

Abastecer

Brasil

Dezembro 2010 | nº 3 | www.abracen.org.br | DISTRIBUIÇÃO GRATUITA



Associação Brasileira dos
Centros de Abastecimento

EM BUSCA DO NOVO CONSUMIDOR



COMO OS SACOLÕES SE RENOVAM PARA SE
APROXIMAR DO CLIENTE E DRIBLAR A CONCORRÊNCIA

GESTÃO AMBIENTAL

ENTREPOSTOS MOSTRAM O QUE
É POSSÍVEL FAZER COM O LIXO

CAPACITAÇÃO

POR QUE APROXIMAR AS
CEASAS DA SALA DE AULA

*Tradição no mercado
de frutas, vinhos e conservas*



www.emporioalianca.com.br



empório
Aliança

Tel.: (31) 3036-8688
Rodovia BR 040, km 688 - Pavilhão 1 - Loja 15
emporioalianca@emporioalianca.com.br

frutas
Aliança

Tel: (31) 3394-1343
Rodovia BR 040, km 688 - Pavilhão N - Box 6
frutasalianca@frutasalianca.com.br

frutas
América

Tel: (31) 3394-3287
Rodovia BR 040, km 688 - Pavilhão M - Box 06 e 07
frutasamerica@frutasamerica.com.br

frutas
Do Valle

Tel: (31) 3394-2886
Rodovia BR 040, km 688 - Pavilhão Q - Box 05
frutasdovalle@frutasdovalle.com.br

EXPEDIENTE



PRESIDENTE DA ABRACEN	João Alberto Paixão Lages (CeasaMinas)
1° VICE-PRESIDENTE	Mário Maurici de Lima Moraes
2° VICE-PRESIDENTE	Domingos Pinheiro Mendes (Ceasa-MA)
3° VICE-PRESIDENTE	Múcio Navarro Ribeiro Dantas (Ceasa-RN)
DIRETOR NORTE/NORDESTE	Romero Pontual (Ceasa-PE)
VICE-DIRETOR NORTE/NORDESTE	Germano de Azevedo Targino (Empasa-PB)
DIRETOR SUDESTE/CENTRO-OESTE	Edvaldo Cardoso de Paula (Ceasa-GO)
VICE-DIRETOR SUDESTE/CENTRO-OESTE	Mário Domingues Ferreira (Ceasa-RJ)
DIRETOR SUL	Nedson Marcondes Karam (Ceasa-PR)
VICE-DIRETOR SUL	Nestor Pistorello (Ceasa-Caxias do Sul)
SECRETÁRIO-EXECUTIVO	José Amaro Guimarães Moreira
CONSELHO FISCAL TITULAR	Marco Aurélio Cazé (Ceasa Caruaru-Ceaca)
CONSELHO FISCAL SUPLENTE	Petrônio José Lima Nogueira (Ceasa Paulo Afonso) José Marcos Velascos (Ceasa Campinas) Euclides Valdomiro Marchi (Ceasa Santo André-Craisa)
COORDENAÇÃO EDITORIAL	Cláudio Fernandes
EDITOR E JORNALISTA RESPONSÁVEL	Verlan Andrade Homem (MG 07.540 JP)
COLABORADOR	Alessandro Conegundes (MG 11.155 JP)
ESTAGIÁRIAS	Ana Flávia Castro Neves / Thais Oliveira / Whirllyeny Vieira

ABRACEN

SGAS, quadra 901, bloco A, lote 69 • Ed. Conab • Sala 101/B • Brasília • DF • CEP: 70390-010

Tel.: 61 3312-6237 • comunicacao@abracen.org.br

Entidade filiada à Federação Latino-Americana de Mercados de Abastecimento (Flama) e à União Mundial de Mercados Atacadistas (WUWM)



DIRETOR-EXECUTIVO	Frederico Bicalho
DIRETOR-EDITORIAL	Christiano Bicalho
DIRETOR DE ARTE	Lucas Godoi
DESIGNER	Daniel Gomes / Mariano Vale / Tatiane Martins
PRODUÇÃO	Débora Silvério
REVISÃO	Alisson Campos / P. S. Lozar
PERIODICIDADE	Trimestral
FOTOLITO E IMPRESSÃO	Rona Editora
DISTRIBUIÇÃO	Nacional
TIRAGEM	15.000 unidades
ATENDIMENTO AO LEITOR	atendimento@ad2editora.com.br

A Revista Abastecer Brasil não se responsabiliza pelo conteúdo dos anúncios e artigos assinados. As pessoas que não constam no 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 do diretor-executivo constante do Expediente.

A Revista Abastecer Brasil é uma publicação da
AD2 Editora Ltda.

Rua Ludgero Dolabela, 1021, 8º andar • Gutierrez • Belo Horizonte • MG
CEP: 30430-130 • Telefax: (31) 3299-5500 • Departamento Comercial: (31) 3347-4774
www.ad2editora.com.br

Compartilhando SOLUÇÕES



“AS CEASAS VÊM SE CONSTITUINDO EM ESPAÇOS REFERENCIAIS [ARA IMPLANTAÇÃO DE POLÍTICAS PÚBLICAS]”

O que define uma central de abastecimento? O comércio atacadista de frutas e hortaliças, além de cereais, industrializados, pescados, flores, entre outros produtos afins. Mas os entrepostos são também lugares onde é possível encontrar os mais diversos serviços, tais como agências bancárias, correios, oficinas, consultórios médicos, casas lotéricas, e até microônibus interno, para citar apenas alguns.

Tudo isso visa a atender públicos que, em alguns casos, superam populações de cidades de pequeno e médio porte. A movimentação anual, por exemplo, do entreposto de Contagem da CeasaMinas, de R\$ 3,4 bilhões, está entre o sétimo e o oitavo Produto Interno Bruto (PIB) do estado, respectivamente de R\$ 4,2 bilhões e R\$ 2,8 bilhões.

A despeito de sua dimensão comercial, entretanto, as Ceasas vêm se constituindo cada vez mais em espaços referenciais para a implantação de políticas públicas. Não por acaso, há grande foco de programas sociais nas áreas de segurança alimentar e inclusão social em vários entrepostos.

Se é evidente o fato de as centrais de abastecimento serem muito mais que espaços meramente comerciais, é inevitável considerarmos sua dimensão urbanística, a qual requer soluções em segurança, trânsito e gestão adequada de resíduos.

Essa dimensão “de cidade”, que caracteriza muitos dos entrepostos brasileiros, serviu como um dos motes da 3ª edição da revista *Abastecer Brasil*. Procuramos compartilhar nesta publicação

algumas das experiências positivas de Ceasas país afora, como uma maneira de auxiliar os demais dirigentes e técnicos do setor.

Queremos convidar cada Ceasa a repensar o modo como vem lidando com essas e outras questões. É certo que um projeto bem sucedido em uma central nem sempre causará resultados eficazes quando aplicado em outra. Afinal, as realidades de nossas centrais de abastecimento são tão disparees quanto o próprio Brasil com suas profundas diferenças regionais.

Mas a integração de ideias sempre é mais fecunda que o isolamento. A própria experiência histórica do abastecimento brasileiro nos ensinou isso. Foi com o Sistema Nacional de Abastecimento (Sinac), extinto em meados dos anos 80, que experimentamos o grande marco de desenvolvimento do setor, justamente pela capacidade do programa em articular diretrizes nacionais para os entrepostos.

Por fim, é dentro do objetivo de compartilhar ideias e promover um novo ciclo de desenvolvimento para o abastecimento, que procuramos elaborar esta 3ª edição da *Abastecer Brasil*. Esperamos que as boas iniciativas mostradas aqui não esgotem o assunto, mas sejam o ponto de partida de ações cada vez mais sustentáveis e criativas.

João Alberto Paixão Lages

Presidente da CeasaMinas e da Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (Abracen)

EVENTOS

2010



WUWM (WWW.WUWM.ORG)



SIFEL 2010

Data: 30/11/2010 a 02/12/2010
Local: Bordeaux / França



3ª CONFERÊNCIA DE MERCADOS ATACADISTAS ÁSIA – PACÍFICO E 4ª AGRO FEIRA DE PRODUTOS CHINESES

Data: 16/12/2010 a 18/12/2010
Local: Wenling / China



SO FRESH

Data: 19/01/2011 a 20/01/2011
Local: Bologna, Itália



FRESHCONEX 2011

Data: 09/02/2011 a 11/02/2011
Local: Berlim, Alemanha



FRUIT LOGISTICA 2011

Data: 09/02/2011 a 11/02/2011
Local: Berlim, Alemanha

ABH ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE HORTICULTURA (WWW.ABHORTICULTURA.COM.BR)



2ª REUNIÃO NACIONAL DA CADEIA PRODUTIVA DE URUCUM

Data: 02/12/2010
Local: Campinas / SP



7º CONGRESSO INTERNACIONAL SOBRE ALIMENTO FUNCIONAL NA PREVENÇÃO E MONITORAMENTO DE DOENÇAS

Data: 03/12/2010 a 04/12/2010
Local: Texas / Estados Unidos

CONAB – COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO (WWW.CONAB.GOV.BR)



23º FENAGRO

Data: 27/11 a 5/12/2010
Local: Parque de Exposições de Salvador/BA

FLAMA - FEDERAÇÃO LATINO AMERICANA DE MERCADOS DE ABASTECIMENTO



ENCONTRO MÉXICO 2010

Data: 01/12/2010 a 5/12/2010
Local: Cidade do México

SUMÁRIO

entrevistas

- Sérgio Lopes* Presidente da Ceasa Rio Branco fala dos planos de expansão da unidade • 08
Torben Flinch "Produtores têm que se tornar mais competitivos," aponta o presidente da WUWM • 14
Nestor Pistorello Como a união de 11 municípios resgatou e tem mantido a Ceasa Caixas do Sul • 36



matérias

- Olhos abertos* Iniciativas que visam a mais segurança em entrepostos que se assemelham a verdadeiras cidades • 10
Carregadores e chapas Lei 12.023/09 abre perspectivas para ampliar formalização do trabalhadores • 16
Campinas Os próximos passos do entreposto que é referência em gestão de resíduos e mercado de flores • 20
Fluxograma Técnicos da Ceasa Minas conduzem guia para orientar sobre alternativas de mercado • 24
Gestão ambiental Como a reciclagem vem beneficiando o cotidiano das Ceasas • 28
Painel Um giro por alguns dos fatos que movimentaram o setor de abastecimento • 32
Rio Grande do Norte Mossoró se prepara para ser a sede da primeira Ceasa do interior • 38
Fruta exótica Blueberry, a fruta da longevidade, começa a despertar interesse no Brasil • 41
Capa Sacolões se reinventam para garantir espaço em meio à concorrência com os supermercados • 44
Do varejão ao happy hour Como as Ceasas podem ser atrativas para o consumidor final • 49
Capacitação Por que é tão importante aproximar as Ceasas do currículo dos cursos técnicos e acadêmicos • 54
Flama Parceiro estratégico na América Latina • 58



artigos

- Gustavo Almeida e Altivo A. Cunha* O Brasil e as referências mundiais do mercado atacadista alimentar • 27
Carmo Robilotta Uma história marcante, não tão recente mas atual! Parte 2 • 35
Ivens Mourão Uma nova concepção de projeto para as Ceasas • 52





UM BOM PROBLEMA A SER RESOLVIDO

Presidente da Ceasa Rio Branco, Sérgio Lopes, prevê obras para novo galpão em 2011

A Ceasa Rio Branco nem sequer completou um ano de existência – foi inaugurada em maio de 2010 – e tem lidado com o que o presidente da estatal, Sérgio Lopes, chama de “bom problema a ser resolvido”: o crescimento da demanda. Segundo Lopes, a situação levou a Prefeitura Municipal e o governo do estado a garantirem os recursos para iniciar, a partir do início de 2011, as obras de preparação da área que receberá mais um galpão para empresas interessadas. Nesta entrevista, o presidente destaca ainda iniciativas diferenciadas como o repasse de embalagens plásticas a preço de custo para produtores e concessionários, antes da implantação de um banco de caixas na unidade.

1. Como o Sr. tem lidado com a experiência de administrar a única central de abastecimento do Acre?

Está sendo um bom desafio. Trata-se de uma instituição nova, moderna; que abrange um amplo leque de atividades (distribuição, abastecimento e comercialização). Apesar de ser da gestão municipal, esta tem uma amplitude estadual, o que torna ainda mais complexa e desafiadora a administração.

Adotamos como princípio prático de gestão a negociação e o consenso com os diferentes atores, combinados à aplicação de leis e normas, onde se destacam a Lei Municipal nº. 1.779/2009, que disciplina o abastecimento e a comercialização no atacado de produtos hortigranjeiros e outros perecíveis no município de Rio Branco; e o Decreto nº. 1.247/2010, que autoriza a cobrança de tarifas pela Ceasa Rio Branco, além do Regulamento de Mercado.

Também tem sido fundamental a formação de parcerias com instituições dos três níveis de governo, dentro e fora do estado do Acre, com destaque para a CeasaMinas, que nos têm assessorado em todo o processo de implantação da nossa Central. Soma-se a isso a experiência de consultores externos e dos agentes de mercado pioneiros do comércio atacadista de hortigranjeiros de Rio Branco.

A Ceasa Rio Branco atingiu os objetivos de seu plano de negócios: ocupou os 30 boxes, 6 lojas e 130 pedras e tem alcançado o reconhecimento de grande parte da população e das autoridades. Tudo isso, nos enche, a mim e a toda a equipe, de otimismo para enfrentarmos os desafios atuais e futuros.

2. Quais mudanças são mais perceptíveis no cotidiano dos produtores e comerciantes que antes não contavam com a Ceasa?

Somados à estrutura adequada, a organização e a logística, as mudanças mais perceptíveis e mencionadas pelos concessionários e usuários são o serviço de limpeza, segurança, estacionamento, acesso rodoviário, organização, gestão participativa. A Ceasa Rio Branco se tornou um ponto de encontro entre os mais diversos agentes de mercado que estavam espalhados no município e região, facilitando a fluidez dos seus negócios.

3. A região que abastece o entreposto de Rio Branco possui vocação para a produção de frutas e hortaliças? Além desses produtos, que tipo de mercadorias são mais representativas na oferta da unidade?

Com certeza. Temos grande produção regional de frutas e hortaliças. Os produtos que se destacam na unidade são a banana, sobremaneira a banana-comprida, uma variedade da banana-da-terra, melancia e macaxeira, como é chamada a mandioca ou aipim na região.

4. Como a Ceasa/AC vem lidando com desafios comuns aos demais entrepostos, a exemplo do uso de embalagens adequadas e da classificação de produtos?

Nesta questão estamos com duas frentes de trabalho. Estamos iniciando o uso de caixas plásticas. A Ceasa está adquirindo caixas plásticas, cujo repasse para os produtores e comerciantes (principalmente de banana e hortaliças) a preço de custo e com pagamento facilitado está previsto para o mês de outubro de 2010. Estamos preparando com cuidado, juntamente com os produtores e concessionários, a distribuição das caixas a fim de garantir a continuação de uso das mesmas por todos os agentes do mercado local, até termos as condições para instalar um banco de caixas.

Simultaneamente estamos trabalhando uma mudança para a embalagem da macaxeira, visto que a atual (saco de 60 kg) é desproporcional em tamanho e volume, causando dificuldade de transporte, perda da qualidade, além de poder gerar prejuízos à saúde do produtor e trabalhadores. Estamos experimentando e buscando uma embalagem adequada e com peso bem menor.

5. Está sendo elaborado um projeto para construção de um atracadouro para atender os produtores ribeirinhos. Em que fase está esse projeto e quais principais benefícios ele poderá trazer?

É visível o crescimento da população e do volume da produção dos produtores ribeirinhos nesses últimos anos, em decorrência do apoio recebido por Programas da Secretaria Municipal de



agricultura e floresta – SAFRA, somados aos do governo estadual e federal como da Agricultura Familiar, Compra Certa, PRONAF, entre outros.

A necessidade de construção de um atracadouro para atender os produtores ribeirinhos foi identificada antes de a Ceasa Rio Branco entrar em funcionamento, no mês de março de 2010. Diante disto foi realizada em caráter de urgência pela prefeitura e governo do estado a recuperação e melhoria do Terminal Fluvial de Rio Branco no Bairro Cadeia Velha do que está atendendo os ribeirinhos até que seja construído um novo atracadouro.

Simultaneamente, está sendo estabelecida parceria com o governo do estado para elaboração do projeto da obra, considerando ser um empreendimento bastante complexo e estratégico para a conexão do plano viário e fluvial do estado do Acre.

Até lá os ribeirinhos utilizarão o terminal fluvial localizado nas proximidades da Secretaria Municipal de Agricultura e Floresta (Safra), que faz o transporte dos produtores e seus produtos até a Ceasa Rio Branco.

6. O entreposto de Rio Branco tem como um dos diferenciais uma fábrica de gelo em parceria com o Ministério da Pesca e da Aquicultura. Como ela funciona e até que ponto a nova fábrica potencializa a participação da oferta de pescados na unidade?

Tínhamos na região uma demanda reprimida por gelo. Com a fábrica instalada em parceria com o Ministério da Pesca e Aquicultura e a Colônia dos Pescadores, estamos atendendo a um mercado que cresce a olhos vistos, que é o da aquicultura na região. Já se faz exportação de pescados do Acre para outros estados, principalmente Rondônia e Amazonas. A capacidade da fábrica é de 9 ton/dia de gelo em escama. Os pescadores cadastrados têm preço diferenciado em 40% em relação aos outros clientes.

A Ceasa realiza mensalmente o Dia do Peixe na Ceasa e o número de produtores e clientes cresce a cada edição. Passamos a não oferecer o peixe vivo, que é uma tradição regional, mas que não se ajusta mais às exigências sanitárias e legais. Com oferta de gelo suficiente, passaremos a utilizar na Ceasa somente pescados abatidos por choque térmico. Esse é um avanço que vai melhorar a qualidade do pescado, que sem a fábrica não seria possível.

7. Qual o balanço que o Sr. faz do Dia do Hortigranjeiro e do Dia do Peixe?

Foram duas iniciativas férteis que ajudaram a divulgar e consolidar a Ceasa Rio Branco. A participação de piscicultores e produtores tem aumentado a cada edição. No caso dos piscicultores estamos fazendo rodízio, tamanha a procura. No dia do hortigranjeiro recebemos produtores de municípios distantes que se juntam e vêm comercializar sua produção

e a partir daí se tornam usuários semanais da Ceasa. Os dois eventos vieram para ficar e ser dinamizados.

8. Qual foi a importância da cooperação técnica com outras centrais de abastecimento para a implantação do entreposto de Rio Branco?

A cooperação técnica, sobretudo com CeasaMinas, mas preciso acenar também que a das Ceasas de Pernambuco e Ceará foram basilares para a boa arrancada da jovem Ceasa Rio Branco. Trouxemos a experiência técnica e prática destas Centrais com mais de 3 décadas de atuação no setor. Esta cooperação técnica foi iniciada quando da negociação do projeto inicial da Ceasa Rio Branco e dos recursos necessários para sua execução junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, momento em que nos foi indicado o primeiro especialista para revisar nosso projeto e ajustá-lo ao padrão de nível técnico de excelência. Para cumprir esta tarefa foi designado pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) o Dr. Ivens Mourão, um dos técnicos mais preparados e entusiasta do Sistema Ceasa no Brasil. Foram realizadas visitas às centrais de abastecimento da Ceasa Minas (Contagem, Uberlândia, Juiz de Fora), Ceasa Pernambuco e Ceasa Ceará.

9. O sr. acredita que os estados do Norte necessitem de novos entrepostos para organizar o abastecimento da região?

Essa questão é vital. Sem uma central de abastecimento e comercialização, a organização do setor, e a qualidade dos produtos oferecidos à população estarão comprometidos. Sem sombra de dúvida, para organização do abastecimento nas grandes cidades da região Norte se faz urgente levantar essa questão e providenciar a instalação de Ceasas modernas e dinâmicas.

