logístico e a redução dos desperdícios de alimentos e insumos na cadeia de produção, de forma a reduzir o impacto ambiental causado pela atividade.

Como parte desse processo de modernização, a CeasaMinas investe na construção de estacionamentos no entreposto de Contagem. Um deles terá 450 vagas para veículos pequenos. O outro ainda está em fase de projeto, mas sabe-se que será inaugurado em 2014. Esse espaço está projetado para ser construído em três pisos, que se destinarão a quem trabalha nas lojas do entreposto. "Pretendemos deixar as vagas próximas aos pavilhões somente para clientes. Essa obra vai resolver o problema de trânsito na Central de Abastecimento", garante Henrique.

O entreposto ganhará outras obras. Uma área para a construção de um novo pavilhão foi licitada em outubro. O pavilhão terá uma área de 5 mil metros quadrados, além de outros 2.500 metros quadrados que devem ser usados como estacionamento.

Outra medida de expansão adotada é a elaboração de pré-projetos para possível implantação de entrepostos na cidade de Ipatinga. Técnicos da estatal estão levantando os custos de construção e a necessidade do mercado



atacadista na região. Assim que for concluído, o estudo será apresentado à diretoria da estatal e, posteriormente, à prefeitura municipal.

ABRACEN

Pensando no futuro não só da CeasaMinas como também de outras centrais de abastecimento, o diretor sugere pequenas, mas importantes, mudanças nas reuniões da Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (Abracen). "Seria relevante fazer reuniões por departamentos. Por exemplo, um encontro para advogados, outro para engenheiros", argumenta.

Para Henrique Dourado, esses encontros criariam oportunidades para apresentação de casos de sucesso, inovações, dificuldades que estão sendo enfrentadas e propostas a serem adotadas de modo a estabelecer um padrão nacional de comportamento nas Ceasas. "Dessa troca de informações, pode sair um melhoramento contínuo dos conhecimentos, o que trará para o sistema uma relação ganha-ganha", finaliza o diretor.

UMA DAS LINHAS DE AÇÃO DO PROJETO DE EXPANSÃO DA CEASAMINAS É A IMPLEMENTAÇÃO DE ATIVIDADES QUE SE COMPLEMENTAM, DE FORMA A INTEGRAR AS CADEIAS LOGÍSTICAS DE FRUTAS E DE VEGETAIS, COM PROCESSAMENTO DE PRODUTOS FRESCOS, CADEIA DO FRIO E DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS.

TEMPO LIVRE

Nos poucos dias de folga, Henrique gosta de ir para a pequena propriedade rural de seu pai, localizada em Senhora do Porto (MG). O diretor, que é pai de um casal de gêmeos de dois anos de idade, aproveita esses momentos para tomar conta de sua criação de gado. Outro hobby de Henrique é vestir o macação e o capacete e percorrer, de moto, as trilhas do interior de Minas. É assim que ele se fortalece para o dia a dia à frente da diretoria administrativo-financeira da CeasaMinas.



Saboroso e nutritivo, o mamão traz benefícios para o organismo do consumidor e é usado também para fins estéticos

POR DANIELA ARARUNA

mamão surgiu na América Latina, provavelmente no sul do México. Muito apreciada pelos indígenas, essa fruta exótica encantou também os colonizadores europeus. O descobridor da América, Cristóvão Colombo, chegou a chamá-la de fruta dos deuses.

Durante a colonização, espanhóis e portugueses levaram o mamão para as Filipinas, para a Índia e para alguns países da África, o que desencadeou o cultivo do mamoeiro, ainda no século XVII, em várias regiões tropicais do mundo. Já no século XX, o mamão papaia foi introduzido nos Estados Unidos. É cultivado principalmente no Havaí, o maior produtor norte--americano da fruta.

O Brasil hoje é o maior produtor e exportador de mamão do mundo. O plantio destaca-se nos estados da Bahia, do Espírito Santo, do Rio Grande do Norte e do Ceará. Prova concreta da disseminação da fruta é que países de diferentes regiões também apresentam uma produção significativa: Nigéria, Índia, México, Indonésia, Etiópia, Congo, Peru, China e Colômbia.

