

Abastecer

Brasil

Dezembro 2012 | nº10 | www.abracen.org.br | DISTRIBUIÇÃO GRATUITA

Impresso
Especial

9912239796/2009/DR/MG

Abracen

CORREIOS

ENVELOPAMENTO AUTORIZADO
PODE SER ABERTO PELA ECT

SABORES DO NATAL

COMO AS CENTRAIS SE PREPARAM PARA ABASTECER
A CEIA DE NATAL DOS BRASILEIROS

ALYSSON PAOLINELLI

EX-MINISTRO DA AGRICULTURA EXPLICA
POR QUE CRIOU O SINAC E A EMBRAPA

ROTULAGEM OBRIGATÓRIA

COMO A CEAGESP TRANSFORMOU UM PROBLEMA
EM SOLUÇÃO PARA O ABASTECIMENTO



INCENTIVAR

o Pequeno
Agricultor

É CULTIVAR

um Estado
mais justo.

Famílias de pequenos e médios produtores rurais representam 80% dos agricultores do estado do Rio de Janeiro. Ou seja, grande parte dos alimentos que chegam todos os dias à mesa de cariocas e fluminenses depende do trabalho dessas pessoas.

Não é à toa que o Governo do Estado, através da Secretaria de Desenvolvimento Regional, Abastecimento e Pesca, não tem medido esforços para oferecer melhores condições a esses produtores. Em 2011, em iniciativa inédita no país, a CEASA-RJ destinou um pavilhão exclusivo à agricultura familiar, estabeleceu diversas parcerias voltadas ao desenvolvimento rural sustentável e fomentou ações de fortalecimento à participação do pequeno agricultor nas políticas públicas de comercialização, em especial no Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), em que 30% da merenda da rede pública de ensino são adquiridos diretamente da agricultura familiar.

Quando todos têm acesso a oportunidades, geramos mais empregos, distribuimos melhor a renda e construímos um Estado mais justo.

Mais justo para o pequeno produtor rural, que pode viver do seu trabalho com dignidade.

Mais justo para o meio ambiente, que passa a ser preservado com práticas sustentáveis.

E mais justo para você, que tem à sua mesa maior variedade de produtos, com melhor qualidade e a preços mais baixos.



SECRETARIA DE
DESENVOLVIMENTO REGIONAL,
ABASTECIMENTO E PESCA.



EXPEDIENTE



Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento

Presidente | João Alberto Paixão Lages [CeasaMinas]
1º Vice Presidente | Mário Maurici de Lima Morais [Ceagesp]
2º Vice Presidente | Romero Fittipaldi Pontual [Ceasa-PE]
3º Vice Presidente | Paulo Sérgio Braña Muniz [Ceasa Rio Branco]
Diretor Norte/Nordeste | Marco Aurélio Casé [Ceasa-PE]
Vice-Diretor Norte/Nordeste | José Tavares Sobrinho [EMPASA-PB]
Diretor Sudeste/Centro-Oeste | Sérgio Luiz Juliano [Ceasa Campinas-SP]
Vice-Diretor Sudeste/Centro-Oeste | Leonardo Penna de Lima Brandão [Ceasa-RJ]
Diretor Sul | Nestor Pistorello [Ceasa Caxias do Sul-RS]
Vice-Diretor Sul | Felício Francisco Silveira [Ceasa-SC]
Secretário Executivo | José Amaro Guimarães Moreira

Vice-Presidente FLAMA | Antônio Reginaldo Costa Moreira [Ceasa-CE]

Conselho Fiscal Titular
Rodrigo Soares Gaia [Ideral-AL]
José Paulo Viçosi [Ceasa-ES]
Reub Celestino [EBAL-BA]

Conselho Fiscal Suplente
Wilder da Silva Santos [Ceasa-DF]
Raimundo Fernandes da Silva [Ceasa Paulo Afonso-BA]
José Eustáquio Rodrigues Alves [Ceasa Patos de Minas-MG]