10. A Ceasa Rio Branco visualiza a possibilidade de expansão?

O prefeito Raimundo Angelim, o governador do estado, Binho Marques, juntamente com outras autoridades, em visita à Ceasa decidiram garantir os recursos neste ano para já em 2011 iniciarmos as obras de preparação da área (terraplanagem, drenagem, sistema viário...), para construção de um novo galpão com plataforma aberta a empresas que estão demandando espaço na Ceasa. E estamos estudando com o Sebrae e o Senai a instalação de um frigorífico de pescados na nossa área. Dr. Ivens previa que nossa construção e área seriam pequenas em pouco tempo, e estamos confirmando o que ele disse já no primeiro ano. Essa demanda acima do planejado é um bom problema a ser resolvido.



DE **OLHOS BEM** A B E R T O S *



ALGUMAS DAS MAIORES CEASAS DO PAÍS SE MOBILIZAM PARA GARANTIR SEGURANÇA AO PÚBLICO, DENTRO DE ENTREPÓSITOS CUJA MOVIMENTAÇÃO SE ASSEMELHA CADA VEZ MAIS À DE VERDADEIRAS CIDADES

POR ANA FLÁVIA CASTRO

Sala de monitoramento do projeto Olho Vivo CeasaMinas, que conta com 36 câmeras operando nas 24 horas do dia com supervisão do Pelotão da PMMG



Foto Ana Flávia Castro

O número de pessoas que circulam todos os dias nas centrais de abastecimento, somado à grande movimentação de mercadorias, exige um sistema de segurança diferenciado dentro dos entrepostos. É o que aponta Cicero Moteran, engenheiro projetista e consultor em segurança empresarial que atua na CeasaMinas. Segundo ele, a criação de projetos eficazes de segurança para os entrepostos torna-se cada dia mais necessária, considerando-se o perfil de cidades que esses mercados adquiriram.

Um dos pontos estratégicos quando se trata do tema, segundo o especialista, é a vigilância nas portarias. "A área interna é secundária para a segurança. Portanto o número de vigilantes deve ser dimensionado pelo número de portarias, acessos e condições físicas do perímetro, buscando-se o maior controle de quem entra e sai do entreposto", ressalta. Moteran acredita que o ideal para todas as Ceasas é a formação de um sistema próprio de segurança, com equipes treinadas e afinadas com as políticas empresariais de cada central.

DE OLHO 24 HORAS

Criado no início de 2009, o projeto de monitoramento de câmeras da CeasaMinas, no entreposto de Contagem, região metropolitana de Belo Horizonte, conhecido como Olho Vivo, é considerado referência em segurança para as demais centrais do país.

O Olho Vivo CeasaMinas é composto por 36 câmeras de vigilância, sendo 18 fixas e 18 com movimentos de 360 graus. Pontos estratégicos como as portarias, o Mercado Livre do Produtor (MLP) e o estacionamento foram priorizados para

instalação dos equipamentos.

A queda das ocorrências verificada após a implantação do projeto mostra principalmente o poder preventivo do sistema. Segundo dados da Polícia Militar de Minas Gerais, no ano de 2008, antes da implantação do sistema, o entreposto registrava média mensal de 12 ocorrências contra a pessoa e 32,25 contra o patrimônio. Em 2009, com o Olho Vivo já em atividade, as ocorrências caíram para 9,5 contra a pessoa e para 21,83 contra o patrimônio. Neste ano de 2010, a média mensal apresentada até o mês de agosto foi de 6 contra pessoa e 17,75 contra o patrimônio. Por dia, a CeasaMinas recebe cerca de 70 mil pessoas.

O presidente da Ceasa Minas e da Abracen, João Alberto Paixão Lages, destaca que o entendimento com as associações, principalmente dos comerciantes e dos produtores, foi essencial para instalação do Olho Vivo. O custo do projeto global, que inclui, além do monitoramento, a contratação de empresa privada de vigilância, foi da ordem de R\$ 17 milhões. O investimento foi rateado entre a CeasaMinas, comerciantes e o governo do estado (este último com recursos arrecadados no MLP).

DESAFIO SUPERADO

Comerciante na CeasaMinas, desde a fundação em 1974, o diretor financeiro da Confederação Brasileira das Associações e Sindicatos de Comerciantes em Entrepostos de Abastecimento (Brastece), Márcio Ferreira, afirma que a segurança pessoal e patrimonial não é mais a principal preocupação dentro da CeasaMinas, desde a implantação do Olho Vivo. "Os comerciantes das Ceasas vivem hoje a



falta de segurança com a presença dos atravessadores; esta sim, é uma preocupação nossa”, conta Ferreira.

O desafio de combater o comércio irregular formado por intermediários (atravessadores) tem sido enfrentado na própria CeasaMinas através do aumento de *Blitze* de fiscalização e sistemas para aumentar o controle da procedência dos produtos.

A segurança na CeasaMinas conta ainda com um pelotão da PM dentro do entreposto, que realiza rondas a pé e motorizadas, além da atuação de vigilantes terceirizados.

🔗 PARA FICAR LEGAL

Na Ceasa Bahia, administrada pela Empresa Baiana de Alimentos, a segurança integra um conjunto de maior alcance, dentro do chamado Programa Ceasa Legal, que visa à reestruturação de uma série de aspectos nos entrepostos como manuseio de hortigranjeiros e reformas na infraestrutura.

Os projetos de segurança da Ceasa Legal, segundo a Ebal, já reduziram o número de ocorrências em 80% desde o início do programa. Entre as mudanças já realizadas na segurança da Ebal estão a contratação de mais 30 vigilantes, trabalhando durante 24 horas em uma área de 500 mil metros quadrados. A equipe realiza patrulha com uso de motocicletas, utiliza atualmente armas de fogo, coletes a prova de balas e rádios transmissores. Foi construído um módulo de apoio para a PM e reforçado o patrulhamento por parte da Polícia Rodoviária Estadual. Todo o espaço foi cercado com tela e portões foram instalados para isolar o mercado no final do horário de funcionamento do entreposto.

O assessor da presidência do entreposto da Ebal, Enaldo Teles, conta que o objetivo é superar os problemas existentes de forma democrática. “As principais ações foram realizadas para melhorar a segurança interna da Ceasa, conseguindo cada vez mais reduções significativas nas ocorrências e garantindo a qualidade do

nosso entreposto e dos nossos produtos”, esclarece o assessor.

🔗 NO RIO, A ALTERNATIVA DO BATALHÃO

O entreposto da Ceasa/RJ é cercado por 17 comunidades com alto índice de violência que aumentam, ainda mais, os olhares para a segurança da unidade. Os comerciantes e membros da Associação Comercial dos Produtores e Usuários da Ceasa Grande Rio (Acegri) decidiram investir na construção de alojamento para um batalhão dentro do entreposto. “Segurança efetiva, cem por cento, não existe. A gente tenta fazer o melhor”, afirma Waldir Lemos, presidente da Acegri e coordenador do projeto do Batalhão. O recém-inaugurado Batalhão da PMRJ tem o contingente inicial de 400 pessoas, além de viaturas em um investimento de R\$ 4,5 milhões, sendo a área cedida pela Ceasa Rio.

🔗 CEAGESP

No maior entreposto do país, o da Ceasa de São Paulo (Ceagesp), a segurança se apoia basicamente na vigilância terceirizada. Atualmente circulam na maior central de abastecimento do Brasil e da América do Sul, cerca de 50 mil pessoas e 10 mil veículos, entre caminhões, vans, caminhonetes e carros particulares, por dia.

A central de segurança funciona 24 horas, e tem todas as ocorrências captadas, principalmente as de caráter policial como roubos e furtos, sendo responsabilidade dos agentes de segurança o exercício do poder de polícia.

Entre os reforços realizados para a eficácia do sistema de segurança, o entreposto de São Paulo adquiriu serviço de ronda ostensiva motorizada nas 44 ruas existentes. As viaturas e motocicletas fazem o patrulhamento dia e noite, os postos de vigilância estão instalados em pontos estratégicos e os vigilantes distribuídos nas portarias. O monitoramento eletrônico por meio de câmeras de longo alcance operando 24 horas por dia também está nos planos da central de abastecimento.



Vigilantes na Ceasa BA: segundo especialista, portarias são pontos estratégicos para a segurança



Foto Ceasa Bahia / Divulgação

O QUE VOCÊ FAZ PARA GARANTIR MAIS SEGURANÇA?

É opinião comum de autoridades e especialistas que a segurança depende também de cada cidadão, no modo como se comporta no dia a dia. Nesse sentido, a atitude preventiva pode fazer a diferença.

Fotos Thais Oliveira



“Estou sempre alerta. Me preocupo em não andar com muito dinheiro no bolso. Não venho com muito para o MLP, deixo meu dinheiro em casa guardado .”

Valter Dias Santiago - Carregador autônomo do MLP de Contagem (MG)



“Procuro pagar aos lojistas sempre em cheque, para não ter que andar com muito dinheiro na carteira. Evito andar com quantias grandes.”

Comprador Dorivaldo Pereira de Faria



“Quando saio para qualquer coisa aqui na CeasaMinas, não levo dinheiro, deixo tudo guardado, até mesmo quando vou ao banheiro. Se levar dinheiro é somente o necessário para alguma urgência.”

Aldeir de Freitas Pinto – Produtor de bananas de Nova União (MG)

*Com colaboração de Thais Oliveira



PRODUTORES TÊM QUE SE TORNAR MAIS COMPETITIVOS

Torben Flinch, da Dinamarca, novo presidente da WUWM: “Os mercados atacadistas estão em constante evolução em todos os lugares”

Torben Flinch, diretor-geral do Mercado de Copenhague, na Dinamarca, é o novo presidente da União Mundial dos Mercados Atacadistas (WUWM). Flinch assumiu o cargo em setembro, sucedendo a Graham Wallace, durante a Conferência da WUWM em Palma de Mallorca, Espanha. Nesta entrevista, o presidente ressalta a importância de os agricultores repensarem a forma de lidar com o mercado.

“Os produtores precisam entender que, se querem mais lucro, devem se tornar mais competitivos! Não são apenas conhecimentos técnicos, mas também é necessário ser bem-educado na gestão empresarial!”

A WUWM congrega 200 centrais de abastecimento e mercados varejistas de 42 países.

1. Qual a representatividade da WUWM em relação ao total de mercados atacadistas existentes no mundo?

A WUWM é uma associação sem fins lucrativos que visa a promover o intercâmbio internacional de informações sobre os mercados atacadistas e varejistas, melhorar a construção, organização e gestão. Atualmente a WUWM possui cerca de 200 membros de 42 países. Isto inclui a maioria dos mercados atacadistas da Europa, um número cada vez maior na Ásia – especialmente a China, todos os principais mercados da Austrália e da África do Sul, muitos dos mais importantes entrepostos nas principais cidades da América, e um número crescente de africanos e do Oriente Médio. Desde a sua abertura aos mercados de varejo em 2006, também temos um envolvimento crescente desse setor na Europa.

2. É possível apontar os principais desafios comuns à maior parte das centrais de abastecimento?

Há uma série de questões como vantagem competitiva, impactos no meio ambiente, a maximização da tecnologia, o marketing eficaz, as mudanças nas tendências de consumo, as políticas governamentais, etc. Aqui na Europa, a concentração do setor atacadista fortalece-se rapidamente e os operadores de mercado muitas vezes encontram dificuldades para manter-se em dia com as exigências que esta situação gera. Assegurar acesso do mercado a recursos suficientes para atender às demandas trazidas pela evolução do setor é um desafio. Os mercados estão constantemente se confrontando com as necessidades de uma gestão mais comercial e de reformas na infra-estrutura. A modernização, a propósito, não apenas diz respeito às instalações físicas, mas também ao desenvolvimento das operações diárias e de gestão do mercado.

3. A WUWM defende que a abordagem usada pelas campanhas de estímulo ao consumo de frutas e hortaliças não se concentre apenas no aspecto da

saúde, principalmente quando se trata de um público-alvo formado por adolescentes. Em que consiste essa abordagem diferenciada?

Às vezes notamos que um monte de dinheiro público é gasto em campanhas destinadas a adolescentes para aumentar consumo de frutas e vegetais, com foco exclusivo no fato de que eles são mais saudáveis. Infelizmente, parece que a maioria dos adolescentes e jovens de hoje – e de fato esta tendência pode ser vista ao longo últimas gerações – não são tão impressionados ou seduzidos pelo argumento de benefícios para a saúde. Eles estão mais interessados e influenciados por tendências, tipos e técnicas de marketing sofisticadas. O nosso apelo para os decisores europeus era no sentido de garantir recursos de mercadologia para outros agentes da indústria, como os mercados atacadistas. Nós defendemos a promoção de frutas e verduras para os jovens, mas com um foco não apenas nos benefícios de saúde segura.

4. Os aumentos de preços de alimentos nem sempre trazem junto a melhoria do lucro para os produtores. Como o sr. avalia essa situação?

Basicamente, os produtores precisam entender que se eles querem mais lucro, devem se tornar mais competitivos! Não são apenas conhecimentos técnicos, mas também é necessário ser bem-educado na gestão empresarial. Os produtores precisam ser capazes de expandir sua gama de ofertas para se tornarem agentes mais fortes, encontrando formas de agregar valor aos seus produtos.

5. A WUWM coloca à disposição europeu um guia de boas práticas para orientar a implantação de normas de qualidade para os produtos comercializados. Como foi o processo de elaboração do guia?

Este guia foi o produto de sete anos de trabalho árduo e intensa colaboração e comunicação no seio da Comissão Europeia. Antes mesmo que pudéssemos começar a tarefa de identificar e elaborar a legislação referente aos impactos das normas de

Nós defendemos a promoção de frutas e verduras para os jovens, mas com um foco não apenas nos benefícios de saúde segura



higiene, tivemos que apresentar à Comissão Europeia várias informações básicas sobre o papel e a importância do mercado atacadista para a cadeia alimentar. Uma vez que a compreensão política da importância econômica e social do setor foi bem compreendida, o desenvolvimento do trabalho seguiu a legislação para desenvolver um modo fácil de ler o guia de melhores práticas. Este acabou por ser feito para benefício de todos os mercados atacadistas da Europa e, talvez, no futuro, do mundo – quer se trate de membro da WUWM ou não. O guia foi finalmente aprovado pela Comissão Europeia em dezembro de 2009 e intitulado Guia de Boas Práticas de Higiene específicas para Mercado Atacadista de Administração na União Europeia. No futuro próximo poderemos apoiar os outros mercados afiliados na aplicação dessas normas, talvez sob a forma de um processo de certificação internacional. Essa ideia vai ser revista por todos os membros da WUWM Europeia durante a nossa próxima conferência anual, em Istambul, Turquia, de 10 a 13 de maio de 2011.

6. Na Declaração de Paris, documento publicado após a Conferência de Rungis em 2009, um dos pontos destacados é o de que o abastecimento alimentar e a distribuição não podem funcionar eficazmente quando ficam exclusivamente nas mãos das forças do mercado. Há governos preparados para assumir seu papel no abastecimento?

É claro que um número crescente de tomadores de decisões em todos os níveis de governo em todo o mundo estão acordando para o fato de que há uma necessidade de assumir participação mais ativa na educação da cadeia alimentar. Na WUWM nos sentimos muito próximos aos governos locais, devido ao fato de que muitos dos nossos mercados-membros são, de fato, de propriedade e/ou gestão (em parte ou no todo) das autoridades públicas.

Conforme já afirmei, os produtores precisam principalmente desenvolver a sua produção e educar-se em seus negócios. Os governos devem determinar no âmbito das suas políticas sociais e da agricultura a melhor forma de garantir que os seus agricultores sejam mais eficazes.

Como já vimos aqui na Europa, os subsídios do governo não necessariamente apoiam ou igualam o desenvolvimento de negócios. Na Europa, estamos agora discutindo as possibilidades de redução de apoio de subsídio, uma vez que não é acessível nem sustentável no longo prazo. No meu pensamento, se os produtores, se mantiverem competitivos, a situação se resolve.

A concorrência com os hipermercados é um problema global. Na Alemanha, eles alcançaram um percentual muito grande de mercado

7. Um dos fenômenos recentes que mais têm afetado o sistema atacadista tradicional é a concorrência com os grandes estabelecimentos de varejo (hipermercados), que aumentaram sua participação na oferta de alimentos. Quais alternativas as empresas instaladas nas Ceasas devem seguir para garantir sua importância como elo de distribuição?

A garantia da competitividade no mercado atacadista é o principal desafio, tanto agora como no futuro. Na nossa recente conferência em Palma de Mallorca, na Espanha, os nossos membros viram uma apresentação muito interessante sobre o ciclo de vida do mercado e os desafios e oportunidades relacionados com as diferentes fases.

A concorrência com os hipermercados é um problema global, e o resultado extremo de sua dominação é possível ser visto na Alemanha de hoje, onde alcançaram um percentual muito grande de mercado.

Os atacadistas precisam assegurar uma forte base de clientes. Muitos deles virão indubitavelmente das empresas independentes do setor do alimentos tais como os restaurantes e varejistas menores, lojas de flores e paisagismo, etc. Por isso, nós precisamos ocupar-nos destes clientes. Entre outras coisas, nossos atacadistas podem competir em termos de variedade, diversidade, frescor, disponibilidade e qualidade dos seus produtos. Além disso, há uma sinergia importante entre os mercados atacadista e de varejo e os nossos comerciantes necessitam tirar vantagens dessa ligação e integração que apontam para o seu desenvolvimento e estratégia empresarial.

8. A WUWM adota alguma estratégia para se aproximar mais das realidades específicas das Ceasas pelo mundo?

A cooperação é essencial se quisermos manter a competitividade e proporcionar aos nossos atacadistas as melhores oportunidades para desenvolver a confiança e expandir seus negócios. Para o gestor, é importante ser capaz de ver o quanto os mercados atacadistas em todos os lugares estão em constante evolução. Na WUWM temos não só as discussões dos mercados-membros e as atividades que ocorrem em nível mundial, mas também na realidade regional. A este respeito, o grupo de trabalho da América na WUWM é cada vez mais ativo e estamos ansiosos para que ele continue o seu desenvolvimento com atividades regionais específicas de apoio aos mercados-membros.



NOS OMBROS, O ALIMENTO QUE IRÁ À MESA



Foto Larissa Pontes

OS CARREGADORES E CHAPAS SÃO RESPONSÁVEIS PELA LOGÍSTICA INTERNA NOS 72 ENTREPOSTOS QUE MOVIMENTAM ANUALMENTE CERCA DE 17 MILHÕES DE TONELADAS DE PRODUTOS NO PAÍS. AGORA, A CLASSE TEM NA LEI 12.023/09 A OPORTUNIDADE DE AMPLIAR A FORMALIZAÇÃO DAS RELAÇÕES DE TRABALHO, ALGO QUE PODERÁ BENEFICIAR TAMBÉM AS EMPRESAS ATACADISTAS

POR ANA FLÁVIA CASTRO E VERLAN ANDRADE



O dia a dia das centrais de abastecimento depende de muitos trabalhadores, mas há uma categoria que costuma carregar literalmente nos ombros a corresponsabilidade pelo abastecimento, movimentando os produtos que vão parar na mesa da população. São os carregadores e chapas, classe que tem como um dos grandes desafios aumentar a formalização de seus membros.

A informalização atinge especialmente os trabalhadores avulsos, conhecidos em alguns entrepostos também como “biqueiros”. Nessa categoria não estão incluídos os carregadores autônomos cadastrados pelas Ceasas nem os funcionários contratados com carteira assinada nas empresas estabelecidas. Trabalhando em situação informal, os trabalhadores avulsos acabam deixando de ter acesso a direitos como o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), 13º salário, férias remuneradas, previdência para aposentadoria e auxílio-acidente, entre outros.

“Muitos trabalhadores preferem receber um valor maior pelo dia de trabalho a receber uma quantia menor mas com garantidas trabalhistas”, explica o gerente comercial do Sindicato dos Trabalhadores na Movimentação de Mercadorias em Geral de Contagem, Betim e Região (Sintramov-CT), Flávio Câmbara.