Ouando maduro, o mamão tem a polpa macia e um sabor doce e suave. Além de nutritivo, com elevados teores de vitaminas A e C e de minerais importantes para o organismo, tem propriedades laxativas e calmantes. Os nutrientes dessa fruta fazem dela uma ótima opção para aliviar problemas estomacais e para o bom funcionamento do sistema gástrico, graças à presença da papaína, uma enzina que facilita a digestão e a absorção de nutrientes. Tudo isso faz do mamão uma peça-chave em dietas alimentares, consumida principalmente no desjejum.

Como fonte de saúde, o mamão auxilia nos sintomas da sinusite, re-



duz o colesterol, melhora a estrutura óssea, combate doenças cardíacas e da vesícula biliar, e é considerado um preventivo natural contra o câncer de colo do útero. Se não bastassem todas essas qualidades, o mamão ainda é amplamente usado para fins estéticos, em máscaras faciais, cremes e xampus, tanto em manipulações caseiras como na indústria de cosméticos.

Devido ao crescimento do mercado, vários empresários garantem que os investimentos na produção e comercialização dessa fruta são altamente rentáveis, com retornos crescentes em médio prazo. O comerciante, Aécio Lucas Lacerda, proprietário da GK Distribuidora de Frutas, localizada na CeasaMinas, fez do mamão-papaia e do mamão-formosa o carro-chefe do empreendimento.

Preocupado em oferecer um diferencial nesse mercado, Aécio mantém um parceria com Olival José Covre, proprietário da fazenda Lu-

PRODUTORES E COMERCIANTES PRECISAM QUALIFICAR-SE PARA ATENDER ÀS DEMANDAS DO MERCADO DE MAMÃO, CADA VEZ MAIS EXIGENTE.

ciana, localizada na região do Monte Pascoal, em Itabela, no extremo sul da Bahia. Especializado no cultivo de mamão, Covre emprega técnicas modernas, da separação da semente ao processo de maturação. Além disso, optou pelo uso reduzido de agrotóxicos. O objetivo é evitar que a fruta perca as qualidades vitamínicas e não apresente um amadurecimento precoce.

Graças à tecnologia usada na fazenda Luciana, Aécio Lucas Lacerda qualificou-se para atender à demanda do mercado de mamão, cada vez mais exigente.



RASII | FVA A MAI(CONGRESSO DA WIIWM

Evento realizado de 22 a 25 de outubro, no Chile, teve a participação de mais de 20 países

POR INÁCIO SHIBATA

O Brasil foi o país que levou a maior representação ao 28º Congresso da União Mundial de Mercados Atacadistas (sigla em inglês: WUWM, para World Union of Wholesale Markets), que aconteceu entre os dias 22 e 25 de outubro, em Santiago, capital do Chile. Liderada pelo presidente da Abracen, Mario Maurici de Lima Morais, a delegação brasileira era formada por 25 pessoas, representantes de 12 centrais de abastecimento, de nove estados. O evento contou com delegações de mais de 20 países. O México compareceu com a segunda maior delegação, com 23 integrantes.

ela primeira vez na história da entidade, um brasileiro integra a direção da WUWM, trata-se de João Alberto Paixão Lages, ex-presidente da Abracen. Reuniões como essa servem principalmente para debater temas que são comuns às centrais de abastecimento de todo o mundo. No encontro do Chile, os assuntos abordados referiram-se à rastreabilidade dos alimentos e ao monitoramento, pelas autoridades, de aspectos ligados à saúde. O objetivo final é um só: aumentar a confiança do consumidor em relação aos produtos comercializados nos mercados atacadistas. Entre os produtores e os comerciantes, o desafio, ainda, é buscar oportunidades para atingir o mercado internacional.

Para melhorar a qualidade dos serviços prestados, os participantes também discutiram maneiras de aumentar as boas práticas no gerenciamento de mercados atacadistas. Esse tema será, inclusive, o principal ponto abordado na próxima reunião da Abracen, que acontece em Campinas, São Paulo, no início de dezembro.

No Chile, outros assuntos, como a importância da higienização dos alimentos nos mercados e da segurança alimentar, tiveram destaque em painéis, que contaram com a participação do diretor-técnico da Ceasa Espírito Santo, Carmo Robilotta Zeitune. Além dos painéis, a pauta do evento foi organizada para que houvesse também as tradicionais reuniões regionais, em que representantes de cada continente podem discutir outros problemas comuns aos mercados atacadistas do mundo.