COORDENAÇÃO EDITORIAL Cláudio Fernandes
JORNALISTAS Alessandro Conegundes (MG 11.155 JP), Carlos Dusse (MG 14.004 JP)
Verlan Andrade (MG 07.540 JP), Vinícius Mattiello (MG 14.601 JP)
ESTAGIÁRIOS Raio de Luar

ABRACEN
SGAS, Quadra 901, Bloco A, Lote 69 - Ed. Conab - Sala 101/B. Brasília/DF. CEP 70.390-010
Telefone: 61 3312.6237 | www.abracen.org.br
Responsável | Jusmar Chaves

A Abracen é filiada a



Edição de Revistas e Livros e desenvolvimento de Aplicativos Mobile

DIRETOR EXECUTIVO	Frederico Bicalho
DIRETOR EDITORIAL	Christiano Bicalho
COORDENADORA DE PRODUÇÃO	Júlia Cássaro
DIRETORA DE ARTE	Tatiane Martins
DESIGNER JR.	Maytê Lepesqueur
ASSISTENTE DE CRIAÇÃO	Marcos Castilho
ESTAGIÁRIOS DE CRIAÇÃO	Bruno Dayrell / Isabela França
ASSISTENTES DE PRODUÇÃO	Josiane Spínola / Júlia Nassif
ESTAGIÁRIA DE PRODUÇÃO	Hellen Costa
REVISÃO	Jéssica Soares
PERIODICIDADE	Trimestral
FOTOLITO 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, 7º e 8º andares • Gutierrez • Belo Horizonte • MG
CEP: 30430-130 • Telefax: (31) 3299-5500
www.ad2editora.com.br

UM BRINDE

a 2013 e a 2012 também



“ APROVEITO ESTA OPORTUNIDADE PARA AGRADECER A TODOS OS TÉCNICOS E DIRIGENTES DAS CEASAS PELO EMPENHO EM CADA TAREFA EXERCIDA DURANTE O ANO DE 2012 ”

O ano de 2012 trouxe uma grande vitória para as centrais de abastecimento do Brasil. Em novembro, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento publicou a Portaria nº1.037, autorizando a criação de um grupo de trabalho com os objetivos de propor e de articular ações necessárias à modernização, à reorganização e à gestão das centrais de abastecimento.

Essa autorização é fruto de um trabalho iniciado ainda no primeiro semestre e que teve a participação de técnicos de centrais de abastecimento de todo o país. O grupo de trabalho terá representantes do Mapa, da Abracen, da Conab e no BNDES. Entre os assuntos a serem discutidos estão as práticas para redução de perdas na cadeia agroalimentar e a caracterização nacional dos atributos de qualidade das frutas, legumes e verduras.

Mas essa não foi a única vitória do ano. Destaco aqui o encontro da Federação Latino-americana de Abastecimento (Flama) realizado em Pernambuco em outubro e registrado na coluna social desta revista. Certamente, os visitantes saíram de Recife com uma boa impressão do Brasil e com muitas ideias para implantar em seus respectivos países.

Por sinal, um de nossos vizinhos será destaque nesta edição. A *Abastecer Brasil* traz uma entrevista com o diretor do maior mercado de abastecimento do Chile, Gonzalo Bravo Baltra. Ele explica porque o mercado, chamado de Lo Valledor, foi o único local da grande Santiago a ter energia elétrica após o terremoto de 8,8 graus que atingiu o Chile em 2010.

Destaco também a entrevista que fizemos com Alysson Paolinelli, que foi ministro da agricultura entre 1974 e 1979, época em que a Embrapa iniciou sua trajetória, assim como muitas Ceasas do Brasil.