O caminho que pode levar à formalização passa justamente pelos sindicatos da categoria. Essa é a expectativa da lei 12.023, promulgada em agosto de 2009, a qual determina que a contratação de trabalhadores avulsos deve ser feita com

a intermediação obrigatória do sindicato da categoria, por meio de Acordo ou Convenção Coletiva de Trabalho para execução das atividades. Segundo a lei, as atividades de movimentação de mercadorias em geral exercidas por trabalhadores avulsos são aquelas desenvolvidas em áreas urbanas ou rurais sem vínculo empregatício.

Segundo Câmbara, o empresário que necessite dos serviços de trabalhadores na movimentação de carga deve, portanto, firmar um contrato formal com o carregador ou chapa. Para isso existem duas opções: a realização de um contrato formal com acordos de salários fixos e garantias de outros direitos trabalhistas, ou a contratação por meio do sindicato da categoria nos casos em que não houver vínculo empregatício.

Ao intermediar a contratação, o sindicato assume a responsabilidade por garantir o recolhimento dos valores, das empresas e/ou dos trabalhadores, que permitirão, além dos direitos trabalhistas, uniformes completos e gratuitos, curso de qualificação profissional supervisionado e contra cheques.

Já o comerciante terá maior praticidade e rapidez no contrato de um funcionário, além de estar em dia com as normas do Ministério do Trabalho e Emprego. “O trabalhador sindicalizado é isento de vínculos com a empresa, o que agiliza a substituição caso seja necessário. A empresa terá funcionários uniformizados e identificados com crachás”, afirma Câmbara.

CAMPANHA EDUCATIVA

O Sintramov tem realizado no entreposto de Contagem da CeasaMinas, o segundo maior do Brasil em volume

de mercadorias, uma campanha piloto que deve se estender a todas as Ceasas do país. A equipe do sindicato montou um trêiler no mercado onde orienta o público acerca da legislação sobre o tema. A campanha teve início a partir da assinatura de uma Ação Civil Pública entre o Sintramov-CT, a CeasaMinas e o Ministério Público do Estado a fim de garantir a campanha educativa dentro do entreposto.

No caso do entreposto de Contagem, o Sintramov é responsável por representar, nos acordos coletivos, os trabalhadores avulsos do setor cerealista, não incluídos os movimentadores do Mercado Livre do Produtor (MLP) e os atacadistas de hortigranjeiros. A campanha deve ser estendida primeiramente aos municípios de Juiz de Fora, Barbacena e Uberlândia e ao estado do Rio Grande do Sul, sob a responsabilidade dos respectivos sindicatos até o fim deste ano.

O gerente da empresa Atacadista Apoio Mineiro, no entreposto de Contagem da CeasaMinas, Leonardo Pereira, afirma que o sindicato facilitou a contratação de novos empregados para o estabelecimento. “Eu precisava de ampliar o quadro de funcionários. Foi quando o sindicato agilizou e facilitou a contratação de mais quatro carregadores. A mão de obra ficou mais barata e o tempo de trabalho foi reduzido”, conta Leonardo. O Apoio Mineiro tem em seu quadro de trabalhadores, nas atividades de movimentação de mercadorias em geral, 45 funcionários efetivos, além dos quatro que tiveram a intermediação sindical.



ENTRE LIVROS E CAIXOTES, CONQUISTAS

A TRAJETÓRIA DO CARREGADOR QUE HOJE MESCLA O TRABALHO NO ENTREPOSTO COM A TEOLOGIA

POR THAIS OLIVEIRA

Nos intervalos dos descarregamentos ou quando uma carga atrasava, o carregador Dione Monteiro aproveitava para estudar dentro no Mercado Livre do Produtor (MLP), entre os caixotes de madeira de frutas e hortaliças. “Tudo que aprendia na graduação, eu queria compartilhar com meus amigos do mercado, eram como meus alunos”, declara.

Durante cinco anos, Monteiro lidou com essa rotina até concluir o curso de graduação em teologia, tornando-se um caso atípico no universo de carregadores e chapas que, em muitos casos, deixam cedo os estudos para trabalhar.

Durante a graduação Dione virava as noites no MLP trabalhando das 17 horas até as 12 horas do dia seguinte. Tinha acabado de ingressar como obreiro numa igreja, era casado já com uma filha recém nascida.

A oportunidade de estudar surgiu em 2000 pelo Instituto Teológico Quadrangular de Contagem. Isso só foi

possível, porque o curso de graduação foi ministrado aos sábados em horário integral. Por muito tempo, Dione dedicou-se apenas ao serviço de carregador no mercado do entreposto, mas com a graduação concluída surgiram outras perspectivas. “Nunca tive um serviço paralelo, até pouco tempo me dediquei absolutamente à Ceasa. Mas em 2009, quando concluí o curso, a igreja me apresentou uma proposta: me afastar um pouco da Ceasa para cuidar e ser supervisor regional de 11 igrejas.”

A proposta foi aceita, mas Dione conta que permaneceu trabalhando como carregador na CeasaMinas por motivos financeiros. “Continuei como carregador com a carga horária reduzida porque dava para sustentar minha família, consegui comprar minha casa, meu carro, e a faculdade foi uma questão de realização pessoal”, completa.

“Eu já pensei diversas vezes em sair da Ceasa, devido ao horário e às cargas

pesadas. Contudo, a liberdade que temos aqui, os amigos, o salário, as verduras e frutas que ganhamos, tudo isso se tornou muito mais interessante que qualquer trabalho; foi uma boa escolha continuar na Ceasa”, afirma.

O carregador e teólogo diz que ainda tem sonhos, um deles é fazer outro curso de graduação. “Meu sonho hoje é fazer psicologia. Estou fazendo planos para iniciar o curso no ano que vem”, conclui.



Dione Monteiro aproveitava os intervalos no entreposto para estudar e concluir a graduação

ROMPENDO O PRECONCEITO

MARIA DAS GRAÇAS MOSTRA QUE A FUNÇÃO NÃO É EXCLUSIVIDADE DOS HOMENS

Há dezenove anos trabalhando no entreposto de Governador Valadares, Maria das Graças Lousada, 50 anos, é a única carregadora entre todas as unidades da CeasaMinas. A vida de carregadora começou quando ela tinha pouco mais de 20 anos no Mercado Municipal do município a convite de uma vizinha que também trabalhava lá. No Mercado Municipal, Maria das Graças conta que sofria muita discriminação por parte dos homens, pelo fato de ser mulher e muito nova.

Trabalhando na Ceasa, Maria das Graças conta com orgulho que conseguiu sustentar todos os seus filhos sozinha. “Pensei em fazer faxina, que é um serviço tranquilo comparado com que faço hoje, mas o salário era pouco. Continuei na Ceasa porque meu marido faleceu, tive que sustentar meus seis filhos sozinha e a forma que encon-

trei foi continuar trabalhando como carregadora.”

Maria das Graças diz que gosta de trabalhar como carregadora e pretende se aposentar na Ceasa. “Aqui é muito bom, pois com o salário que ganho dá para pagar todas as minhas contas. Também tenho tempo para fazer outras coisas porque trabalho duas vezes por semana de 4 da tarde às 9 da manhã do dia seguinte. Só paro quando me aposentar”, conta.

Segundo Maria das Graças, não há mais espaço para outras mulheres ingressarem como carregadora na Ceasa. “O problema é aguentar o peso, as mulheres de hoje não pegam peso e elas não querem esse tipo de trabalho. Também tem muito homem carregador e a preferência é deles. Não acho que tenha espaço para outras mulheres”, afirma.



Carregadora Maria das Graças: “Pensei em fazer faxina, que é um serviço tranquilo comparado com que faço hoje, mas o salário era pouco”



O dia a dia visto pelo carregador Bonito

Eu Geraldo Moreira, vulgo Bonito, nascido na fazenda Taquara no município de Papagaios/MG aos 4 de junho de 1936, comecei trabalhar na Ceasa em 15 de julho de 1980, há 30 anos. O apelido foi devido a um costume que eu tinha no início de trabalho na Ceasa, as pessoas com as quais eu relacionava, perguntavam se eu estava bom, eu sempre respondia: Bom e bonito, e aí não teve jeito, todos passaram a me chamar de Bonito.

Quando o produtor chega é só comercializar, gosto de trabalhar sempre brincando, mas somente com aqueles que conheço e tenho liberdade. Quando o cliente chega eu já estou na pedra esperando ele. Tem vez que me ligam lá da estrada. A preferência é de quem chega primeiro.

Vendi a casa que eu tinha aqui na capital para construir uma lá em Papagaios. Eu venho pra Ceasa no domingo cedo, saio de lá na faixa de 4 horas da manhã. Fico a semana toda, sexta volta pra lá.

Começo a trabalhar às 5 horas da tarde e não tenho hora pra parar não. O trabalho é pesado, mas nem sinto muito. Fui criado na roça, quase um escravo daqueles fazendeiros. O serviço da noite é mais tranquilo e as pessoas também.

Tem gente que me pergunta se eu não sinto nada, se não fico doente. Tô aqui sempre alegre trabalhando, aí eu falo: "Pergunta Àquele lá de cima. Ele que sabe". Graças a Deus eu nunca fiquei doente. Ele acha que tô merecendo, né. Me deu

a saúde e disposição, aí tô aqui trabalhando.

O dinheiro que ganho aqui é todo pra construção da minha casa de Papagaios. Quando minha carteirinha da Ceasa vencer eu vou parar a obra da minha casa e vou embora pra lá, onde estão os meus três filhos.

O convite para escrever nesta revista me deixou muito alegre, agradeço de coração. Esta é uma oportunidade para agradecer a todos aqueles que me ajudaram a chegar onde estou, foi com muito trabalho e suor, o mais importante é que sou muito feliz com o que faço, com os amigos que conquistei e também com a garantia de estar construindo alguma coisa para o meu sustento e de minha família.

Peço a Deus que ilumine a todos que me ajudaram nesta caminhada e que possam compartilhar comigo desta alegria, desejo muito sucesso a cada um e a seus familiares.

Concluindo, eu quero agradecer à Ceasa tudo o que fez por mim, e dizer que em breve estarei mudando pra roça, onde pretendo dar continuidade a um projeto já iniciado no plantio de produtos agrícolas, se Deus quiser pretendo vir à Ceasa sempre que puder para rever os amigos e matar saudades.

Um abraço a todos

Bonito





UM PLANO PARA ORDENAR O **CRESCIMENTO** *

UMA DAS PRINCIPAIS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO DO PAÍS, A CEASA CAMPINAS DEVE CONTAR COM NOVO PLANO DIRETOR PARA ORIENTAR A IMPLANTAÇÃO DE NOVOS PROJETOS NO ENTREPOSTO QUE JÁ É REFERÊNCIA NA GESTÃO DE RESÍDUOS E COMÉRCIO DE FLORES



Fotos: Ceasa Campinas / Divulgação

Entrepósito de Campinas poderá contar com uma plataforma para carga de mercadorias voltada aos compradores

A Ceasa Campinas, o quarto maior entreposto do país, faz planos para crescer. Para isso, a central de abastecimento situada no meio de uma região metropolitana formada por 19 municípios que concentram a população total de 2,7 milhões de pessoas prevê para o início de 2011 a conclusão de um novo plano diretor para a unidade. O documento permitirá traçar as diretrizes do crescimento do mercado atacadista que é ligado à Prefeitura Municipal de Campinas.

Há disponíveis na Ceasa cerca de 40 mil metros quadrados para expansão. “Não possuímos uma área tão extensa para expansão como a da CeasaMinas (cerca de 1 milhão de m²), e por isso temos que aumentar a eficácia da logística interna, com o espaço de que dispomos,” afirma o presidente Demétrio Vilagra.

Entre as ações que podem ser implantadas, está a construção da plataforma de transbordo para compradores. A ideia é criar um ponto específico para carregamento de mercadorias pelos clientes, evitando que os veículos dos compradores tenham de se deslocar de loja em loja para adquirir produtos.

De acordo com Vilagra, a administração pretende viabilizar também a construção de dois novos galpões para beneficiamento de hortigranjeiros. Esse espaço poderá atender tanto comerciantes quanto produtores rurais que desejam classificar, lavar e embalar os produtos, permitindo a agregação de valor às mercadorias.

“Queremos dar tranquilidade ao nosso público, mostrar a ele que temos a oferecer uma logística adequada, melhorar a vida de quem compra.”



Ceasa Campinas possui o maior Mercado Permanente de Flores e Plantas Ornamentais da América Latina

📍 CONTEXTO

Criada em 1972 e operando desde 1975, a Ceasa Campinas é responsável pelo abastecimento alimentar de mais de 500 municípios principalmente dos estados de São Paulo e Minas Gerais, além das flores e plantas que vão para todo o país. São 60 mil toneladas de produtos por mês o equivalente a quase R\$ 90 milhões mensais. A Ceasa Campinas sedia o maior Mercado Permanente de Flores e Plantas Ornamentais da América Latina.

Em área de 500 mil m², a central conta com 943 atacadistas com grande variedade e linha completa de produtos hortifrutigranjeiros – dos tradicionais aos mais exóticos; cereais, grãos, pescados; mais de 20 mil itens de flores, plantas e paisagismo e 5 mil de acessórios para jardinagem, floricultura e decoração.

Recebe em torno de 15 mil pessoas por dia, gera cerca de 5,3 mil empregos diretos e 20 mil indiretos. É uma estrutura que garante o escoamento da produção rural e o trabalho de milhares de agricultores.

🛠️ SERVIÇOS

A Ceasa Campinas cresceu de forma planejada e oferece estacionamento; plataformas de carga e descarga cobertas; depósitos; câmaras frias; rede bancária; serviços de apoio como lojas de insumos, embalagens; lotérica; banca de jornal, restaurantes; segurança 24 horas com 50 câmeras e modernos recursos tecnológicos; Usina Geradora de Energia Elétrica que cobre 100% de sua necessidade.

Em 2009 foi a primeira Ceasa do estado, e uma das poucas do país, que implantaram um serviço para comercializar e higienizar caixas plásticas para incentivar a melhoria dos padrões de embalagem de hortifrúts e com isso garantir mais qualidade dos produtos, menos perdas e ganhos ambientais.

Localizada num dos corredores mais importantes do país, a Rod. D. Pedro I, a 90 km de São Paulo, tem fácil acesso às principais estradas interestaduais e ao aeroporto de Viracopos.





Responsabilidade socioambiental

Além da administração do mercado, a Ceasa cumpre um papel social desenvolvendo junto com a prefeitura de Campinas diversos projetos sociais e ambientais. É também o suporte municipal às políticas de segurança alimentar da cidade. A empresa participa e desenvolve os seguintes programas:

ALIMENTAÇÃO ESCOLAR

A merenda escolar de 369 escolas (municipais e estaduais), 126 salas de aulas de jovens e adultos e de 41 entidades assistenciais de Campinas é realizada pela Ceasa em parceria com a Secretaria Municipal de Educação. São, em média, 240 mil refeições por dia, com 14 tipos de cardápios que priorizam os alimentos integrais e naturais com mais frutas, verduras, legumes e variedade de fontes de proteínas como peixe e carnes nobres.

A central é responsável pela operacionalização do programa: aquisição, cardápios e logística de distribuição de produtos. Por meio da Ceasa é feito um rigoroso controle de qualidade desde a licitação até a supervisão nas escolas, o acompanhamento, orientação e treinamento das cozinheiras com profissionais de nutrição e projetos especiais de orientação nutricional.

BANCO DE ALIMENTOS

Os três programas de segurança alimentar que estão alicerçados na Ceasa-Campinas (Banco de Alimentos – ISA – Prato Cheio Campinas) distribuíram no ano passado 5.736.524 quilos de alimentos, quase 6 mil toneladas, beneficiando cerca de 75 mil pessoas. O montante é equivalente a 33 mil refeições por dia de 500 gramas cada uma, por um ano. Funcionam dentro da Ceasa Campinas o Banco Municipal de Alimentos (que coleta fora da Ceasa) e a ONG Instituto de Solidariedade para Programas de Alimentação – ISA (que arrecada hortifrúteis dos atacadistas dentro da Central).

O Banco Municipal de Alimentos foi fundado em 2003. Ele coleta produtos fora da Ceasa (em empresas, supermercados, em eventos e por meio de parcerias), faz a triagem e depois distribui para 120 entidades assistenciais, beneficiando

cerca de 45 mil pessoas que são crianças, jovens, idosos, desempregados, portadores de deficiência, doentes, etc. O Banco também faz cursos e palestras sobre aproveitamento e manipulação de alimentos. O projeto assume a responsabilidade pelos produtos doados, o que facilita as parcerias, e presta contas ao doador sobre o destino de tudo que foi doado. O projeto é inspirado no modelo surgido nos anos 60, nos Estados Unidos, que se espalhou pelo mundo.

Há ainda um programa nacional (da Conab, via Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento) que compra de agricultores familiares e doa aos Bancos de Alimentos. No primeiro semestre de 2010 o Banco coletou quase três vezes o total arrecadado no ano passado inteiro.

SOLIDARIEDADE

Também funciona na Ceasa uma ONG chamada ISA (Instituto de Solidariedade para Programas de Alimentação) que coleta hortifrúteis dentro da Central, com doações dos atacadistas; média de 300 toneladas de frutas, verduras e legumes por mês, que atendem 12,5 mil famílias por semana. Estes hortifrúteis são distribuídos em mais de 80 pontos carentes da cidade e para 100 entidades assistenciais.

PRATO CHEIO

O Programa Prato Cheio Campinas é outro – coordenado pela Secretaria Municipal de Cidadania, Assistência e Inclusão Social (SMCAIS) – que doa cerca de 7 mil cestas básicas por mês subsidiadas pela prefeitura. A distribuição destas cestas é feita por meio do Banco de Alimentos da Ceasa em mais de 70 bairros carentes de Campinas.

HORTAS COMUNITÁRIAS

O Programa Municipal de Hortas Comunitárias tem por objetivo incentivar a criação de hortas de caráter comunitário em escolas, entidades assistenciais, ONGs e bairros. A Ceasa é uma das coordenadoras do Programa



junto com secretarias e órgãos da prefeitura. Ajuda a gerar trabalho e renda, contribui com alimentação mais saudável, é uma ferramenta pedagógica e de educação alimentar nas escolas e oferece apoio terapêutico para portadores de deficiência e de HIV, dependentes químicos e outros. O Programa distribui a média de 8 mil mudas de hortaliças por mês e já implantou mais de 45 hortas na cidade. As mudas são produzidas nas estufas de uma Estação de Tratamento de Esgoto (ETE) da Sanasa e conta com mão de obra de alunos da Associação dos Pais e Amigos dos Excepcionais (Apae). Este ano um convênio entre a prefeitura e o Incra vai destinar R\$ 2,4 milhões para implantar 1 mil hortas na cidade.

INCLUSÃO DIGITAL

Funcionam na Ceasa Campinas dois espaços que dão acesso de graça à internet e a computadores. No Mercado de Flores há o Telecentro Primavera, do Programa Jovem. Com da prefeitura, e no Mercado de Hortifrúteis há o Centro de Apoio Digital. O Telecentro também oferece cursos de informática gratuitos. Ambos são projetos de inclusão digital que beneficiam toda a comunidade da Ceasa e da região.

MEIO AMBIENTE

A Ceasa Campinas tem um Sistema de Gestão de Resíduos (SGR) para reaproveitar as cerca de 820 toneladas de lixo geradas pelas atividades da Central. Em 2008, este trabalho de gestão de resíduos foi um dos ganhadores de prêmio promovido pelas empresas Rede Anhanguera de Comunicação (RAC) e Sanasa. Confira mais na matéria “Caminhos da reciclagem”, na página 28.