Ainda como parte do evento, delegados dos países participantes puderam realizar visitas técnicas a centros distribuidores, feiras livres e mercados varejistas, como o Mercado Central de Santiago, e ao mercado de Lo Valledor – o maior entreposto da região.

O encontro abriu espaço também para premiações, como a da foto escolhida para o calendário 2014 da WUWM, de autoria da fotógrafa Lílian Uyema, funcionária da Coordenadoria de Comunicação e Marketing da Ceagesp. Lilian foi representada pelo presidente da Companhia, Mario Maurici. Outro prêmio concedido foi o do concurso de excelência em logística, cujo objetivo era divulgar os projetos de distribuição e logística mais bem-sucedidos entre as centrais de abastecimento do





No Chile, a delegação brasileira visitou centrais atacadistas, entre elas o Mercado Central de Santiago



Foto do Mercado Livre do Produtor (MLP), na CEAGESP, escolhida para o calendário de 2014

mundo. O projeto vencedor foi apresentado pelo mercado de Mercazaragoza, da Espanha. Em segundo e terceiro lugares ficaram os mercados de Antioquia, na Colômbia, e de Seul, na Coreia do Sul, respectivamente.

O próximo encontro da WUWM ocorrerá no primeiro semestre de 2014, na cidade de Thessaloniki, na Grécia, entre os dias 14 e 16 de maio. A reunião do segundo semestre será em Londres, Inglaterra, entre os dias 24 e 27 de setembro.

FLAMA

Paralelamente ao congresso da WUWM, houve o encontro dos países participantes da Federação Latino-Americana de Mercados de Abastecimento (Flama), quando foi apresentado o escopo do projeto de rastreamento de todos os mercados atacadistas de frutas, legumes e verduras na América Latina, com o intuito de traçar um diagnóstico da maneira como tais produtos são comercializados nos diferentes países. Esse levantamento já foi feito no Brasil pela Abracen, há cerca de dois anos. O estudo será atualizado e encaminhado à Flama. O atual presidente da Flama é o mexicano Arturo Salvador Fernández Martínez. O Brasil vai pleitear a presidência da entidade nas próximas eleições, que devem ocorrer em 2014. ■



Análise para garantir comercialização de alimentos seguros

A Ceasa Rio de Janeiro formalizou, em novembro, a contratação de serviços para a realização da análise de agrotóxicos nos produtos que são comercializados no entreposto carioca. O contrato, com a duração de um ano e possibilidade de renovação, foi assinado com o Instituto de Controle de Oualidade em Saúde (INC-QS), com a Fiocruz e com a Fundação para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico em Saúde (Fiotec). O objetivo é combater o impacto dos agrotóxicos no ambiente e na saúde do agricultor e do consumidor. A iniciativa faz parte do Fórum Estadual de Combate aos Impactos dos Agrotóxicos (FECIA-RJ), no qual a Ceasa é coordenadora da Comissão Temática de Análise de Rastreabilidade.



A previsão é de que se realizem 240 análises durante o período do contrato, com 12 produtos que ainda serão definidos. A diretoria técnica da Ceasa-RJ, responsável pela elaboração do projeto, destacou que o trabalho poderá se expandir para outras unidades da empresa. Com base nos resultados da análise de resíduos, a Central poderá orientar produtores e permissionários, a fim de garantir a segurança alimentar e o acesso do consumidor a alimentos de boa qualidade.



foto. Acho que Cidinha já mandou a foto (TEM CRÉDITO?????). Luciano mandou a legenda, vou olhar.

Ceagesp recebe prêmio da Associação Brasileira de Automação

A Ceagesp foi uma das vencedoras do XVI Prêmio Automação, promovido pela GS1 Brasil - Associação Brasileira de Automação. O evento, realizado em São Paulo, no dia 7 de novembro, consagrou empresas e profissionais que promovem a automação comercial no País e destacou cases de sucesso em diversos segmentos da economia.

A Ceagesp foi premiada na categoria Frutas, Legumes e Verduras (FLV), devido ao trabalho de orientação nas portarias do entreposto sobre o "Programa de Rotulagem", desenvolvido pela Seção de Gestão de Portarias (SEGOP). Os funcionários do programa foram treinados pelo Centro de Qualidade Hortigranjeira (SECQH). Os vencedores receberam um troféu de reconhecimento pela iniciativa de aprimoramento dos processos de toda a cadeia de abastecimento.