A seção “Pratos típicos” desta edição mostra a cozinha gaúcha. Delicie-se com pratos como a costela assada e a nuvem de goiaba com queijo. Para acompanhar esses pratos, nada melhor do que uma bebida nutritiva. Nesta edição, a *Abastecer Brasil* mostra as diferenças existentes entre os sucos natural, concentrado, orgânico, integral, desidratado e congelado.

A diversidade do Natal no Brasil também é tema desta edição. O consumo de frutas, legumes, verduras e também de flores aumenta muito nesta época do ano. Saiba quais são os produtos mais vendidos em dezembro nas Ceasas de Campinas, da Serra Gaúcha e de Rio Branco.

Aproveito esta oportunidade para agradecer a todos os técnicos e dirigentes das Ceasas o empenho em cada tarefa exercida durante o ano de 2012. Sem o apoio incondicional de todos vocês não teríamos vencido tantos obstáculos. Tenho a certeza de que essa dedicação permanecerá em 2013 e, unidos, conseguiremos superar os desafios que ainda nos são impostos.

Desejo a todos um feliz Natal e um excelente ano-novo!

João Alberto Paixão Lages,
presidente da Associação Brasileira das
Centrais de Abastecimento (Abracen)

EVENTOS

2013



WUWM – UNIÃO MUNDIAL DOS MERCADOS ATACADISTAS (WWW.WUWM.ORG)

 **FRESH TURKIYE FAIR**

Data: 11/1 a 13/1
Local: Istambul (Turquia)

 **FRUIT LOGÍSTICA**

Data: 06/2 a 08/2
Local: Berlim (Alemanha)

EMBRAPA – EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA (WWW.EMBRAPA.BR)

 **III SIGERA – SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE GERENCIAMENTO DE RESÍDUOS AGROPECUÁRIOS E AGROINDUSTRIAIS**

Data: 12/3 a 14/3
Local: São Pedro (São Paulo)

IPE – INSTITUTO DE PESQUISAS ECOLÓGICAS (WWW.IPE.ORG.BR)

 **AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL SUSTENTÁVEL**

Data: 19/1 a 20/1
Local: Nazaré Paulista (São Paulo)



SUMÁRIO

entrevistas

Alysson Paolinelli Ex-ministro realizou a revolução verde no Brasil • 08

Gonzalo Bravo Mercado anfitrião do Congresso WUWM 2013 resistiu a terremoto de 8,8 graus

matérias

Leitor em Foco Mande seu recado para a *Abastecer Brasil* • 11

Rotulagem Ceagesp faz campanha para rotular produtos vendidos no mercado • 12

Mito ou Verdade Suco é tudo igual? • 20

Mercado de Ovos Novas variedades de ovos de galinha impulsionam o comércio • 22

Ceasa Destaque Rio de Janeiro faz parceria com Sebrae para mudar a cara do mercado • 28

Rentabilidade do Produtor Aumento da rentabilidade persiste como desafio no campo • 30

Produtos Exóticos Laranja sanguínea elimina as impurezas do sangue • 34

Capa Natal movimentou mercado de alimentos e flores • 36

História do Sacolão Como nasceu o sacolão público? • 40

Gastronomia A culinária do Rio Grande do Sul vai além do churrasco com chimarrão • 44

Piscicultura Conheça o mercado de peixes de Brasília • 50

Técnicos Experientes Antônio Soares Beltrão deixa sua marca nas Ceasas nordestinas • 52