UM MAPA

PARA O ABASTECIMENTO

TÉCNICOS DA CEASAMINAS CONCLUEM FLUXOGRAMA QUE MAPEIA OS CAMINHOS DO MERCADO DE FRUTAS E HORTALIÇAS: UM GUIA PRINCIPALMENTE PARA ORIENTAR PRODUTORES RURAIS NA BUSCA DE MAIS RENTABILIDADE

POR ANA FLÁVIA CASTRO

Quais as trajetórias de um produto após o momento da colheita? Quais caminhos podem ser mais rentáveis para os produtores rurais? E quanto às Ceasas, qual seu papel nesse processo? Um fluxograma elaborado por técnicos da CeasaMinas busca responder a essas perguntas, decidindo as várias alternativas de comercialização. O fluxograma funciona como um verdadeiro guia principalmente para os produtores rurais do setor de frutas, legumes e verduras (FLV).

O trabalho foi elaborado pelo chefe do Departamento de Operações da

CeasaMinas, engenheiro agrônomo Gustavo Costa Almeida, e o orientador de mercado, Davi Benedito. De acordo com Almeida, é necessário que o produtor conheça melhor o leque de comercialização, algo ainda estranho para muitos deles. "Além do produtor, os varejistas e atacadistas também serão beneficiados com a possibilidade de planejar até que ponto podem chegar diante do trajeto de comércio exposto pelo fluxograma."

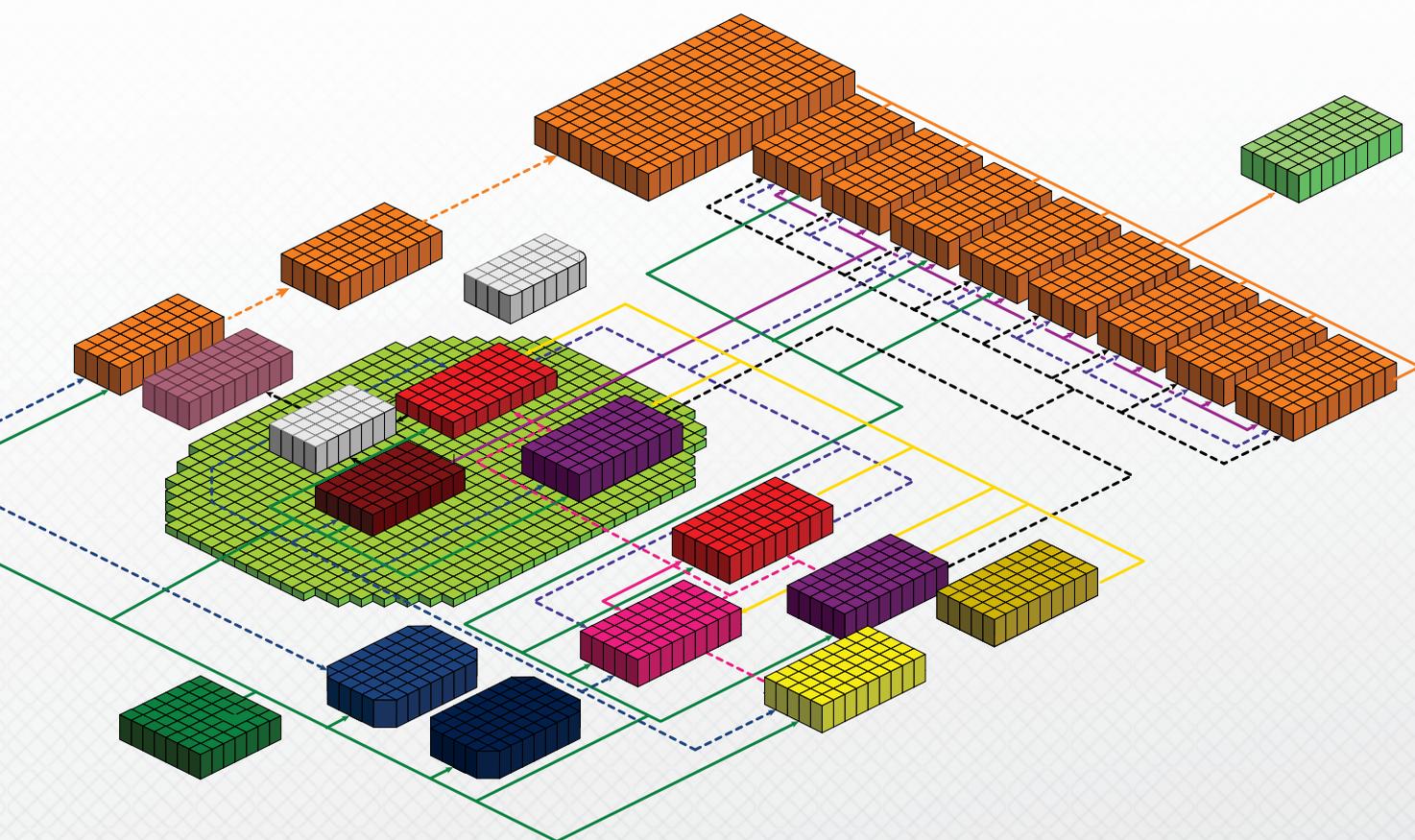
O fluxograma vem para mapear o mercado e tem caráter estratégico. "É preciso entender o que acontece com

os produtos quando saem das lavouras até chegarem à mesa do consumidor", destaca Gustavo ao classificar a importância do fluxograma para maior orientação dos usuários da Ceasa.

As alternativas de comercialização de frutas e hortaliças por um produtor rural são muitas e podem trazer inovação à produção de muitos deles. Após ser colhido, os três principais destinos de um produto são as Ceasas, o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o mercado varejista.

Dentro das Ceasas, o produtor tem como uma das opções a

FLUXOGRAMA DO PROCESSO DE COMERCIALIZAÇÃO DE FRUTAS E HORTALIÇAS



- CEASA
- Agroindústria
- Mercado Livre do Produtor
- Barracão do Produtor
- Atacadista
- Centro de Distribuição
- OSCIP
- Importador
- Exportador
- Consumidor
- Produtor Rural
- Banco de Alimentos
- Associação/Cooperativa



comercialização dentro do Mercado Livre do Produtor (MLP). Em geral, esse espaço, também conhecido como “pedra”, é aberto apenas a agricultores dos próprios estados. O MLP, segundo Gustavo Almeida, é marcado por vendas mais “picadas”, clientela ampla e diversificada, fazendo desse espaço um canal mais seguro de comercialização.

Outra alternativa é o mercado de lojas atacadistas nos entrepostos, caracterizado por vendas rápidas, em escala e com bons lucros. “Entretanto, a garantia de venda no setor de lojas é pequena, o que pode dar instabilidade à comercialização do produtor”.

📍 PAA

O PAA é uma parceria entre a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), e o produtor rural, que garante

a compra direta dos produtos que podem ser doados para diversos programas sociais. Os hortigranjeiros produzidos pelos produtores rurais são encaminhados diretamente aos beneficiados. O preço pago pela Conab é referente aos custos gastos na lavoura e a mão de obra, o que dá a eles recursos financeiros suficientes para a sobrevivência e compatíveis com o mercado local. Os produtos destinados ao PAA beneficiam restaurantes populares, escolas públicas, presídios, universidades e hospitais. Os bancos de alimentos de algumas centrais de abastecimento funcionam como elo logístico, no recebimento, seleção e encaminhamento das doações para entidades filantrópicas cadastradas.

📍 VAREJO

Já a venda direta para os super e

hipermercados exige o atendimento de várias padrões de qualidade. É comum as grandes redes de varejo exigirem, por exemplo, identificação da origem dos fornecedores, além de produtos classificados e embalagens adequadas e regularidade na oferta. De acordo com Gustavo Almeida, o lucro para quem investe na produção destinada a varejistas é grande, mas os investimentos são proporcionais aos ganhos. “É fundamental que o produto seja bem selecionado, higienizado e em alguns casos até embalado ou processado”, explica.

No varejo encontramos setores diversos como sacolões, supermercados, feiras livres, condomínios, bares, lanchonetes, hotéis, cozinhas industriais, entre outros. Todos são estabelecimentos destinados ao consumidor final, o que difere do PAA e da comercialização nas Ceasas.



A comercialização nas Ceasas é um dos caminhos mapeados pelo fluxograma

O BRASIL E AS REFERÊNCIAS MUNDIAIS DO MERCADO ATACADISTA ALIMENTAR



ALTIVO ALMEIDA CUNHA*
GUSTAVO ALMEIDA**

As centrais de abastecimento atacadistas constituem um modelo de distribuição de alimentos disseminado em todo o mundo, garantindo a oferta com diversidade e qualidade de produtos frescos. A União Mundial dos Mercados Atacadistas (World Union of Wholesale Markets –WUWM), que conta com 128 mercados associados em 38 países em todos os continentes (*não considerando-se as redes varejistas*), realiza anualmente um levantamento das principais características dos mercados atacadistas, e cujo aspectos gerais são interessantes para referenciar as características deste segmento no Brasil. Os dados do Survey de 2008 da WUWM são comparados, em linhas gerais, com os números do Brasil, obtidos a partir do diagnóstico dos mercados atacadistas de hortigranjeiros elaborado pela CONAB, entre setembro de 2008 e julho de 2009.

A área total dos mercados atacadistas vinculados à WUWM no mundo atinge 56 milhões de metros quadrados e a área construída próxima a 14 milhões de metros quadrados, recebendo diariamente 550.000 usuários e serve a 20% da população mundial (próximo a 1,38 bilhões de pessoas). No Brasil, a área total destes entrepostos é de 13,3 milhões de metros quadrados, com área construída de 3,3 milhões de metros quadrados, equivalendo em termos de área, construída a quase 24% do parque atacadista mundial, o que situa o sistema brasileiro entre os maiores do mundo.

A quantidade de mercadorias anualmente comercializadas nos entrepostos filiados à WUWM supera a casa dos 54 milhões de toneladas, e o valor comercializado ultrapassa a cifra de 55 bilhões de euros. Frutas e hortaliças são vendidas em 98% dos mercados pesquisados, sendo que carnes e flores estão presentes em 50% dos mercados.

Com relação ao mercado brasileiro, em 2007 os entrepostos brasileiros pesquisados ofertaram 15,5 milhões de toneladas, quase 29% da movimentação anual dos mercados da WUWM, e o volume financeiro atingiu cerca de 5,4 bilhões de euros, pouco menos de 10% da movimentação mundial, o que demonstra o maior valor agregado dos produtos comercializados nos mercados mundiais. Os mercados brasileiros estão sediados

em cidades e aglomerações urbanas que abrigam 85,5 milhões de habitantes, representando 46,5% da população brasileira. Seu alcance, no entanto, é bem maior, na medida em que as Centrais atacadistas são distribuidoras de alimentos para diversas regiões.

As centrais de abastecimento mundiais possibilitam que 60.810 produtores tenham um espaço para comercializar seus produtos diretamente com os compradores. No Brasil mais de 21 mil produtores são usuários das Ceasas, o que representa 1/3 do total dos produtores usuários cadastrados em mais de 128 mercados de 38 países. Esta porcentagem demonstra de forma clara a força do agricultor familiar nos entrepostos do Brasil em relação a outros do mundo. Programas como o Pronaf são ferramentas que permitem esta independência comercial do produtor rural de frutas e hortaliças

Mais de 70% dos mercados atacadistas no mundo prestam algum tipo de serviço público. Destes mercados, 50% são do setor público, 32% entidades semipúblicas e 13% totalmente privadas. O gerenciamento

destes entrepostos é por parceria público-privada em 38%, pelo setor público em 34%, e 17% pelo setor privado. No Brasil, há 41 instituições que geram 72 entrepostos, distribuídos em 22 unidades da federação. A maior parte deles é estatal, administrada pelos governos federal (duas), estaduais (quinze) e municipais (19) ou através de Oscip (quatro).

Os investimentos nas Centrais mundiais entre os anos de 2000 e 2006 atingiram cerca de 1,4 bilhão de euros, média de 200 milhões de euros por ano nos mercados atacadistas. No Brasil ainda não há uma informação concreta de quanto se tem investido nas centrais de abastecimento, pois eles ocorrem de forma isolada e de pequena expressão. Porém, alguns estudos do assunto preveem gasto na ordem de 5 bilhões de reais para modernizar o sistema Ceasa, principalmente para atender a duas grandes demandas, a copa do mundo em 2014 e as olimpíadas em 2016.

* Consultor da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) / Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD)

** Chefe do Departamento de Operações da CeasaMinas



RESÍDUOS ORGÂNICOS VIRAM ADUBO E RAÇÃO ANIMAL; ÓLEO DE COZINHA É TRANSFORMADO EM DETERGENTE; LÂMPADAS E BATERIAS SÃO SEPARADAS E TÊM DESTINAÇÃO ESPECÍFICA. ESSAS SÃO APENAS ALGUMAS DAS INICIATIVAS DE CEASAS QUE TÊM REDUZIDO OS IMPACTOS NO MEIO AMBIENTE, GERANDO ECONOMIA PARA ENTREPÓSITOS E RENDA PARA CATADORES

POR THAIS OLIVEIRA

Algumas das principais centrais de abastecimento do país têm encarado os resíduos produzidos por seus entrepostos como alternativa para gerar emprego e renda, ao mesmo tempo em que reduzem os impactos no meio ambiente. Programas são geridos a fim de encaminhar adequadamente os mais variados materiais, tais como produtos orgânicos, papel, papelão, plástico, lâmpadas e baterias usadas e até óleo de cozinha.

A redução do volume de resíduos destinados aos aterros sanitários pelos entrepostos atacadistas é também fator que gera economia. Isso porque o valor pago para as prefeituras pelo uso dos aterros municipais em geral são rateados entre os lojistas e produtores rurais. Portanto, quanto maior a quantidade de lixo, mais elevados serão os valores de condomínio para os usuários. Ao utilizar formas alternativas de destinação ou reaproveitamento, as CeasasMinas aliam economia à correta gestão dos resíduos.

EM CURITIBA, RECICLAR PARA REDUZIR

NA CEASA PR, 44% DOS RESÍDUOS ORGÂNICOS GERADOS VIRAM ADUBO; TRANSFORMAÇÃO DO ÓLEO DE COZINHA USADO É OUTRA DAS AÇÕES

O Plano de Gestão de Resíduos Sólidos (PGRS), criado pela Ceasa Curitiba em 2006, é um exemplo de reutilização de materiais descartados. Apenas de resíduos orgânicos – basicamente frutas e hortaliças sem condições de consumo –, o entreposto produz diariamente 75,9 toneladas. Com a implantação do PGRS, foi possível reaproveitar 44% desse volume, que antes era entregue ao aterro sanitário. Atualmente, são transformados em ração animal e adubo por uma empresa licenciada para tal atividade.

Os criadores de animais cadastrados na gerência de mercado da unidade também são beneficiados pelo programa da Ceasa Curitiba. Os criadores podem recolher, diretamente

de contêineres, disponibilizados nos pontos de coleta, hortigranjeiros que apresentaram perdas e não foram comercializados pela unidade. Os produtos são impróprios ao consumo humano pelo alto grau de maturação, mas adequados para a alimentação animal.

Outra ação que permite o reaproveitamento fica a cargo da Associação de Catadores de Materiais Recicláveis (Amar Ebenezer), instalada em barracão cedido pelo entreposto. A Amar é responsável pela coleta seletiva de quase 18 mil quilos por mês de papel, vidro, metal e plástico, descartados em lixeiras específicas para cada tipo de material.

O PGRS tem contribuído ainda para o



Ceagesp/Divulgação

Resíduos orgânicos passam por compostagem pela Ceagesp

reaproveitamento do óleo vegetal proveniente das lanchonetes e restaurantes do entreposto. Para isso, a Ceasa Curitiba disponibiliza bombonas (reservatórios plásticos) para a deposição dos óleos de frituras até o transporte e destinação final. Uma empresa autorizada pela Central transforma o produto coletado em sabão e detergentes, e parte é disponibilizada gratuitamente para as lanchonetes e restaurantes que doaram o óleo.

Dentre as atividades do PGRS está também a correta destinação das lâmpadas fluorescentes. Toda vez que o setor de manutenção da unidade de

Curitiba efetua a troca de lâmpadas das áreas comuns, o material que não será mais usado é acondicionado por cerca de quinze dias.

Esses resíduos são recolhidos por uma empresa especializada que encaminha o material para o aterro industrial. Já a destinação das lâmpadas, pilhas, baterias e reatores provenientes de trocas internas das lojas são de responsabilidade dos permissionários, que, em sua maioria, depositam esses materiais nos pontos de coleta disponibilizados pela Prefeitura Municipal de Curitiba.



Ceasa PR/Divulgação

Lâmpadas fluorescentes têm destinação específica na Ceasa PR

A RECEITA DA MAIOR CEASA DO PAÍS PARA OS RESÍDUOS

NA CEASA DE SÃO PAULO, 60% DAS PERDAS QUE IAM PARA O ATERRO HOJE SÃO APROVEITADAS COMO ADUBO

Assim como a Ceasa Curitiba, a maior central de abastecimento do Brasil, a Ceagesp, também implantou em sua unidade um programa que visa a destinar adequadamente os seus resíduos. A Ceagesp comercializa por dia cerca de 10 mil toneladas de produtos orgânicos, o que a torna uma grande geradora de resíduos.

A Ceagesp transformou 60% dos produtos hortigranjeiros que apresentavam perdas e iriam para aterros sanitários em adubo por meio da compostagem. Os materiais são levados a uma usina de compostagem, localizada em Campinas, onde os resíduos orgânicos são amontoados e colocados a céu aberto.

Em aproximadamente 40 dias o adubo fica pronto para utilização. Cada tonelada de resíduo produz cerca de 0,3 tonelada de adubo. A Ceagesp recebe, por cláusula contratual, 10% do adubo gerado para utilização em suas áreas verdes. O processo de compostagem realizado pela Ceagesp deixou de enviar ao aterro sanitário 64.800 mil toneladas em quatro anos de projeto.





Catadores utilizam carrinho elétrico na Ceasa Campinas

CASO O PROGRAMA NA CEAGESP NÃO EXISTISSE, CERCA DE 90 MIL ÁRVORES TERIAM QUE SER PLANTADAS PARA AMENIZAR OS IMPACTOS AMBIENTAIS DO ENTREPOSTO. A UNIDADE EVITOU TAMBÉM A EMISSÃO DE 12.960 MIL TONELADAS DE CO₂ NA ATMOSFERA

Outra ação do programa de reciclagem da central de São Paulo é o reaproveitamento da palha e do capim utilizados no transporte de algumas frutas. O capim reaproveitado serve como substrato no cultivo de cogumelos e é vendido para produtores da região de Mogi das Cruzes (SP). Somente em agosto foram comercializadas pela Ceagesp 154 toneladas de palha e capim.

♻️ FAZENDO A RECICLAGEM FUNCIONAR

Em 2005 o entreposto criou o programa de reciclagem que gera receita e diminui despesas de rateio para os permissionários,

além de favorecer a imagem da central.

O programa distribuiu 145 contêineres pequenos (1,2 m³) e 70 contêineres grandes (5 m³) no entreposto. São identificados de acordo com as cores: os laranjas são usados para papel, plástico, metal, vidro e madeira, enquanto os verdes servem para frutas, legumes, verduras e palha. “Mediante essa distinção de cores pode haver a pré-separação de resíduos orgânicos de outros de natureza sólida, para evitar que se misturem desde sua origem”, explica Sérgio Pereira, coordenador de sustentabilidade da Ceagesp.

CAMPINAS MOSTRA O QUE FAZER COM O LIXO

COLETA SELETIVA, EDUCAÇÃO AMBIENTAL E COMPOSTAGEM FORMAM A BASE DAS INICIATIVAS NA CEASA CAMPINAS

Já na Ceasa Campinas são produzidas em média 820 toneladas de resíduos por mês, sendo mais de 90% de origem orgânica. Em 2006 a central implantou o Sistema de Gerenciamento de Resíduos (SGR). O programa engloba toda a comunidade que

atua na Ceasa ou a visita, como trabalhadores, permissionários, compradores e visitantes (ver quadro).

“Grande parte daquilo que se transformaria em lixo ganhará utilidade tanto no combate à fome de famílias carentes,

como na transformação em ração animal e adubo. Além disso, promove maior produtividade na geração de trabalho e renda na Cooperativa Unidos na Vitória (de catadores)”, explica Demétrio Vilagra, presidente da Ceasa Campinas.