A GS1 tem como objetivo disseminar padrões de identificação, codificação - como o Código de Barras -, por meio de um sistema único e global, em que os dados são utilizados para desenvolver soluções de captação automática de itens e comunicações eletrônicas nos negócios.







raná ar o inha

o de mil

Administração da Ceasa-PR tem novo endereco

A sede da administração estadual da Centrais de Abastecimento do Paraná (Ceasa-PR), vinculada à Secretaria de Estado da Agricultura e do Abastecimento, atende, desde o dia 30 de outubro, na Rua Presidente Carlos Cavalcanti, 747, Cep 80.510-040, no centro de Curitiba. O telefone é (41) 3253-3232.

A estrutura coordena os trabalhos das centrais de abastecimento localizadas em Curitiba, Londrina, Maringá, Cascavel e Foz do Iguaçu. Nesse endereço funcionava anteriormente a Claspar, empresa incorporada em junho de 2012 pela Companhia de Desenvolvimento Agropecuário do Paraná -(Codapar), também vinculada à Secretaria da Agricultura.

ES: 3,7 mil famílias no ES

Cerca de 15 mil pessoas são beneficiadas por alimentos não vendidos - mas que estão próprios para o consumo -, doados por quem diariamente comercializa seus produtos nas Centrais de Abastecimento do Espírito Santo (Ceasa-ES), entreposto de Cariacica. Por meio do programa "Mesa Brasil Sesc/Banco Ceasa-ES de Alimentos", as doações chegam a 3,7 mil famílias.

A reunião em que foram apresentadas as entidades cadastradas no programa, realizada em outubro, contou com a presença do governador Renato Casagrande; do secretário da Agricultura, Enio Bergoli; do presidente da Ceasa, José Paulo Viçosi; de representantes do Sesc/ES, parceiro do programa Mesa Brasil; e das entidades beneficiadas. Todos os participantes visitaram o armazém onde são feitos a seleção e o armazenamento dos alimentos arrecadados antes de serem entregues às famílias.





Qualidade, Sabor, Variedade e Saúde. Selecionamos o melhor para você!

FONE: 31 . 3878-1878 Fax: 31 . 3878-1877 www.globalfrutas.com.br

ROD. BR 040 - Km 688 - PAV. H - Box 26 a 30 - Ceasa Bairro Guanabara - Contagem - MG



DA CANȚAREIRA AO JAGUARE, COM UMA ENCHENTE NO MEIO

POR EDUARDO LUIZ CORREIA

"Faria Lima: Mercado desta vez vai mudar". A declaração do então prefeito, estampada na sensacionalista Última Hora, à página 2 da edição de 9 de março de 1966, decretava o destino do entreposto de abastecimento, o Centro Estadual de Abastecimento (Ceasa) de São Paulo. Prevista para ser realizada desde o início da década de 60, a mudança do entreposto do velho Mercado Central da Cantareira para o local onde se encontra hoje, na Vila Leopoldina, sofreu vários atrasos. Suas obras, iniciadas na gestão do governador Carvalho Pinto, foram concluídas por Adhemar de Barros. O Ceasa foi oficialmente inaugurado durante os festejos de aniversário da cidade de São Paulo, 25 de janeiro de 1966, com a presença de "diversos secretários de estado, 240 prefeitos do Interior, 300 jornalistas e radialistas, representantes de numerosas cooperativas de consumo da capital e do Interior e representantes dos mais variados setores ligados ao problema do abastecimento de gênero alimentício", celebrou o jornal.

inauguração não significou o imediato funcionamento do Ceasa, presidido então por Adhemar de Barros Filho, filho do governador. A área construída comportava, à época, 130 mil metros quadrados (hoje a Ceagesp, que resultou da união do Ceasa e da Companhia de Armazéns Gerais do Estado de São Paulo (Cagesp), tem 271 mil metros quadrados). Já era apontado pela imprensa como um dos maiores entrepostos do mundo, mas apenas os frigoríficos dos setores de pescado e alguns armazéns de produtores estavam prontos.

Outro complicador para o pleno funcionamento estava na resistência ferrenha dos atacadistas, que se recusavam a deixar a zona cerealista da Cantareira para o considerado distante distrito do Jaguaré. "Os comerciantes que há anos estão estabelecidos naquele local não aceitam de maneira nenhuma a mudança para o Jaguaré e estão dispostos a ir até o fim em seus objetivos", dizia a reportagem do Diário da Noite, de 26 de janeiro de 1966.