Painel Ceasas comemoram avanço do PNA • 54

Eventos Abracen Encontros da Flama e da Abracen marcam 50 anos da Ceasa-PE • 60

artigos

André Caixeta Importância dos regulamentos de mercado • 15

Ivens Mourão e Valdecir Lima Ceasa no celular, uma revolução • 26

Altivo Cunha e Gustavo Almeida ¡Nosotros somos 292! • 48

Carmo Robilotta Compartilhando uma boa nova • 58





DEDICAÇÃO INTEGRAL AO ABASTECIMENTO

Por VINÍCIUS MATTIELLO

“Minha atividade é 24 horas por dia, 12 meses por ano. Todas voltadas para a agricultura.” É assim que Alysso Paolinelli, ministro da agricultura entre 1974 e 1979, descreve o seu dia a dia. Ele é presidente de empresas, consultor e tem um projeto próprio na cidade mineira de Baldim, a aproximadamente 100 quilômetros de Belo Horizonte, onde ele mora. Quando recebeu a Abastecer Brasil para esta entrevista, Alysso tinha acabado de chegar de Brasília. “Sou presidente do Fórum do Futuro e nos reunimos para discutir as possibilidades do Centro-Oeste. Nós fazemos o fórum não para criticar o governo ou a iniciativa privada, mas para discutir o problema com base na ciência, na tecnologia e no conhecimento”, esclarece.

Esse tripé marcou a gestão de Alysso no ministério. Ele tirou a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) do papel e construiu 16 centros regionais. No entanto, diz que hoje, com 76 anos, não aceitaria o desafio. “O atual ministro Mendes Ribeiro Filho criou um conselho estratégico e tenho ajudado na medida do possível, mas eu não me atreveria a ser ministro novamente. O ministério se desgastou muito”, admite Paolinelli – que era Paulinelli, com a letra U, antes de naturalizar-se italiano. Alysso é engenheiro agrônomo e, além da Embrapa, foi também responsável pelo fortalecimento do Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento (Sinac), cujo retorno, segundo ele, é urgente.

1. O senhor foi ministro da agricultura no governo de Ernesto Geisel. Que ações marcaram a sua gestão?
Na época, nós vivíamos um verdadeiro dilema no Brasil. O país não conseguia produzir alimento para a sua população. A importação de alimentos chegou a 1/3 do consumo brasileiro. Tínhamos que resolver esse problema a curto prazo. Foi preciso fazer um esforço concentrado. A decisão que foi tomada – ela já vinha sendo estudada – foi estimular a produção. A expansão de área já tinha ocupado quase todas as terras agricultáveis do Brasil e, mesmo assim, elas eram insuficientes para abastecer. Nossa produtividade era baixa, nós não tínhamos alta tecnologia. A tecnologia que existia no mundo era desenvolvida na região temperada, nas regiões frias. Era preciso, então, montar urgentemente um sistema para corrigir isso.

2. Essa foi a motivação para criar a Embrapa?
A Embrapa já estava no papel. Nós tratamos de botá-la para funcionar imediatamente. Criamos, também, um sistema de assistência técnica e extensão rural, constituído pela Embrater e mais 23 Ematers estaduais, bem articuladas. Criamos o Sinac, na área de hortifrutigranjeiros. Nós construímos mais de 17 centrais de abastecimento. Nós conseguimos montar um sistema de comunicação. Para mim, era fundamental poder melhorar as condições na formação do preço. O preço do alimento no Brasil era muito especulativo naquela época. Foi que nós conseguimos fazer com velocidade, na realidade, foi criar uma tecnologia própria para o Brasil nas condições dos

biomas brasileiros. Deu muito certo no Cerrado e em outras áreas. Mas eu creio que o Cerrado foi o que mais progrediu.

3. Como conseguiram começar a produzir no Cerrado?
Um projeto, por exemplo, foi o Polo Centro, que aplicou, na época, US\$ 3 bilhões para expansão da agricultura no Cerrado. A gente pretendia incorporar no processo produtivo brasileiro 3 milhões de hectares. Acabamos conseguindo incorporar 5 milhões de hectares. Quando eu cheguei ao ministério, por exemplo, a produção de soja no Brasil era de 200 mil toneladas. Hoje, qualquer município do Mato Grosso produz 4 ou 5 vezes isso. A razão era muito simples. A soja que nós tínhamos aqui era aquela soja que nasceu lá na China, passou pelos Estados Unidos, países todos eles temperados. Chegando aqui, essa soja tinha uma característica. Ela só era capaz de produzir muito se recebesse de 14 a 16 horas de sol por dia. Apenas na pontinha do Rio Grande do Sul temos isso. Hoje, o Brasil melhorou geneticamente essa soja e tem produtividade igual ou maior do que os países da região temperada. Nós fizemos a mesma coisa com milho, feijão e arroz. Nós importávamos tudo isso. O Brasil, hoje, é o maior exportador em quase tudo isso.