Lixeiras divididas por cores facilitam reciclagem

Coleta seletiva: são coletados pela Cooperativa Unidos na Vitória cerca 36 toneladas/mês de papel, plástico, vidro e metal. A cooperativa funciona dentro da Ceasa e conta com uma equipe de 17 pessoas. Já as 44 toneladas/mês de madeira são recolhidas pelos funcionários da Ceasa e trocadas por mudas de plantas. A palha é separada e reaproveitada pelos próprios comerciantes. Dentro do entreposto há coletores específicos para cada tipo de resíduo, área de três mil metros quadrados onde funciona o galpão da cooperativa e pátios de depósito e manipulação de madeira e palha.

Educação ambiental: é desenvolvido junto à comunidade do entreposto o programa de educação ambiental para que se separe e coloque os resíduos nos coletores apropriados. Na central são distribuídos periodicamente panfletos e cartazes, colocadas faixas, mensagens educativas em carros de som, realizadas visitas e reuniões com atacadistas, funcionários, vigilantes e outros trabalhadores que atuam na Ceasa.

Compostagem: a transformação de frutas, verduras, legumes e plantas em adubo, isto é, a compostagem dos resíduos orgânicos é realizada pela Usina de Compostagem da prefeitura. Em abril de 2009 cerca de 30% dos resíduos orgânicos eram compostados na Ceasa; hoje esse número aumentou para 60%, o equivalente a 740 toneladas ao mês. Uma das destinações do adubo é a utilização para as áreas verdes da unidade e para o município de Campinas.

Em 2008 esse trabalho de gestão de resíduos da Ceasa Campinas foi um dos ganhadores do Prêmio Rede Anhanguera de Comunicação (RAC) e Sanasa de Responsabilidade Ambiental.

POR QUE O ÓLEO USADO PODE SER TÃO PREJUDICIAL AO MEIO AMBIENTE?

O óleo de cozinha usado e a gordura são substâncias que não se misturam com a água e que, quando jogados diretamente no ralo da pia ou no lixo, poluem córregos, riachos, rios e o solo, além de danificar o encanamento das residências e prédios.

Se 1 litro de óleo de cozinha não for despejado no rio, deixaremos de poluir 1 milhão de litros de água.

A poluição pelo óleo faz encarecer o tratamento de água em até 45%, além de agravar o efeito estufa, uma vez que a água poluída pelo óleo ao desembocar no mar gera uma reação química que libera gás metano, componente considerado mais agressivo do que o gás carbônico.

Além de para sabão, o óleo de cozinha pode ser reaproveitado para produzir resina para tintas, detergentes, glicerina, ração para animais e biodiesel.





PAINEL

CEASAMINAS DE CONTAGEM TERÁ BANCO DE CAIXAS A PARTIR DE FEVEREIRO



Foto Alessandro Conegundes

Obras do Banco de Caixas são realizadas no entreposto de Contagem



Ceasas como a de Campinas já adotam bancos de caixas plásticas



Fruit e Tech 2010 expôs novidades em frutas, legumes e derivados



Recursos para entreposto da Ceagesp serão usados em revitalização

NO entreposto de Contagem da CeasaMinas está previsto para o próximo dia 3 de fevereiro o início de operação do Banco de Caixas UAI, que possibilitará modernizar o acondicionamento de frutas e hortaliças, por meio do uso de caixas plásticas retornáveis. As obras ocorrem em uma área total de 20 mil metros quadrados, com investimentos da ordem de R\$ 15 milhões feitos pela Consultoria e Auditoria Ambiental (CAA), empresa responsável por implantar e operar o sistema. A CAA assinou com a CeasaMinas um Contrato de Concessão de Uso (CCU) neste ano de 2010, após vencer licitação pública, pelo prazo de 25 anos.

Após a implantação, o comprador que entrar no entreposto passará pelo Banco UAI e deixará um determinado número de embalagens vazias, o que lhe dará direito aos vales-caixa. De posse deles, o comprador vai adquirir mercadorias no entreposto e repassá-los ao fornecedor (lojista ou produtor rural). Quem receber o vale, pode trocá-lo no Banco UAI, o qual irá entregar as caixas já higienizadas. Além de promover o rodízio das embalagens, o Banco de Caixas Uai será responsável por armazenar, vender, higienizar, estocar e entregar embalagens plásticas padronizadas dentro das normas exigidas pela lei. Confira como ficará o controle da

entrada de caixas a partir de 3/1/2011, para banana e tomate:

- caixas de madeira e de papelão continuarão sendo permitidas, mas essas embalagens devem ser novas;
- a entrada de caixas plásticas somente será permitida com apresentação do certificado de higienização e dentro dos padrões estabelecidos (tamanho, altura, materiais, etc.);
- as mudanças para outros produtos vão obedecer ao cronograma previsto para ser implantado ao longo de 2011.

Informações: (31) 3399-2235

Fontelles anuncia liberação de R\$ 11,3 milhões para Ceagesp

O secretário executivo do Ministério da Agricultura, José Gerardo Fontelles, anunciou em outubro na sede da Ceagesp, em São Paulo, a liberação dos R\$ 11,3 milhões de aumento de capital para a empresa. Desse total, cerca de R\$ 7 milhões serão usados para obras de recuperação do espaço conhecido por MLP (Mercado Livre do Produtor) no Entreposto Terminal São Paulo (ETSP), na Vila Leopoldina, o maior da rede Ceagesp e o terceiro maior entreposto de produtos hortícolas do mundo. A autorização para a operação consta de decreto publicado no Diário Oficial da União de 18 de junho. “O governo federal está empenhado em apoiar a diretoria e os permissionários da Ceagesp”, enfatizou Fontelles para permissionários e seus representantes, além de sindicatos rurais que compareceram à solenidade, junto com toda a diretoria da Ceagesp e funcionários de diversas áreas suas.



Secretário executivo do Ministério da Agricultura, José Gerardo Fontelles, anunciou liberação de R\$ 11,3 milhões

BANCO DE ALIMENTOS

O governo federal também liberou recursos para o Banco Ceagesp de Alimentos (BCA). No início de setembro,

a ministra do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), Márcia Lopes, anunciou o repasse de cerca de R\$ 924 mil para o BCA. Fonte: Assessoria de Comunicação Ceagesp.

EM BH, CAMPANHA DE SEGMENTAÇÃO DE BATATAS ORIENTA PÚBLICO

Alguns consumidores de Belo Horizonte já começaram a comprar batatas de modo diferente. Teve início no mês de outubro, em dois sacolões da capital mineira, o processo de segmentação de batatas em função do uso culinário específico. Ao chegar a esses estabelecimentos, o cliente se depara com duas bancas: em uma delas é colocada uma variedade da hortaliça própria para assar e fritar, e em outra, um tipo adequado para cozinhar e assar. Ao lado de cada banca foi colocado um cartaz que informa o nome da batata, suas características e o tipo de preparo mais recomendável. “O objetivo desta etapa é oferecer a batata a granel e deixar que a dona de casa seleccione e pegue gosto pela variedade”

explica a coordenadora do projeto pela Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Seapa), engenheira agrônoma Luciana Rapini. O programa é coordenado pela Seapa e pela CeasaMinas, com apoio de instituições públicas do setor, além do Movimento das Donas de Casa e Consumidores (MDC). A expectativa é ampliar a parceria com outros estabelecimentos de varejo. Esse projeto foi matéria de capa da última edição da revista *Abastecer Brasil*. Confira o PDF em www.abracen.org.br

NOVIDADES NA FRUIT TECH 2010

Mercado, produção e novas tecnologias para a expansão do setor

voltaram a ser destaques na Feira Internacional de Frutas, Legumes e Derivados, Tecnologia e Logística (Fruit & Tech 2010), realizada no fim de setembro em São Paulo. Neste ano, uma das novidades foi a apresentação de embalagens para frutas desenvolvidas em novos materiais, como o EPS (poliestireno expandido).

O EPS é reciclável e reduz os impactos ao meio ambiente, além de proporcionar maior resistência, leveza e funcionalidade. As embalagens de EPS permitem a manutenção das propriedades e nutrientes das frutas por mais tempo. Outros diferenciais do produto são a impermeabilidade sem deformação, higiene e neutralidade química.

Uma das tendências de mercado verificadas no evento é o uso da marca nas frutas e legumes, como forma de agregar valor aos produtos e fidelizar clientes. Um dos expositores, a Agrobeleni, trouxe para esta edição o conceito da “SuperBatata”, produto que tem a marca da empresa estampada em embalagens práticas, seguras e recicláveis.

Para facilitar a escolha do consumidor, a empresa diferenciou a “SuperBatata” em duas embalagens: a vermelha, que traz o alimento ideal para fritar e preparo de nhoque; e a amarela, para assar, cozinhar e fazer purê.



Foto: Thais Oliveira

Batatas são separadas e classificadas em função do tipo de preparo culinário

CEASA DE LONDRINA EMITE CERTIFICAÇÃO FITOSSANITÁRIA

Convênio entre o Núcleo Regional da Secretaria da Agricultura e do Abastecimento de Londrina (PR) e a Central de Abastecimento paranaense permite que a Certificação Fitossanitária de Origem para emissão da Permissão de Trânsito de Vegetais – PTV seja emitida dentro da própria unidade. Um engenheiro agrônomo da Defesa Sanitária Vegetal atua

diretamente com os permissionários, para comprovação da origem e sanidade dos produtos comercializados que saem de Londrina para os mercados interestaduais ou mesmo internacionais. O trabalho atende ainda às exigências dos consumidores no que se refere à segurança alimentar, pois confere rastreabilidade aos produtos.

UMA HISTÓRIA MARCANTE, NÃO TÃO RECENTE MAS ATUAL!

CARMO ROBILOTTA

2ª parte



Na primeira parte desta matéria tratei das batalhas enfrentadas durante gerações que marcaram o consumo de FLV e resta, agora, um pouco da história iniciada a partir do advento da rede Ceasa implantada nos grandes centros de consumo do país.

Nas décadas de 70/80 algumas Ceasas administravam equipamentos varejistas, os chamados Hortomercados e quase todas operavam seus varejões. Os Hortomercados que ainda existem funcionam totalmente fora do seu conceito original e poucas Ceasas continuam operando o sistema "varejão", a exemplo da Ceagesp. Em São Paulo, as feiras livres sempre foram muito representativas na distribuição de FLV e o Varejão da Ceagesp mantém o mesmo formato e exerce forte atração junto aos consumidores paulistanos. Mas acredito que o importante não é só administrar equipamentos de varejo e sim promover uma ação voltada para estimular efetivamente o consumo alimentar destes produtos.

A WUWM, entidade mundial que congrega tradicionalmente mercados atacadistas, abriu seu estatuto social para permitir o ingresso de associados varejistas. Achei esta iniciativa muito importante, pois conhecer ou estar próximo às estratégias do varejo é conhecer antecipadamente as demandas que serão formuladas e dirigidas para os setores intermediário e da produção. É o varejo/consumo que "puxa" a cadeia produtiva! Acredito que a Abracen está pronta para, quem sabe, institucionalizar este caminho junto à Associação Brasileira de Supermercados (Abras).

Fazemos muito pouco, ainda, pelo consumo! Com raras exceções encontramos profissionais de nutrição nos quadros funcionais das Ceasas. As que existem são, na sua grande maioria, voltadas para o atendimento aos programas sociais. Podemos avançar e fazer do estímulo ao consumo uma prioridade para a gestão de nossas Ceasas.

Temos que exercitar nosso universo de parcerias, e entre elas com as prefeituras municipais. A recente lei federal que obriga a aquisição mínima de 30% de produtos da agricultura familiar

para compor os cardápios da merenda escolar é um valioso instrumento de estímulo e orientação ao consumo. Precisamos nos "oferecer" às prefeituras municipais, pois, seguramente, podemos contribuir; a exemplo do Programa Horti Escolha desenvolvido pela Ceagesp.

O setor dos chamados grandes consumidores (restaurantes industriais e coletivos, os hospitais, etc.) tem evoluído muito nos últimos anos. Contudo, pouco conhecemos do seu potencial de consumo de FLV. Será que a formulação dos seus cardápios considera a sazonalidade dos hortigranjeiros? É fundamental entender as demandas das empresas operadoras deste segmento, especialmente quanto a logística diferenciada, e disponibilizar nossos serviços, a exemplo das informações de produção e mercado que mantemos atualizadas permanentemente.

Enfim, precisamos ainda e, com urgência, elaborar uma grande campanha nacional de estímulo ao consumo de FLV. Não me lembro de campanhas recentes. O que vemos é a mídia associar o FLV à prevenção de diversas doenças. As grandes redes de supermercados investem em constantes promoções comerciais. O "Programa 5 ao Dia" no Brasil não teve o

apoio e a parceria necessária para se desenvolver a exemplo dos países europeus e dos EUA.

Precisamos estar junto aos eventos sobre nutrição alimentar, junto às feiras de produtos orgânicos e a outros inúmeros fóruns nacionais que tratam do tema.

Espero não precisar recorrer às terapias para livrar-me do trauma infantil da salada! Quem sabe, nesta cruzada para promover o estímulo ao consumo eu possa gradativamente entender que a intenção da minha mãe à época não era, necessariamente, aplicar uma pena capital e sim iniciar, mesmo que "goela abaixo", o hábito salutar do consumo de FLV.

Diante disto, aquela bola na vidraça pode ter sido um gol de placa!

Carmo Robilotta Zeitune

Diretor Técnico Operacional da Ceasa/ES.



A EXPERIÊNCIA DO CONSÓRCIO INTERMUNICIPAL NA CEASA CAXIAS DO SUL

Presidente da Ceasa Caxias do Sul, Nestor Pistorello, responsável pelo consórcio de 11 municípios

Há 12 anos, um grupo de 11 municípios da região nordeste do Rio Grande do Sul se mobilizou para reativar o funcionamento da central de abastecimento que havia sido desativada pelo governo estadual em Caixas do Sul. A articulação entre as prefeituras deu origem à Administradora de Consórcios Intermunicipais (Adcointer), empresa pública que tem como acionistas os municípios de Antônio Prado, Caxias do Sul, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, Ipê, Nova Pádua, Nova Petrópolis, Nova Roma do Sul, Protásio Alves e São Marcos. A forma diferenciada de gestão reaqueceu a produção da regional que é considerada pólo de frutas e hortaliças do estado. Nesta entrevista, o presidente da Adcointer e secretário de Agricultura de Caxias do Sul, Nestor Pistorello, destaca o perfil da produção local e alguns projetos como o banco de caixas plásticas.

- 1. O que significa administrar uma Ceasa por meio de consórcio de municípios, algo diferente do modelo padrão de gestão presente nas centrais de abastecimento?** Significa um maior comprometimento gerencial, pois envolve não só o município sede, como a região produtora, e um pensar coletivo.
- 2. Quais seriam os três principais desafios da Ceasa Serra atualmente?** Os principais desafios existentes são a conclusão do planejamento referente à área física: a portaria e seu controle logístico que virá em benefício de todos e o seu corpo funcional reestruturado. Ou seja, queremos criar um novo acesso viário por meio da construção de outra portaria, o que irá viabilizar inclusive o funcionamento do banco de caixas plásticas. Já temos o prédio e as instalações do banco prontas. Vamos contratar a empresa que irá operá-lo e acreditamos que até meados de 2011 ele esteja funcionando.
- 3. A criação do consórcio de municípios se deu pela necessidade de reorganizar o abastecimento por meio da criação da Ceasa Serra, a qual havia sido desativada pelo governo estadual. O sr. acredita que o modelo do consórcio pode ser uma boa alternativa para outros municípios que, apesar do potencial de produção, encontram dificuldades em implantar um empreposto?** A criação do consórcio deu-se por necessidade, pela desistência dos governos federal e estadual. O consórcio é uma alternativa viável que poderá ser seguido por outras regiões.
- 4. A região de Caxias do Sul é considerada a principal área de produção de hortigranjeiros do estado. A que se deve essa liderança?** Esta liderança deve-se inicialmente ao aspecto empreendedor do produtor rural e sua capacidade, aliados ao clima e solo, bem como ser localizado em região de centros que facilitam a comercialização.
- 5. A Ceasa Serra é um canal de comercialização principalmente dos produtos cultivados na própria região. Como o sr. avalia o impacto desse tipo de central de abastecimento regionalizada para a economia dos municípios do entorno?** A região tem como característica as pequenas propriedades. O cultivo de olerícolas e frutícolas exige mão de obra especializada e constante, com produtos que sejam viáveis de produção na região. Este impacto favorece os municípios, pois tem uma central de negócios que impulsiona e serve como referência regional. Seria muito difícil cada município ter uma estrutura semelhante e pulverizada.
- 6. O sr. acredita que a construção de Ceasas regionais, de menor porte, possa ser uma alternativa para impulsionar sobretudo a agricultura familiar de regiões específicas?** As Ceasas menores, em regiões com potencialidade de produção, são viáveis. Entretanto, há que levar em conta a proximidade entre uma e outra, o que poderia inviabilizar esse sistema. Haveria, por isso, a necessidade de um estudo de produção/localização/comercialização.
- 7. Mesmo sendo polo na produção de hortigranjeiros do estado, a região de Caxias do Sul ainda é dependente da oferta de produtos de outros estados ou regiões?** A diversificação é grande, porém sempre existem as intempéries e entressafras, mas há um local que poderá suprir a região. Assim, como mercadorias são exportadas para outros estados, existem as importações, em especial de produtos não originados na região.
- 8. Como a Ceasa Serra vem tratando da questão do terreno com a Conab?** O imóvel da Ceasa Caxias pertence à Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), órgão federal, sendo o terreno doado pelo município para fim específico: a construção da Ceasa. Após o consórcio ter as-

sumido, houve investimentos, duplicando a área de funcionamento. O terreno é de 72 mil m². O consórcio quer adquirir o imóvel, ressarcindo o que a Conab investiu. Este processo está em discussão na Conab para poder viabilizar o crescimento e a implantação do banco de caixas.

9. O texto da proposta de lei específica das Ceasas está em análise pelo Ministério da Agricultura

para ser remetido à Casa Civil e, posteriormente, ao Congresso Nacional para debate e votação. Na sua avaliação, quais os principais benefícios que a proposta de lei específica das Ceasas trará para o setor? A lei dará tranquilidade às Ceasas para a sua gestão, criando normas específicas para gerir os mercados. Isto, com certeza proporcionará o crescimento do setor.

MUNICÍPIOS DO CONSÓRCIO:

Antônio Prado, Caxias do Sul, Farroupilha, Flores da Cunha, Garibaldi, Ipê, Nova Pádua, Nova Petrópolis, Nova Roma do Sul, Protásio Alves e São Marcos.



COMERCIALIZAÇÃO NA CEASA/SERRA

ANO	KG	R\$
2001	29.329.927,80	18.251.123,45
2002	27.981.494,10	20.077.917,89
2003	28.348.432,90	22.612.999,00
2004	33.384.023,30	29.813.736,15
2005	30.556.619,20	28.815.226,15
2006	39.708.765,60	28.782.561,20
2007	32.026.651,50	36.454.029,23
2008	39.106.387,92	36.998.084,72
2009	34.336.756,82	41.775.854,37
TOTAIS	294.779.059,14	263.581.532,16



INTERIORIZANDO O ABASTECIMENTO*

RIO GRANDE DO NORTE VAI CONTAR COM A PRIMEIRA CENTRAL DE ABASTECIMENTO NO INTERIOR DO ESTADO, EM MOSSORÓ. REGIÃO É UM DOS PRINCIPAIS POLOS DE FRUTICULTURA IRRIGADA DO NORDESTE



Ceasa RN/Divulgação

Ceasa RN em Natal, onde circulam cerca de 120 mil pessoas por mês, concentra 337 permissionários, entre lojistas e usuários do Mercado Livre do Produtor

A Ceasa do Rio Grande do Norte prepara-se para um novo desafio neste ano. Trata-se da implantação do entreposto de Mossoró, município a 270 km de Natal, na região oeste do estado. O projeto da central, a primeira do interior potiguar, conta com uma área total de 13 mil metros quadrados, 2,5 mil m² construídos, que inclui dois pavilhões, em investimento de R\$ 1,5 milhão do governador Ibrê Ferreira de Souza. O mercado terá dois pavilhões, sendo um para as lojas,

e outro voltado à comercialização da agricultura familiar e orgânica. Haverá espaço também para programas sociais de combate ao desperdício de alimentos e à fome.