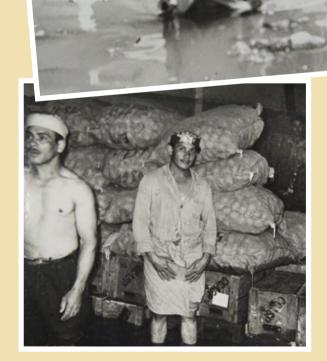
Viria, no entanto, de um verdadeiro dilúvio a gota d'água para a mudança definitiva do entreposto. Pouco mais de dois meses após a cerimônia de inauguração, em marco daquele ano, um enorme temporal assolou São Paulo durante três dias. O saldo da borrasca foi uma das maiores cheias da história da cidade. Por causa de sua geografia, o Mercado Central da Cantareira, na chamada zona cerealista e na várzea do rio Tamanduateí, foi um dos principais pontos atingidos pelas águas. Conforme





noticiou a Última Hora, do lendário e polêmico jornalista Samuel Wainer, "a zona do Mercado continuou, durante o dia de ontem (7 de março), totalmente tomada pelas águas. Vários comerciantes atacadistas da zona, ouvidos pela reportagem, disseram que os prejuízos totalizaram aproximadamente cinco bilhões de cruzeiros". Naqueles dias, São Paulo viveu dias caóticos. A imprensa da época registrou que os trens da Santos-Jundiaí deixaram de trafegar, formaram-se congestionamentos monstruosos em vários bairros, cerca de 40% dos trabalhadores não conseguiram chegar a seus postos de trabalho e a recomendação das autoridades era que fossem evitadas, a todo o custo, as idas ao centro do município.

No dia 8 de março, a Última Hora, fiel ao seu estilo, publicou em manchete de primeira página "a ameaça de colapso no abastecimento". Entre vários problemas enfrentados pelo município, o jornal anunciava que "a população paulistana está ameaçada de um dos maiores dramas de sua história: colapso do abastecimento". A reportagem apontava que as donas de casas estavam estocando alimentos, embora o comércio só tivesse capacidade de fornecimento em curto prazo. "Se perdurar essa corrida, iniciada há dias, os estoques poderão se esgotar rapidamente, pondo a cidade sem cereais, verduras, frutas e outros produtos de primeira necessidade." A solução encontrada pelas autoridades foi transferir, provisoriamente, o comércio atacadista para a região do Pacaembu, e o setor de pescado para a avenida Radial Leste, locais que não













abrigavam quaisquer condições minimamente adequadas para aquele tipo de comércio. Faltavam pontos de energia elétrica, suprimento de água, banheiros.

Diante desse precário cenário foi, então, que o prefeito Faria Lima anunciou a decisão, definitiva, de transferir o entreposto para o Jaguaré. Após sobrevoar de helicóptero a área afetada pela enchente, o prefeito reuniu-se com o governador Adhemar de Barros e representantes dos atacadistas, produtores e feirantes, e quatro medidas foram anunciadas:

- 1. A Prefeitura aceitou o convite do Ceasa para que o comércio atacadista se transfira para os armazéns do Jaguaré, sob direção da municipalidade;
- 2. Foi constituído um grupo de trabalho formado por representantes das várias entidades para, dentro de 21 dias, se manifestarem sobre a forma como deverá se dar a transferência do comércio para o Jaguaré;
- 3. A Prefeitura e o grupo de trabalho estudarão o abastecimento da cidade com a criação de mercados distritais;
- 4. Enquanto o grupo de trabalho do item 2 procede aos estudos, a Secretaria de Abastecimento e o Ceasa, por sua vez, estudarão o processamento da transferência.

A TRANSFERÊNCIA

"Ceasa ganha vida: começou a mudança" - Foi com esse título que o jornal de Wainer, em 12 de março de 1966, reportou sobre o processo de transferência dos mercadistas da Cantareira para o Jaguaré. "Com muita lamentação e muita 'bronca' o comércio atacadista de legumes, frutas e verduras não teve outra saída senão mudar-se, definitivamente, ontem (11/3/1966) para o Jaguaré". A publicação informava, ali, que o governo do estado havia decretado a interdição do mercado central, do entreposto municipal da Cantareira e das instalações provisórias localizadas na praça Charles Muller, no Pacaembu. A medida deveu-se à constatação da Secretaria de Saúde que apontava tais áreas como insalubres, por causa das inundações. Segundo a Última Hora: "A correria ontem foi imensa. Conforme era de se esperar, não foi menor a confusão formada. Apesar de toda a contrariedade, comerciantes e produtores se apressaram ontem em comparecer aos escritórios da administração da Ceasa a fim de garantir seu boxe. 'Ninguém quer saber do Jaguaré – dizia um deles no Pacaembu – mas nada podemos fazer diante da determinação do governo. O jeito é mudar mesmo".