Após a conclusão das obras neste último trimestre do ano, antes do funcionamento do mercado deverá ser realizado um levantamento logístico dos permissionários, segundo o presidente da Ceasa RN, Múcio Navarro.

A nova Ceasa vai funcionar no terreno que sediava o Centro Regional

de Agricultura de Mossoró, em frente ao aeroporto. Múcio Navarro destaca que o empreendimento vai oferecer uma estrutura física para coleta, armazenamento e comercialização de produtos da agricultura, tanto para a rede varejista de Mossoró e regiões vizinhas, quanto para outros estados e consumidores finais. "O resultado desta iniciativa é a agregação de valor ao pequeno produtor, garantindo melhores rendas e condições de vida, além do benefício para a população local", afirma.

CONTEXTO

Mossoró possui cerca de 245 mil habitantes e tem na fruticultura irrigada, principalmente do melão, uma das bases da economia. De acordo com o Comitê Executivo de Fitossanidade do Rio Grande do Norte (Coex) atualmente a fruticultura irrigada gera 24 mil empregos diretos e outros 60 mil de forma indireta.

A nova Ceasa deve impulsionar o mercado interno para a fruticultura, que hoje vem ganhando espaço nos mercados da Europa, Estados Unidos e Japão. Segundo a Prefeitura Municipal de Mossoró, 90% da produção brasileira do melão voltada à exportação é cultivada no Rio Grande do Norte. Estima-se que a maior parte da produção de melão (cerca de 85%) seja destinada ao mercado externo, além de melancia, caju, mel de abelha e castanha de caju.

O novo entreposto deve propiciar ainda condições para agricultores e

atacadistas da região ganharem mais autonomia, já que haverá espaço para comercialização direta, reduzindo a dependência de intermediários.

Um dos fatores que podem ser decisivos para o sucesso da nova central de abastecimento é o *know-how* acumulado pela Ceasa RN nos 34 anos de funcionamento do principal entreposto do estado, localizado em Natal. Ao longo desses anos, a empresa tem sido responsável por boa parte da comercialização de produtos de frutas e hortaliças do estado.

Na Ceasa RN circulam mensalmente cerca de cento e vinte mil pessoas que comercializam mais de vinte mil toneladas de produtos vindos de todas as partes do Brasil. A unidade ainda gera 1,2 mil empregos diretos, concentra 337 permissionários (entre usuários do Mercado Livre do Produtor e lojas), além de 120 carregadores autônomos autorizados.



Janaina Oliveira/Divulgação

Presidente da Ceasa RN, Múcio Navarro: perspectivas de melhores rendas para o produtor

SEGURANÇA ALIMENTAR EM PAUTA

AÇÕES SOCIAIS FOCAM COMBATE ÀS CARÊNCIAS NUTRICIONAIS

O papel da Ceasa RN não se limita a administrar o abastecimento do estado. A estatal tem sido responsável por desenvolver projetos sociais com foco na segurança alimentar. É dentro do Programa Ceasa Cidadã que se encontram os projetos sociais desenvolvidos pelo governo do estado e coordenados pela central de abastecimento.

MESA DA SOLIDARIEDADE

O projeto Mesa da Solidariedade é uma iniciativa de combate à fome desenvolvida pela Ceasa RN por meio da parceria com o Movimento de Orientação e Integração Social (Meios).

Funcionando como um banco de alimentos, o projeto tem diminuído o desperdício na central e contribuído para a melhoria da qualidade de vida das centenas de famílias atendidas.

Diariamente os alimentos que não possuem valor comercial são arrecadados para as doações. Na sede do projeto, que funciona na própria Ceasa, uma equipe de estagiários manipula os alimentos sob as orientações da nutricionista, verificando o que pode ser aproveitado para o consumo humano. A partir daí, o que antes era desperdício torna-se alimento.

Para o funcionamento, o Mesa da

Solidariedade conta com a colaboração das doações de alimentos que os permissionários da central realizam, além do apoio dos supermercados, das padarias e do Programa Federal Compra Direta, coordenado pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (Emater/MG).

Durante os sete anos de funcionamento o projeto doou mais de 1,8 mil toneladas entre frutas, verduras e legumes. Atualmente 520 famílias e 24 instituições são beneficiadas semanalmente com a doação de alimentos do Mesa da Solidariedade.



01

03



02

04



1. O programa Farmácia de Todos oferece medicamentos 40% mais baratos • 2. Mesa da Solidariedade atende 520 famílias • 3. Preparação do Sopão • 4. Nutricionistas realizam seleção das doações

☉ SOPÃO DE TODOS

O Sopão de Todos busca minimizar a insuficiência alimentar da população carente da Região Metropolitana de Natal. Atualmente, o projeto atende cerca de 80 mil pessoas por mês com a produção de 5.000 litros por semana, o que corresponde à entrega de 1 litro da sopa para cada família (considerando-se quatro pessoas por família). A expectativa de duplicar a produção.

As assistentes sociais do projeto

realizam pesquisas nas comunidades para verificar as maiores demandas dos beneficiários, oferecendo palestras educativas para os milhares de pessoas cadastradas no projeto.

O alimento é triturado para que todos os ingredientes sejam distribuídos uniformemente às pessoas que recebem a sopa e possam ser consumidos também tanto por idosos, lactantes e crianças.

☉ FARMÁCIA DE TODOS

Com quase seis anos de funcionamento, o Farmácia de Todos, projeto coordenado pela Ceasa RN, destaca-se por oferecer à população acesso a medicamentos essenciais, através da comercialização de produtos com custo reduzido, em até 40% em relação aos vendidos nas farmácias convencionais. Atualmente o Programa Farmácia de Todos contempla 27 unidades no Rio Grande do Norte.

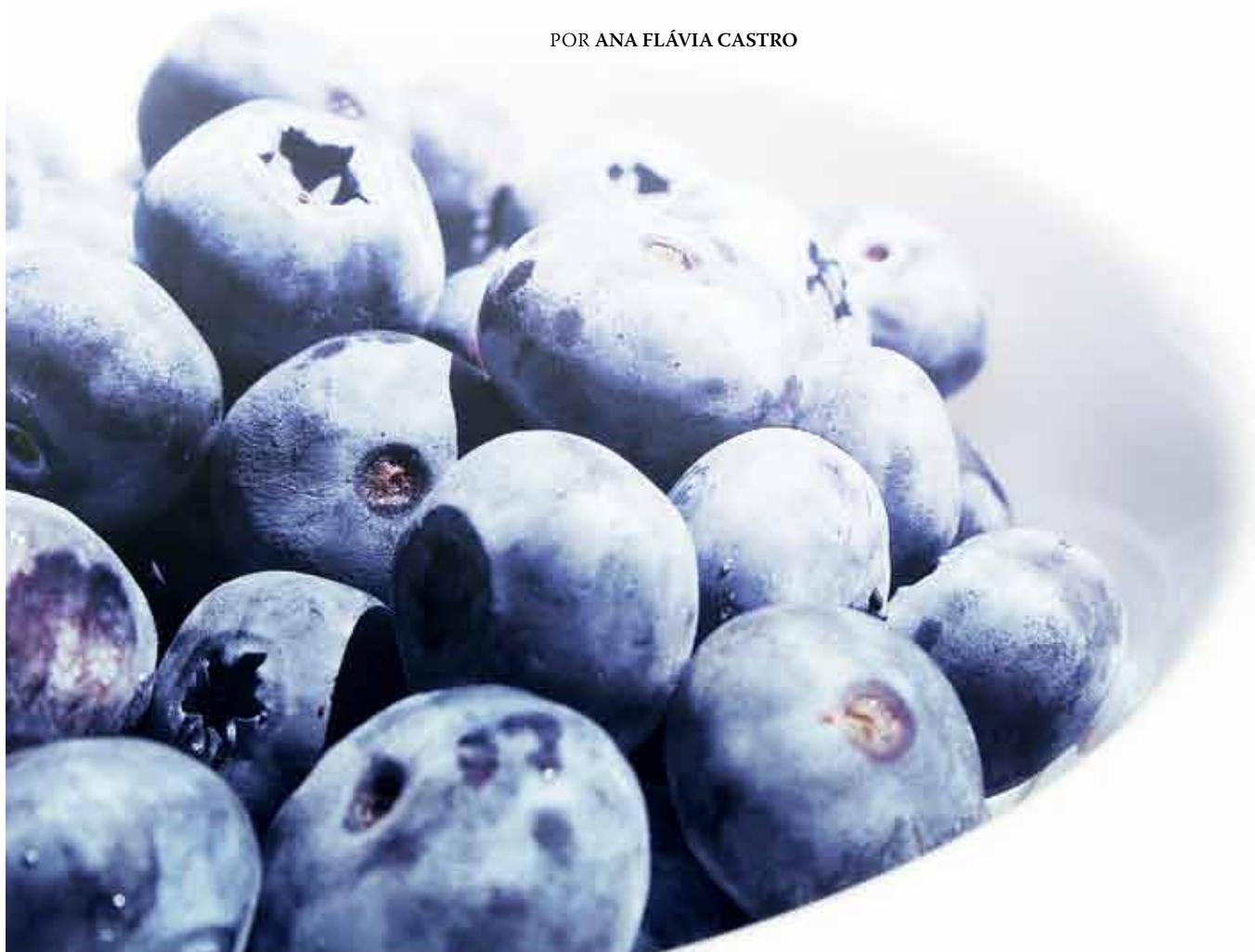
* Com informações da Assessoria de Comunicação da Ceasa RN.



A FRUTA DA LONGEVIDADE

AINDA POUCO CONHECIDA NO BRASIL, O BLUEBERRY TEM DESPERTADO AOS POUCOS A ATENÇÃO DE ALGUNS PRODUTORES INTERESSADOS NO ALTO VALOR DA FRUTA NO MERCADO. PARA OS CONSUMIDORES, JÁ EXISTEM OPÇÕES ATÉ MESMO DE SORVETES QUE UTILIZAM ESSA FRUTA TÃO POPULAR NOS ESTADOS UNIDOS

POR ANA FLÁVIA CASTRO





O mercado de frutas e hortaliças no Brasil é muito mais diversificado do que se imagina. Frutas com sabores e cores “desconhecidos”, hortaliças dos mais diversos tipos e que, na maioria das vezes, não chegam à mesa do consumidor brasileiro. Quando chegam, raras vezes é in natura, fazendo com que sejam cada vez mais desconhecidos no mercado.

De cor azul, sabor ácido e com potentes propriedades medicinais, o blueberry ainda é uma fruta desconhecida pela maioria dos consumidores.

A difícil propagação e expansão no Brasil, devido ao clima, solo e o pouco conhecimento no manejo e colheita, faz dele uma fruta cara no mercado. No comércio atacadista da CEAGESP, o blueberry pode ser encontrada, em média, a R\$ 60 a caixa com um quilo e meio. No varejo, uma bandeja com 125 gramas pode ser encontrada de R\$ 10 a R\$ 13. Mas o forte investimento na fruta atualmente vem sendo o mercado de alternativas de consumo, onde de alguma forma a fruta chegue até a mesa da população, como geleias, polpas de suco, sorvetes e licores.

Estudos científicos da fruta em ratos de laboratório deram ao blueberry a característica de “fruta da longevidade”. A pequena fruta azulada carrega em seu pigmento a vitamina K e uma quantidade de nutrientes capazes de agir no tratamento de alguns tipos de câncer, em doenças cardiovasculares, problemas dos rins e dos ossos. Acredita-se que auxilia no tratamento da visão e retarda o envelhecimento ao agir na coordenação motora e na memória, com apenas meia xícara diária da fruta.

Cultivo

Há alguns anos, cultivar blueberry no Brasil era um ato de coragem para a maioria dos produtores, principalmente na região de Minas Gerais, onde o clima é obstáculo. Gilmar Alves Garcia é produtor do município de Barbacena (MG) e há alguns meses vem apostando muito no mercado do blueberry. “É uma fruta nova, diferente, gostosa e que pode ser revertida em diversos produtos. Mas quero comercializar blueberry ao natural, é uma fruta muito saudável”, explica o produtor.

Gilmar ainda não levou o blueberry para o mercado. Ainda está em fase de primeira produção há cerca de 2 anos e a primeira remessa de colheita da fruta é para os próximos meses. Os motivos que levaram Gilmar a investir na pequena fruta foram os mesmos da maioria dos produtores no país: o alto valor comercial que possui, e a inovação no mercado das frutas.

O mercado de produtos exóticos ainda atende uma minoria da população brasileira. Blueberry aqui no Brasil é também conhecida como mirtilo e, de acordo com o gerente da atacadista Irmãos Pereira, Reginaldo Ribeiro, localizada no entreposto de Contagem da CeasaMinas, a procura por esses

produtos exóticos vem, em sua maioria, da zona sul da capital. A região abriga população de alto nível de renda, o que favorece o consumo de produtos com maior valor comercial.

“A Irmãos Pereira não visa a lucro ao trabalhar com os produtos exóticos, ninguém fica rico comercializando

esse tipo de produto. Procuramos apenas atender os nossos clientes. A demanda é pequena mas existem aqueles que procuram e temos que atender sempre”, conta Reginaldo acreditando que o mercado tende a crescer cada vez mais, já que está apenas no início.



Foto Ana Flávia Castro

Sorvete de Blueberry é uma das especialidades da loja de Fernando Lana, em Belo Horizonte





A NOVA CARA DO SACOLÃO*

ELES SEMPRE FORAM LEMBRADOS COMO OPÇÕES DE PREÇOS MAIS BAIXOS, MAS HOJE OS SACOLÕES BUSCAM SE ADEQUAR ÀS EXIGÊNCIAS DO NOVO MERCADO, AGREGANDO ATENDIMENTO, QUALIDADE E PRODUTOS COMO DIFERENCIAIS

POR VERLAN ANDRADE E WHIRLLENY VIEIRA



No fim da década de 70, um comerciante de Contagem, na região metropolitana de Belo Horizonte, teve a ideia de aproveitar boa parte das frutas e legumes de baixo padrão que em geral sobravam na mão dos produtores para criar um novo tipo de negócio. As mercadorias eram compradas a preços mais baixos no atacado e vendidas a preço único no varejo, ao valor de 1 mil cruzeiros o quilo. Estava criado o primeiro modelo do comércio hoje conhecido como sacolão.

O comerciante em questão é lembrado até hoje pelos contemporâneos como Nonô Mil, por causa do preço único que adotava em todas as mercadorias. Segundo lembra o assistente técnico da CeasaMinas, João Felisberto Miranda, a ideia na época caiu como uma verdadeira novidade e acabou aos poucos copiada por outros lojistas do ramo, considerando que até então o comércio de hortifrútiis no varejo se concentrava basicamente das feiras livres e mercados distritais.



Fotos: Whirlenny Vieira

Atendimento e variedade são duas das estratégias adotadas pelas lojas especialistas em hortifrúti. Abaixo, Ana Paula Martins, da Rede Oba: "Quem se preocupa com alimentação vai a uma loja especializada"

Passaram-se três décadas e hoje os sacolões convivem com uma outra realidade que tem exigido novas estratégias mercadológicas. Ao longo do tempo, os comerciantes dos sacolões assistiram a intensas alterações na sociedade. As mulheres aumentaram sua participação no mercado de trabalho, levando a mudanças no perfil tradicional da dona de casa e no hábito de consumo.

Os sacolões passaram a conviver também com um novo ator no segmento: os supermercados, que descobriram o grande potencial do setor de frutas e legumes na fidelização dos clientes. O chamado segmento de FLV (frutas, legumes, verduras, ovos e flores) já é responsável por 7% do faturamento dos supermercadistas, segundo a Associação Mineira de Supermercados (Amis).

A garantia de mercado e a busca de crescimento tem levado os sacolões a inovar, visando a atingir diferentes classes sociais. Em alguns casos, a prioridade não é mais oferecer o preço mais baixo, como no modelo que originou os primeiros sacolões; a variedade de produtos e o atendimento são algumas das apostas para driblar a concorrência.

"A logística do supermercado é diferente da do sacolão. No supermercado, é tudo feito pelos funcionários. Já no sacolão, é o dono mesmo quem trabalha com a loja, tem mais cuidado, ele mesmo compra a mercadoria. Se você entrar em um bom sacolão vai ver que tem diferença de qualidade, e ninguém entende mais de qualidade do que a dona de casa. Por isso ela não deixa o sacolão e por isso ele não acaba", afirma Geraldo Eustáquio Maia, empresário da rede de sacolões Center de Minas Gerais.

Maia é um dos pioneiros do segmen-

to. Deixou a vida de produtor para se dedicar aos sacolões junto com o irmão ainda na década de 70, inspirado pela iniciativa de Nonô Mil. Hoje a rede Center é uma das maiores do estado, graças à experiência do fundador. "Nós temos a preocupação de colocar dois ou três caminhões por semana para cada loja para mostrar à dona de casa que ali tem produto novo todo dia", diz.

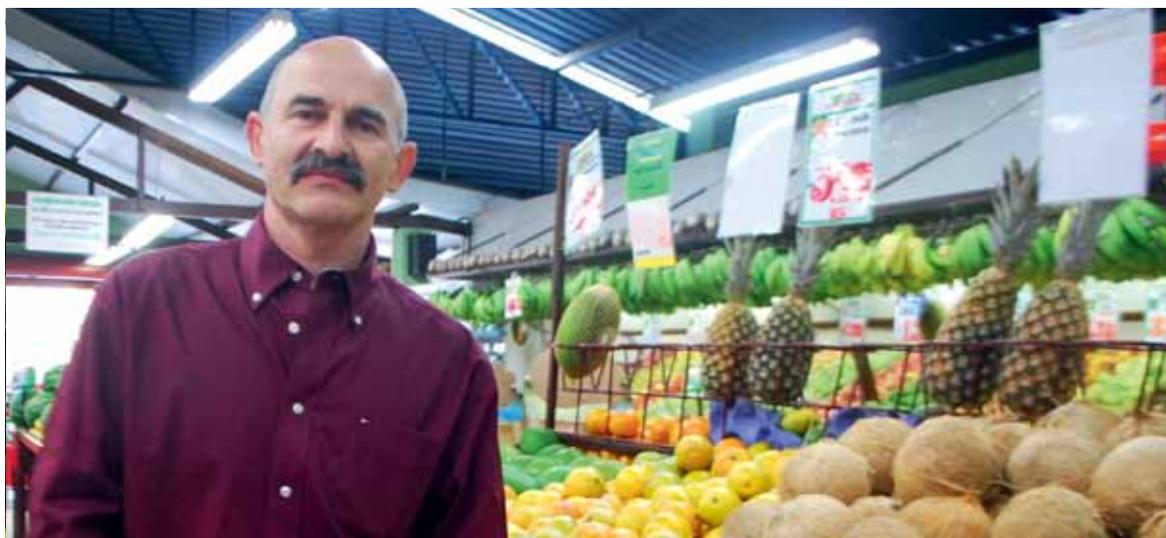
DO PÊSSEGO AO PEIXE

Você vai a um sacolão comprar frutas e legumes, certo? Mas nada mal se encontrar também peixe, queijos, frutos do mar, azeites, e até mesmo um bom vinho. A estratégia tem se tornado marca de uma das maiores redes de sacolões do país, a Oba Hortifruti. "Hoje não somos mais referência em frutas e legumes frescos apenas. Esta tendência veio com a demanda de mercado e pela concorrência, para proporcionarmos comodidade aos clientes", explica a gerente de marketing da empresa, Ana Paula Martins.

Ana afirma que o atendimento é outro ponto estratégico. "Há o gerente de açougue, que dá dicas de cortes, o de frios, que sugere a mussarela mais adequada e o da adegas, que dá dicas sobre armazenamento de vinhos".

A rede é outra que nasceu em Minas Gerais e hoje conta com 28 estabelecimentos, distribuídos em Belo Horizonte, São Paulo e Brasília. Inaugurado em 1979, o Oba (que se chamava Super Varejão da Fatura) funcionava no início como um sacolão tradicional de bairro. Hoje, a rede se posiciona para atender basicamente as classes A e B. "Esse público está preocupado com qualidade de vida. Quem se preocupa com alimentação saudável vai a uma loja especializada. Você vai lá e encontra uma fruta que não há nos sacolões tradicionais de bairros posicionados para outras classes", ressalta Ana Paula.





Fotos Ana Flávia Castro

Aurélio Lisboa aposta no diferencial da qualidade e do atendimento

PRATICIDADE

Outra gigante do setor de sacolões, a Hortifruti, adota uma estratégia especial para aumentar o contato direto com o cliente, sobretudo as mulheres. “Entre nosso público, 70% são mulheres, ávidas por informações nutricionais. Oferecemos nutricionista, serviços de degustação e algumas receitas para um bom preparo dos alimentos”, afirma o diretor de comunicação e novos negócios da Hortifruti, Fábio Hertel.

Atuante no mercado há 21 anos, a Hortifruti é a maior rede varejista de frutas e hortaliças do país. Para atender, em média, 13 milhões de clientes por ano, a Hortifruti conta com 21 lojas, localizadas nos estados do Espírito Santo e Rio de Janeiro, onde são comercializadas cerca de 150 mil toneladas de produtos hortigranjeiros.

O conceito das lojas mescla elementos do supermercado e das feiras livres, conforme explica Hertel. “Aproveitamos o frescor, a exposição e a qualidade das feiras e o serviço, ar-condicionado e cartões dos supermercados”.

A Hortifruti abre amplo espaço ainda para o setor de frutas e hortaliças processadas, algo também valorizado por várias outras empresas do ramo, de olho nos perfis atuais do consumidor. “O cliente quer praticidade na correria do dia a dia, quer porções menores, já que as famílias brasileiras estão cada vez menores. Os processados são práticos e prontos para o consumo”.

SEGUINDO OS PASSOS DO PAI

AURÉLIO LISBOA É O RESPONSÁVEL PELA DIREÇÃO DOS SACOLÕES QUE LEVAM O SOBRENOME DA FAMÍLIA

Aurélio Lisboa seguiu os passos do pai, Antônio Lisboa, quando começou a trabalhar no Mercado Central de Belo Horizonte. Há cerca de 17 anos, ele é o responsável pela rede de sete sacolões que leva o sobrenome da família. Lisboa acredita que o crescimento dos supermercados na oferta de hortigran-

jeiros não tem sido capaz de abalar a posição dos sacolões.

“Os sacolões contam com dois diferenciais que os supermercados não conseguiram superar: a qualidade e o atendimento. O funcionário do sacolão tem salário melhor, acompanha mais os clientes, chama pelo nome, possuem uma certa liberdade para atender um freguês”, afirma.

O que mais atrai a professora Sílvia Silveira ao sacolão é a qualidade e seleção dos produtos. “O fato de encontrar no sacolão outros tipos de produtos é muito bom, mas o preço aqui geralmente é bem mais alto que nos supermercados”, afirma.

Já a aposentada Maria do Carmo explica que não vai ao sacolão com a mesma frequência que no supermercado, mas reconhece a qualidade do primeiro. “A qualidade está é aqui no sacolão. Não só de frutas e verduras, mais encontramos produtos com marcas de qualidade”, ressalta.

Ela se recorda de outros tempos, quando os hábitos alimentares eram outros. “Hoje as pessoas não comem mais as coisas saborosas como eram na minha época. Uma coisa é certa: as pessoas comem sem saber o que estão comendo.”



Maria do Carmo: “A qualidade está é aqui no sacolão”



O nome “sacolão” está ligado ao fato de as pessoas colocarem na sacola todos os produtos para pesar no caixa, já que o preço do quilo era único.



Programa Sacolão na Comunidade, da Ceasa Rio, leva produtos de 30% a 40% mais baratos



SACOLÕES SOBRE RODAS

PROGRAMAS PERMITEM ALIMENTOS MAIS BARATOS ÀS COMUNIDADES DE FORTALEZA E RIO DE JANEIRO

Nas Ceasas do Rio e do Ceará, os sacolões são instrumento de políticas públicas de abastecimento. Ônibus adaptados percorrem as comunidades de municípios das regiões metropolitanas e comercializam alimentos mais baratos. No Rio, o programa “Sacolão na Comunidade” oferece preço único por quilo, que é de 30 a 40% mais baixo que nas lojas, de acordo com o presidente da Ceasa Rio, Mário Domingues. Os veículos são de permissionários cadastrados e fiscalizados pela central de abastecimento. A definição dos preços é feita pela Ceasa Rio a partir de pesquisas realizadas em estabelecimentos tradicionais.

Segundo a Administração, o programa conta com dez veículos cadastrados atendendo a 60 comunidades. Cada veículo comercializa, em média, 1,5 mil quilos por comunidade, atende a 150 famílias por bairro e aproximadamente 750 pessoas por dia de comercialização em cada ônibus.

CEASA CEARÁ

A Ceasa Ceará realiza pesquisas nos bairros nos dias em que os ônibus não circulam a fim de definir o volume a ser comercializado no próximo dia. Uma das diferenças em relação ao programa do Rio é o subsídio do governo do estado, que permite alimentos de 18 a 24% mais baratos para as comunidades.

De acordo com o chefe da Divisão Técnica do Planejamento da central cearense, Marclio Freitas Nunes, além da qualidade e do preço, os moradores dos bairros têm ainda a comodidade de comprar seus produtos na porta de casa. O programa Ceasa nos Bairros conta com quatro ônibus para atender cerca de 120 mil pessoas em 24 bairros da região metropolitana de Fortaleza.

*Com colaboração de Ana Flávia Castro

DO VAREJÃO AO HAPPY HOUR

ALGUMAS CEASAS SUSTENTAM QUE OS ENTREPOSTOS TAMBÉM PODEM SER LUGARES ATRATIVOS PARA O CONSUMIDOR FINAL, SEJA PARA OFERECER PRODUTOS A PREÇOS BAIXOS NOS VAREJÕES OU APENAS LAZER

POR ALESSANDRO CONEGUNDES E VERLAN ANDRADE



Ceasa DF / Divulgação

Sábado de manhã é dia de varejão na Ceasa Distrito Federal: oportunidade de aproximação com o consumidor final

Quando levam para casa legumes, frutas e verduras, muitos consumidores ainda não se dão conta do percurso do alimento do campo ao varejo. No meio do caminho, existe quase sempre uma central de abastecimento, cujo funcionamento fica apenas na imaginação de boa parte das pessoas que nunca tiveram a oportunidade de conhecer de perto um entreposto. Mas as Ceasas podem também ser espaços para o consumidor final. Pelo menos é o que garantem vários entrepostos ao focarem atividades específicas para o consumidor final, como a possibilidade de venda a varejo,

com preços mais convidativos, ou até um *happy hour* no fim do dia.

Um dos atrativos mais comuns são os chamados varejões, semelhantes a feiras livres. Na Ceasa de São Paulo (Ceagesp), a aposta está em proporcionar ao cliente um espaço para o lazer e degustação, dando chances ao público de conhecer melhor o maior entreposto do país. Atualmente são realizados no Entreposto Terminal de São Paulo (ETSP), no bairro da Vila Leopoldina, três varejões: os de finais de semana e às quartas-feiras. No interior, a unidade de Sorocaba realiza seu varejão aos sábados, das 7 às 13h.

Os varejões de fim de semana no ETSP ocorrem desde 1979 no Mercado Livre do Produtor (MLP), numa área de 20 mil m², entrada pelo portão 3. E aos sábados, o horário é das 6h às 12h30 e aos domingos das 7 às 13h. Já o varejão noturno é realizado desde 1994, às quartas-feiras, das 16 às 22h no Portão 7, localizado na Praça da Batata e Cebola (PBC).

Maria Helena da Silva é uma das comerciantes estabelecidas no Varejão da Ceagesp. Tanto ela quanto o marido, Pedro Jandir, comercializam há 20 anos no feirão do fim de semana e também no de quarta-feira em meio a 300 barracas.



Varejão na Ceagesp reúne cerca de 300 barracas no Mercado Livre do Produtor (MLP)

E o atrativo para o consumidor vai além do menor preço, garante Maria Helena. Lá é possível experimentar diferentes sabores nas barracas de pastéis, caldo de cana e de doces.

Nos fins de semana, o varejão conta com cerca de 250 permissionários e

um público próximo a 8 mil pessoas. Às quartas, o varejão noturno funciona como mais uma opção para o happy hour. São 75 permissionários e circulação de cerca de 3 mil pessoas. As feiras movimentam mais de 250 toneladas de hortifrúti-

pescado, flores e diversos por mês.

Como diferencial, os varejões da Ceagesp oferecem controle de preços, segurança e estacionamento gratuito, além da praça gastronômica com comidas típicas.



Barraca de Jorge Morikawa no varejão da Ceagesp: clientela vai da dona de casa ao dono de restaurante

CLIENTELA DIVERSIFICADA

Jorge Morikawa, também comerciante da Ceagesp, participa dos Varejões do fim de semana desde outubro de 1987. Sua barraca oferece hortaliças diferenciadas e, segundo ele, o público é bem diversificado. Vai da dona de casa até feirantes e donos de restaurantes. São pessoas que exigem produtos de qualidade a um preço justo, conta Morikawa.

É possível observar pessoas de todas as classes sociais nos varejões. Há aqueles que vão ao Varejão do Ceagesp somente para comer um pastel e beber caldo de cana.

Já na Ceasa do Distrito Federal, o varejão funciona aos sábados, das 6 às 12 horas, comercializando em média 500 mil quilos por mês, ofertando toda linha de produtos hortigranjeiros, além de carnes, peixes, produtos alimentícios da agroindústria do Distrito Federal e artesanato.

Participam 150 comerciantes, entre produtores e atacadistas que ocupam 320 bancas. O comerciante Paulo Mariano de Brasilândia/DF se disse participante do varejão há pelo menos 14 anos. Mariano ocupa uma das cinco barracas especializadas em milho e seus derivados, a exemplo da pamonha e do cural. A estimativa do comerciante Paulo é que hoje suas vendas atinjam 400 unidades de

pamonha e entre 100 e 150 curau.

ENTREGANDO EM CASA

Utilizando um artifício ainda inédito no universo das centrais de abastecimento, na Ceasa do Rio Grande do Norte o consumidor final pode encomendar 1 ou 2 quilos de batata, ½ kg de tomate ou 1 quilo de banana-prata e receber em casa. A entrega em domicílio já existe em outras Ceasas, na forma de atacado. A pioneira a adotar esse método na Ceasa potiguar é Maria Verônica Barbosa Janaina, da D' Vera. Para Vera, como é mais conhecida, as entregas vem dando certo. Afinal, segundo ela, a clientela já está na "casa" dos 200 consumidores.



Maria Verônica Barbosa Janaina, da empresa D' Vera: vendas a varejo com entrega em domicílio na Ceasa/RN

GUIA PARA ALGUNS VAREJÕES NO PAÍS

CEAGESP NO ETSP

Sábados: 6h às 12h30, no MLP

Domingos: 7 às 13 h, no MLP, acesso pelo portão 3

Quartas-feiras: 16h às 22 h, pelo portão 7, na Praça da Batata e Cebola, pelo portão 7

Endereço: Av. Dr. Gastão Vidigal, 1946 - bairro Vila Leopoldina

Informações: (11) 3643-3700

CEASAMINAS EM CONTAGEM

Local: MLP

Sábados: 7h às 14h

Informações: (31) 3399-2021

Endereço: BR 040 km 688, bairro Guanabara

CEASA/DF EM BRASÍLIA

Local: MLP

Sábados: 6h às 12h

Informações: (61) 3363-1209/4738

Endereço: Setor de Indústria e Abastecimento (CIA), trecho 10, lote 4

DIA DO PEIXE NA CEASA RIO BRANCO (AC)

Local: MLP

Última 6ª feira do mês: 3h às 17 h

Informações: (68) 3225-2188

Endereço: Estrada AC 90, 2003, bairro Transacreano

Obs: os pescados são tabelados a R\$ 6/kg

DIA DO HORTIGRANJEIRO NA CEASA RIO BRANCO (AC)

Local: MLP

Primeira 6ª feira do mês: 3h às 17h

Informações: (68) 3225-2188

Endereço: Estrada AC 90, 2003, bairro Transacreano



Pavilhão E - Lojas 32-38 - CeasaMinas
 Tel: (31) 3394-1954
 e-mail: pereira.prereira@uol.com.br



UMA NOVA CONCEPÇÃO DE PROJETO PARA CEASAS

IVENS ROBERTO DE ARAÚJO MOURÃO*

A) REALIDADE ATUAL

As Ceasas brasileiras, na sua maioria, são da década de sessenta e setenta.

Atualmente, as condições físicas de infraestrutura são extremamente precárias e, a maioria delas não comporta o fluxo, seja nos aspectos de área ofertada, como nos espaços de circulação e estacionamentos.

Em muitas delas, quase todos os pavilhões estão necessitando urgentemente de recuperação. Portanto, é evidente que as centrais atuais estão esgotadas ou ultrapassadas e logo se tornarão um estorvo ao processo de modernização do mercado.

Um dos mais evidentes sinais desse esgotamento reflete-se no custo para o repasse de áreas entre os comerciantes. Um boxe chega a valer mais de um milhão de reais.

Diante da realidade atual, não resta outra alternativa para muitas das nossas Ceasas, senão a de realocar o entreposto em uma nova área e, ao mesmo tempo:

Dramática foto da Ceasa Contagem onde não existe nenhum metro quadrado sobrando. Não é para ser assim.

B) CIDADE DO ALIMENTO

No início, as Ceasas foram pensadas apenas para abrigar o atacado dos hortícolas. Os outros setores já tinham certo grau de organização.

Quando aquele mercado desorganizado “mudou de endereço” para a Ceasa, ampliou seu raio de ação. Compradores das cidades distantes vieram se abastecer. Mas, para comprar os outros alimentos, os caminhoneiros eram obrigados a circular pela cidade, a fim de adquiri-los. Daí, nasceu a ideia de ofertar grãos, carnes, peixes, alimentos industrializados e outros produtos do gênero na própria Central.

Paralelo a essa inovação, cresceu, nesses últimos anos, o número de atacadistas que necessitam de grandes áreas individuais (mais de mil m²) e um leiaute que possibilite movimentar os produtos de forma paletizada e estocagem verticalizada. Nesse mesmo grupo podemos incluir os Centros de Distribuição (CDs), das cadeias de supermercados.

Por fim, uma Ceasa moderna terá que abrir espaço para atividades que nunca foram previstas nos nossos entrepostos. Ou seja, a nova concepção de Ceasa deve abrigar quatro grandes setores atacadistas: **A)** hortigranjeiro; **B)** outros alimentos; **C)** grandes atacadistas ou CDs; e **D)** grandes estruturas de beneficiamento ou estocagem.

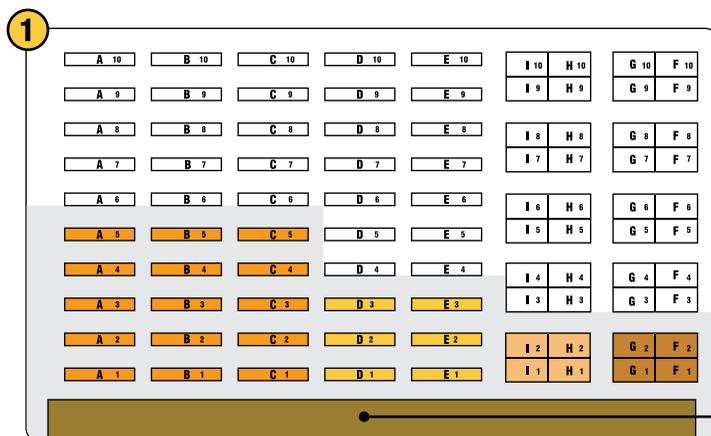
Cada uma dessas atividades disposta em setores próprios, e com suas respectivas áreas de reserva, funcionaria independente, mas

- transformar o entreposto numa verdadeira Cidade do Alimento, ou seja, um local para oferta de todos os tipos de alimentos, em nível de atacado;
- resolver o problema comum de todas elas: espaço para estacionamento de cargas e descargas e vias de circulação adequadas ao intenso tráfego interno.



dentro de um mesmo conjunto, visando à complementaridade tão necessária, conforme mostrado no leiaute 1:

- pavilhões **A, B e C** para os hortícolas numa modulação única
- Pavilhões **D e E** para outros alimentos (grãos, alimentos industrializados, carnes, peixes, ovos, bombonieres, embalagens, atípicos etc)
- Os espaços **F e G** seriam lotes de terrenos para construção de pavilhões de grandes atacadistas ou CDs
- Os espaços **H e I** também lotes para implantação de grandes plantas, como frigorífico, silo, armazéns graneleiros, estocagem de contêineres, processadores de alimentos, banco de caixas, banco de alimentos etc.
- Como apoio a todo esse conjunto, mas sem interferir com a individualidade dos setores e da harmonia de comunicação entre eles, uma área com os seguintes serviços:
- Administração, bancos, loterias, internet, telefônicas, restaurante, posto de combustível, posto de saúde, posto policial, farmácias, bolsa de mercadorias, hotel, venda de implementos agrícolas, defensivos, adubos, mudas, sementes, equipamentos de irrigação etc
- Nesse mesmo espaço, um supermercado, acoplado a um hortomercado, para atender ao consumidor do entorno, desobrigando-o de circular no interior do entreposto.



Espaço para administração, bancos, atípicos, restaurante, super hortomercado, estacionamentos, hotel, posto de combustível, banco de caixas, banco de alimentos, bolsa de valores, implementos agrícolas, adubos, defensivos, equip. Irrigação, postos de saúde e policial, etc.

C) NECESSIDADE DE ESPAÇO

Para o bom funcionamento de uma moderna Ceasa, é imprescindível que ela tenha espaços entre os pavilhões, para possibilitar estacionamento para carretas, compradores varejistas e vias de circulação e acesso aos galpões. Conforme croqui abaixo, temos dois pavilhões com afastamento de 60m um do outro. As primeiras Ceasas, como a de Contagem/MG, foram projetadas com apenas 30m de afastamento entre os pavilhões. Para os compradores (varejistas) foram executados amplos estacionamentos, mas bem afastados do conjunto de pavilhões.

Com o funcionamento das primeiras Centrais, constatou-se o seguinte fato: os varejistas (sem exceção) insistiam

em estacionar entre os pavilhões e em frente de onde ele ia comprar, houvesse vaga ou não, junto da plataforma. Não havendo espaço, ele estacionava onde podia: na paralela, atrás de outro veículo, criando o maior problema de trânsito. Enquanto isso, os estacionamentos ficavam vazios. Estes somente passavam a ser ocupados quando o sistema viário entre os pavilhões estava lotado.

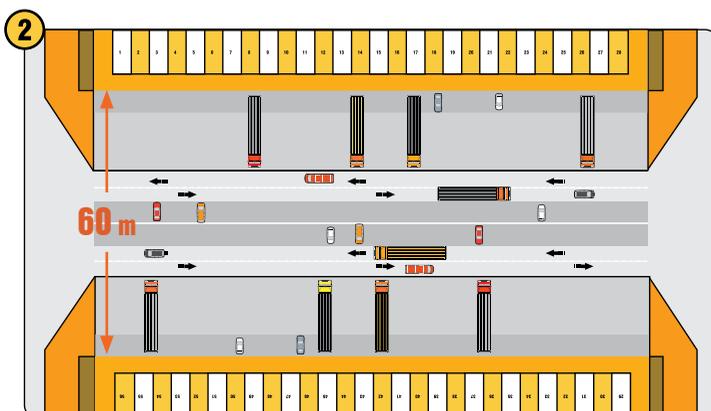
Essa insistência deve-se ao processo de comercialização no atacado ser muito rápido, e se o comprador não for ágil, perde oportunidades de negócios. Acaba levando o rebotalho. Como o comprador nunca vai adquirir um só produto e a oferta é seto-

rizada, um produto pode estar em um pavilhão e outro num pavilhão diverso e distante.