A QUESTÃO LOGÍSTICA FOI BENÉFICA PARA CONSOLIDAR A MUDANCA DA ZONA CEREALISTA PARA A VILA LEOPOLDINA, QUE FICAVA PERTO DAS RODOVIAS RAPOSO TAVARES, ANHANGUERA E FERNÃO DAIS, E NÃO MUITO DISTANTE DA DUTRA.





Para os atacadistas, o maior problema continuava a ser a distância do novo entreposto. A decisão de estabelecer, em definitivo, os comerciantes no Jaguaré foi ratificada alguns dias depois, com o anúncio das conclusões da comissão formada para tratar do assunto. "O Mercado Municipal e o Entreposto da Cantareira serão fixados, definitivamente, nas dependências do Ceasa, no Jaguaré, segundo concluiu a comissão, nomeada pelo prefeito Faria Lima, para tratar do assunto. Os membros do grupo de trabalho reuniram-se, ontem, no gabinete do general Souza de Carvalho, onde o assunto foi estudado."

Cerca de uma semana depois, continuou tumultuado o processo de mudança. Muitos atacadistas retornaram à Cantareira alegando prejuízos nas vendas.

O então presidente do Sindicato do Comércio Varejista dos Mercados, José Dante, disse à Última Hora: "A confusão é geral. Enfrentamos uma situação dramática. Um grupo saiu do Mercado, transferindo-se para o Jaguaré, onde existe enorme desorganização. Outro grupo permaneceu no antigo local, onde há 20 anos trabalham e se julgam com algum direito. Queremos colaborar com as autoridades, mas não podemos suportar prejuízos". Havia, portanto, um temor de que os atacadistas retornassem em peso do Jaguaré para o antigo mercado no Centro, então policiado por cerca de 500 homens da Guarda Civil.

A consolidação do Ceasa no Jaguaré ainda levaria algum tempo, com a acomodação de varejistas no mercado central e os atacadistas no centro da Vila Leopoldina. Chegou-se a cogitar, para o caso dos varejistas, a transferência de seus negócios para as feiras livres. É que, acomodados

em sua maioria na parte superior do mercado central, não foram tão prejudicados pela grande chuva de março. Com o tempo, porém, a situação ajeitou-se com atacadistas no Jaguaré e varejistas na Cantareira. E, em 31 de maio de 1969, o Ceasa fundiu-se oficialmente à Cagesp, dando a fisionomia da atual Ceagesp, uma das maiores centrais de abastecimento do mundo. Uma empresa pública e estatal, de economia mista, que gerencia uma rede de 13 entrepostos atacadistas – 12 espalhados pelo interior do estado – e 19 unidades armazenadoras em atividade.

O veterano atacadista Enio Kiyohara, de hortifrutis, avalia que a mudança para a Vila Leopoldina foi positiva, apesar das dificuldades do início da empresa: "Nenhum ônibus parava aqui perto para não afundar na lama". A questão logística, por fim, foi a mais benéfica: "Aqui significou o encontro de todas as rodovias, pois ficava mais perto da Raposo Tavares, da Fernão Dias, da Anhanguera e não muito distante da própria Dutra". É importante registrar que a família Kiyohara tem lugar importante na história da Ceagesp e do abastecimento no País. Enio é filho de Daijiro Kiyohara, que desembarcou no Brasil aos oito anos, vindo da cidade de Kumamoto, no sul do Japão, em 1929. Daijiro, após trabalhar numa fazenda, abriu nos anos 60 um comércio de tomates no Mercado Municipal da Cantareira e também envolveu-se com a organização e promoção de entidades ligadas à categoria, como a Associação dos Usuários do Entreposto de São Paulo (Assuesp), que depois tornou-se o Sindicato dos Permissionários em Centrais de Abastecimento de São Paulo (Sincaesp).