Outro fator muito importante é que o comprador quer acompanhar o transporte do produto pelo carregador.

Portanto, o grande espaço de uma Ceasa é para comportar os estacionamentos simultâneos de carretas e de veículos pequenos e vias de circulação desimpedidas, para facilitar a agilidade da comercialização. E esta realidade é válida para quaisquer mercado atacadista no mundo

A área a ser dimensionada deverá atender às demandas futuras, resolvendo definitivamente o grande problema da Ceasa atual: espaço.



D) CONCLUSÃO

Deve-se atentar também em que a Ceasa não necessitará indefinidamente de aumentar o seu espaço. A modernização maior do processo comercial tende para entregas diretas (produção para o varejo) e eficiência na ocupação dos espaços dos entrepostos. Alguns produtos “carros-chefe” das atuais centrais diminuirão a sua oferta, limitando-se a uma representatividade, como atualmente ocorre com os outros alimentos, apenas para atender, principalmente, aos compradores de cidades distantes.

Ceasa de Fortaleza: limitações ligadas à falta de espaço estão entre os problemas comuns aos entrepostos





LABORATÓRIOS A CÉU ABERTO

O PAPEL DAS CEASAS AINDA É POUCO VALORIZADO NA GRADE CURRICULAR TRADICIONAL DE CURSOS AGRÍCOLAS. APROXIMAR OS ALUNOS DA REALIDADE DOS ENTREPOSTOS, TANTO NA PRÁTICA QUANTO NA TEORIA, CONSTITUI UM DOS DESAFIOS NA FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS DA ÁREA

POR VERLAN ANDRADE E WHIRLLENY VIEIRA

O agronegócio responde por 34% do Produto Interno Bruto (PIB), 42% das exportações totais e 37% dos empregos brasileiros, segundo o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). Em produção de frutas, o país é considerado a terceira maior potência internacional. Mas a pujança em relação aos volumes de produção não tem sido suficiente para adequar as frutas e hortaliças às normas de qualidade e conservação, sobretudo para abastecer o mercado interno. Em um país onde as perdas na fase pós-colheita podem chegar a 50% do que é produzido, a formação de técnicos e especialistas em abastecimento representa um dos principais desafios do setor.

Mas os cursos disponíveis no país, do nível técnico ao acadêmico, estão preparados para formar mão de obra voltada ao abastecimento interno? E

quanto ao funcionamento das Ceasas? De que forma esse tema é tratado na grade curricular das principais instituições de ensino?

Técnicos, professores e alunos se dividem quanto à necessidade de cursos ou disciplinas específicas que abordem o funcionamento das centrais de abastecimento. Mas, de modo geral, todos concordam sobre a importância de se aumentar o contato direto dos estudantes da área com o dia a dia das Ceasas.

“O setor de abastecimento é algo bem específico, não é apenas colheita ou pós-colheita. O setor de logística, classificação e agregação de valor é um dos bem específicos das Ceasas”, ressalta o professor Eduardo Valério de Barros Vilas Boas, coordenador do Programa de Pós-Graduação em Ciência dos Alimentos da Universidade Federal de

Lavras (Ufla), em Minas Gerais.

Vilas Boas é um dos especialistas que acreditam na necessidade de ampliar o foco atual dos cursos agrícolas das faculdades, as quais, segundo ele, ficam limitadas a temas como a produtividade do campo.

Uma típica grade curricular tradicional enfatiza a aspectos como estrutura e fertilidade dos solos, nutrição mineral de plantas, sanidade vegetal, melhoramento genético, irrigação e drenagem, entre outros temas.

Segundo o professor, isso garante profissionais competentes em produção agrícola, mas com visão limitada à porteira da propriedade ou à fronteira rural. “As universidades têm investido pouco na formação de seus profissionais na chamada fase da pós-colheita, o que envolve aspectos como qualidade, refrigeração, modificação





Qualificação

atmosférica, embalagens, agregação de valor, logística, segurança e gestão. Essa deficiência contribui para os alarmantes índices de perdas observados nessa fase”.

Atualmente, a formação específica em pós-colheita no mundo acadêmico se dá principalmente em cursos de pós-graduação, a fim de suprir o pouco espaço dado ao tema na graduação. Mas, segundo Vilas Boas, a demanda por este tipo de profissional é muito maior que a capacidade atual das universidades para formar pós-graduados.

O professor cita um levantamento feito recentemente, o qual apontou que a carga horária dedicada à pós-colheita em cursos de graduação no Brasil, quando existe, oscila em torno de 30 horas/aula, por curso (Agronomia, Engenharia

Agrícola, Engenharia de Alimentos e Nutrição). “É muito pouco tempo”, ressalta Vilas Boas. A Ufla, localizada na região sul de Minas Gerais, oferece especialização, mestrado e doutorado em pós-colheita.

🔄 PÓS-COLHEITA NA PRÁTICA

“Considero a Ceasa um laboratório a céu aberto”, diz o professor de fisiologia pós-colheita e processamento mínimo de frutas e hortaliças da Ufla, Luiz Carlos de Oliveira Lima. Para o professor, mais importante que alterar o conteúdo teórico é aumentar o contato dos alunos com o funcionamento dos entrepostos. Isso incluiria estágios e trocas de experiências com profissionais que já atuam nas centrais de abastecimento. “A capacitação poderia ser feita também pelos profissionais que trabalham nas Ceasas

há 20 ou 30 anos, promovendo uma reciclagem”.

Lima aponta a importância do conhecimento especializado em pós-colheita ao citar as perdas do setor de frutas e hortaliças. “O foco principal do nosso curso é redução de perdas. Devemos pensar que 50% de tudo que se produz no país é jogado fora. Em nossos cursos procuramos criar alternativas para um mesmo produto e com isso garantir renda maior para o pequeno e médio produtor, que podem fazer um doce, uma polpa, um produto seco tipo passas, tomate seco, etc”.

Além de informações sobre alternativas de comercialização, são abordados na graduação outros pontos relativos à pós-colheita, e essenciais no combate às perdas, como o armazenamento com atmosfera controlada, manuseio e legislação.



📍 TRAZENDO PARA A SALA DE AULA

O professor de pós-colheita da Fead Minas, engenheiro agrônomo Gustavo Costa Almeida, busca oferecer aos alunos um conteúdo que nem sequer era debatido no início da década, quando era aluno da graduação em outra faculdade. “Como aluno, só fui saber o que é uma central de abastecimento quando passei a atuar como estagiário na CeasaMinas”.

Por meio do trabalho na CeasaMinas, ele afirma que passou a entender a importância da classificação, embalagens, controle e regularidade da oferta, o papel dos supermercados no setor de FLV, entre outros temas pouco discutidos em sala de aula.

Segundo Gustavo Almeida, a disciplina de pós-colheita deve ser vista como base ou pré-requisito para a criação de uma matéria sobre abastecimento. “Não basta aos alunos conhecer o funcionamento interno do entreposto. É preciso que eles tenham uma visão mais ampla do sistema de

abastecimento, ou seja, aquilo que ocorre também antes e depois de o alimento passar pelas Ceasas”, explica.

Atualmente, Almeida é responsável pelo Departamento de Operações da CeasaMinas (Depop). Em sua disciplina no curso de agronomia, os alunos realizam visitas técnicas ao entreposto de Contagem, a galpões de beneficiamento de produtos, centrais de distribuição do varejo e, quando possível, ao polo de produção do Jaíba, no norte de Minas.

Aluno do 8º período de agronomia da Fead Minas, Elder Martins Andrade, tem a oportunidade de lidar com uma realidade ainda pouco conhecida de muitos de seus colegas de classe. Ele trabalha como vendedor na distribuidora Pouso Alegre, no entreposto de Contagem da CeasaMinas.

O estudante aponta a necessidade de uma abordagem mais específica sobre o dia a dia dos entrepostos. “As Ceasas deveriam estar inseridas em alguma disciplina que mostrasse as formas de

comercialização. É preciso trazer o aluno ao mercado da Ceasa. Deveria haver uma prática além da teoria. O conhecimento sobre as formas de comercialização é limitado”, afirma.

Lucas Ferraz Bincoletto, no 8º período de agronomia da Escola Agrícola Luiz de Queiroz, da USP, também acredita que faltam aos alunos conhecimentos mais detalhados dos processos internos de comercialização nas Ceasas.

Quanto à teoria, ele ressalta que não faltam disciplinas no curso que abordam a conservação dos alimentos, agregação de valor e uso de diferentes tipos de embalagens. “Há uma matéria que enfoca bastante a variação de preços em relação à quantidade do produto a ser consumido (demanda), determinando que produtos são elásticos ou inelásticos, concluindo-se assim quais seriam as vantagens e/ou desvantagens de se aumentar ou diminuir o preço de algum produto ou de seu respectivo substituto ou complemento.

Para o aluno de Agronomia, Lucas Ferraz Bincoletto, da Esalq/USP, parte teórica é bem diversificada mas contato direto com as Ceasas é essencial





❶ FALTA DE VISÃO SISTÊMICA

A carência de uma formação específica apontada por alguns especialistas e técnicos do setor pode estar ligada ao processo histórico de desmonte do Sistema Nacional de Abastecimento (Sinac), ainda na década de 80. O Sinac era coordenado pelo governo federal, que detinha participação acionária nas Ceasas e era responsável por organizar diretrizes nacionais para os entrepostos. Com o fim do Sinac, as administrações das Ceasas ficaram a cargo unicamente dos governos estaduais ou municipais.

Na avaliação de alguns técnicos do setor, o problema é que esse desmonte levou a uma desvirtuação do conceito de Ceasa. Cada governo passou a gerir seus entrepostos a seu modo, sem uma visão sistêmica do abastecimento. “Não se pode olhar a Ceasa como uma mera administração de condomínio. É preciso gerar informações para o mercado interno, principalmente a fim de proteger o pequeno produtor”, afirma o

chefe da Seção de Estudos Estratégicos da CeasaMinas, Ênio de Paula Rosa, que trabalha na Central desde a década de 70.

Algumas atividades são bem específicas das Ceasas, como é o caso do orientador de mercado, funcionário encarregado em assegurar o cumprimento dos regulamentos de comercialização nos entrepostos. “A função de orientador de mercado não existe em outra empresa. A pessoa faz um concurso para atuar nesta área, e ela não conhece a atividade, vai aprender”, explica.

A construção de conhecimentos na área de pós-colheita ligada às Ceasas pode ser incentivada por meio da criação de prêmios para os estudantes. Essa é uma das propostas da Ceasa de São Paulo (Ceagesp), segundo o coordenador de Sustentabilidade da estatal, Sérgio Aparecido Rodrigues Pereira. O prêmio ainda não está definido, mas, de acordo com Pereira, é iniciativa para estimular a formação de profissionais

que possam atuar ao longo da cadeia de abastecimento, da produção à venda ao consumidor.

“Em nosso dia a dia percebemos essa necessidade para as relações de gerenciamento, comercialização e fluxo de mercadorias, bem como para minimizar o esforço administrativo que essas demandas nos impõem”, afirma.



Sérgio Pereira, da Ceagesp, aposta na criação de um prêmio para estimular produção de conhecimento

Foto Thais Oliveira



Nivaldo Moreira Santos, da NL, acredita na capacitação para garantir qualidade

➤ HORTIFRUTI REQUER QUALIFICAÇÃO

POR QUE ATÉ A SIMPLES EXPOSIÇÃO E MANUSEIO DOS HORTIFRÚTIS REQUER CAPACITAÇÃO

Se é fato que a oferta de cursos específicos sobre abastecimento está aquém das necessidades do setor, algumas empresas se mobilizam, por conta própria para qualificar mão de obra. É o caso da NL Frutas e Legumes, que atua no atacado e no varejo. Entre os cursos específicos oferecidos para os empregados estão o de reposição, liderança em hortigranjeiros, montagem e distribuição de cargas.

Nos treinamentos, os empregados aprendem alguns procedimentos ligados à correta exposição dos alimentos por cores e famílias (verduras, legumes e frutas), e até por grau de maturação. Um produto como a maçã, que libera grande quantidade

de etileno e amadurece muito rápido, quando colocado próximo da cebolinha ou da alface, por exemplo, pode causar o amarelamento das folhas. Outro exemplo ocorre no transporte da cebola, que também vai separada por causa do cheiro forte.

“Investimos nessa formação porque não temos pessoas já capacitadas no mercado para substituição dos funcionários que se desligam da empresa”, explica Nivaldo Moreira Santos, um dos sócios da NL. De acordo com ele, o programa de treinamentos, além de melhorar o nível de atendimento e prevenir perdas, favorece a retenção dos profissionais na empresa.



PARCEIRO ESTRATÉGICO NA AMÉRICA LATINA

O BRASIL TEM MARCADO CADA VEZ MAIS PRESENÇA NOS DEBATES SOBRE A MODERNIZAÇÃO DO ABASTECIMENTO NA AMÉRICA LATINA, REAFIRMANDO SEU PAPEL ESTRATÉGICO NA REGIÃO



O Brasil consolidou em 2010 seu papel estratégico como agente de integração entre as Ceasas da América Latina. Seja na articulação de parcerias ou servindo de referência em projetos do abastecimento, o país vem marcando presença principalmente por meio da Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (Abracen). A avaliação é de João Alberto Paixão Lages, que completa neste fim do ano 1 ano e 5 meses na presidência da entidade.

No campo do debate sobre as soluções para o abastecimento latino-americano, a associação promoveu em março, em Belo Horizonte e em Contagem, o Encontro da Federação Latino-americana de Centrais de Abastecimento (Flama). Participantes ligados a 19 Ceasas do Brasil, Argentina, México, Uruguai, Costa Rica e Chile debateram temas como o combate à fome, agricultura familiar, legislação específica e modelos de gestão. Durante o evento, dirigentes e demais representantes das Ceasas da América Latina aprovaram moção de apoio ao anteprojeto de lei específica para os entrepostos atacadistas brasileiros.

Uma das propostas para evolução do setor tem também o Brasil no centro. Trata-se do projeto de implantação de novas ferramentas tecnológicas para capacitação e divulgação de informações de mercado das Ceasas da

América Latina. Será criado um grupo de trabalho responsável por elaborar uma proposta. O projeto foi organizado pelo Coordenador da Área de Inovação,

A Flama congrega 150 centrais de abastecimento de 12 países latino-americanos

Novos Negócios e Metrologia do Programa de Pós-Graduação em Metrologia, Qualidade e Inovação na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Antônio Botelho.

ENCONTRO NO MÉXICO

Outra oportunidade de intercâmbio de experiências ocorre neste fim de ano com o Encontro México 2010 – Modernização do abastecimento e fortalecimento do mercado interno – na capital do país. O encontro é promovido pela Flama, sendo dividido em duas mesas de diálogo.

A primeira mesa traz o tema “Modernização do abastecimento como fator imprescindível para o desenvolvimento do setor”, dividida em quatro apresentações. Já o segundo momento do encontro tem como título “Fortalecimento do mercado interno, como desafio ao desenvolvimento sustentável dos países”, com quatro palestras. Todos os eventos contam

com a presença de dirigentes e técnicos de vários países da América Latina.

MERCOSUL FORTALECE AGRICULTURA FAMILIAR

Uma das mais recentes iniciativas que podem alavancar o setor do abastecimento dentro da América Latina partiu dos próprios governos do Mercosul, incluindo Brasil, Argentina, Uruguai e Paraguai.

Os quatro países vão constituir fundo de U\$100 milhões para apoiar as iniciativas de fortalecimento da agricultura familiar, segmento produtivo que tem nas Ceasas um grande canal de comercialização principalmente de frutas e hortaliças. Apenas nos entrepostos brasileiros, estima-se que 21 mil produtores sejam usuários das Ceasas, sendo boa parte deles de perfil familiar.

O fundo foi aprovado em novembro deste ano durante a 14ª Reunião Especializada sobre Agricultura Familiar no Mercosul (Reaf), contando com a assinatura de protocolo pelos países-membros. Serão utilizados recursos dos países para projetos de desenvolvimento da agricultura familiar apresentados por eles, de acordo com o interesse interno de produção. A agricultura familiar conta com 5 milhões de unidades produtivas nos países do Mercosul.

NOVAS TECNOLOGIAS EM PROL DO INTERCÂMBIO

GIUSEPPE BAMBINI É PRESIDENTE DA FEDERAÇÃO LATINO-AMERICANA DE MERCADOS DE ABASTECIMENTO (FLAMA) E DESTACA NESTA ENTREVISTA OS PROJETOS PARA INTEGRAÇÃO ENTRE AS CEASAS

Quais os critérios utilizados para definir os temas discutidos na reunião do México de 2010?

Em tempos de grandes mudanças e desafios globais decorrentes de processos de globalização nos setores econômico, social e político, é necessário definir diretrizes e estratégias para os mercados atacadistas. Veja como exemplo o caso do Uruguai: um país

que é a definição de todas as orientações necessárias para a construção de um novo mercado, a fim de responder às exigências de grande comercialização e distribuição de alimentos. Isso tanto local quanto internacionalmente, pela sua localização geográfica estratégica e a sua capacidade como um pivô na comercialização de produtos alimentares do Mercosul.

Poderia nos dar alguns exemplos de iniciativas importantes para aumentar oferta no mercado competitivo?

A mais recente iniciativa importante é a aplicação e utilização das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) nos mercados atacadistas de diferentes países latino-americanos como uma ferramenta



fundamental no intercâmbio de informações e de plataforma que permite a integração econômica dos mercados.

Isto foi demonstrado pela realização da primeira videoconferência on-line realizada em 9 de novembro deste ano pela Flama, com apoio do Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA). Foram anunciados dois projetos que estão sendo implementados no Uruguai e Brasil. Em primeiro lugar, o Plano Senda, "Democratização do Acesso à Informação do Mercado Modelo", e em segundo, "Democratização do Acesso à Informação de Mercados Agrícolas: Oportunidades para as Tecnologias Móveis na Agricultura Cadeia de Valor".

Estão programados pela Flama para o próximo ano de 2011 pelo menos mais quatro videoconferências, com ajuda do IICA.

Qual o balanço o senhor faz do Encontro da Abracen realizado em março de 2010 no Brasil?

Destaco a experiência brasileira em gestão, marketing e distribuição de alimentos. Foi também extremamente enriquecedora a visita e apresentação das áreas de aproveitamento de alimentos não comercializáveis mas próprios para consumo humano para famílias de baixa renda. No evento ficou destacada a capacidade de organização e articulação da Abracen, sob a liderança dinâmica de João Paixão Lages.



SUA TRANQUILIDADE DE RODAR POR AÍ.



GAMA
pneus & cia

www.gamapneus.com.br

•TRUCK-CENTER (31) 3329-3700 •CEASA (31) 3329-8000

GOODYEAR

**Qualidade para o
consumidor, benefícios
para os comerciantes
e valorização dos
produtores:**

é isso que se comemora
nos 35 anos da CeasaMinas.

**CEASA
MINAS**
MAIS PERTO DO QUE VOCÊ IMAGINA.



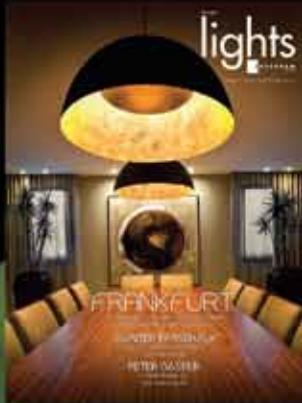


CEASAMINAS
Centrais de Abastecimento

Ministério da Agricultura
Pecuária e Abastecimento **BRASIL**
UM PAÍS DE TODOS GOVERNO FEDERAL

Ligando você ao produtor.

35
ANOS
AO SEU LADO



ad2 editora

Evoluindo com VOCÊ