4. Como os resultados desses trabalhos podem ser vistos hoje?
O resultado foi bastante bom, porque, no fim da década de 1980, nós praticamente já não importávamos mais alimentos. E o que foi melhor, continuamos a criar novas tecnologias



“ SOMOS UM DOS MAIORES EXPORTADORES DO MUNDO. EU ACHO QUE ISSO É IMPORTANTE E NÃO TENHO DÚVIDA DE QUE FOI AQUELE ESFORÇO INICIAL PARA DAR AO PAÍS UM CONHECIMENTO NAS ÁREAS DE CIÊNCIA E DE TECNOLOGIA QUE LEVOU O BRASIL A SER UM GRANDE PRODUTOR. ”

altamente competitivas para o bioma tropical. Criamos inclusive o programa pró-álcool e passamos, também, a aprender a produzir, além de alimentos, bioenergia, que o mundo precisa. Esse esforço foi muito bom, porque o Brasil mudou de posição. Ele não só se autoabasteceu, como começou a ter competência para exportar e disputar mercado lá fora em todos os segmentos. Hoje, felizmente, o resultado está aí. Somos um dos maiores exportadores do mundo. Eu acho que isso é importante e não tenho dúvida de que foi aquele esforço inicial para dar ao país um conhecimento nas áreas de ciência e de tecnologia que levou o Brasil a ser um grande produtor.

5. *O seu pai foi engenheiro agrônomo e prefeito de Bambuí (MG). Em que medida isso influenciou o senhor a estudar engenharia agrônoma e a seguir carreira política?*

Eu creio que influenciou muito. Meu pai teve uma preocupação muito grande. Quando eu falei que iria estudar agronomia, ele não só se emocionou, como falou: “Será que eu estou te influenciando?”. Mas ele usou um artifício muito inteligente. Ele tinha uma propriedade que estava sendo alugada para o seu irmão. Ele pediu a propriedade de volta e me botou lá para saber mesmo se eu tinha vocação. E, felizmente, para mim, foi muito bom, pois comecei a ter não só experiência, mas também confirmei a minha vocação. Eu fiz a mesma coisa com os meus filhos. Eu tenho dois agrônomos. Na terra, eu tive uma noção da vida rural, e isso me permitiu ser mais capaz de ter uma visão de futuro maior.

6. *Como foi o percurso até o senhor ser convidado para ser ministro?*

Eu fui estudar agronomia em Lavras. Depois, tive o desafio de ficar na escola, pois ela estava em crise. Tive muita sorte, porque consegui, com participação de professores, alunos e funcionários, criar um sistema de defesa da escola para evitar o seu fechamento. Em 1963, ela foi federalizada e eu acabei sendo diretor. Na direção, fizemos um plano de expansão para torná-la a universidade que é hoje, uma das melhores do país. E aquilo me deu uma possibilidade de manter contato com as autoridades. O doutor Rondon Pacheco foi eleito governador de Minas Gerais e pediu para eu ajudá-lo. Como ele já tinha me ajudado muito, eu não tinha como negar. Na Secretaria de Agricultura, o governador me deu todo o apoio. Inclusive, construímos

a CeasaMinas. Com a dificuldade da época, começamos a montar um sistema único de informação entre as centrais de abastecimento mineiras, que foi a chave do sucesso da organização do sistema produtivo e do abastecimento, especialmente em produtos perecíveis. Nós é que começamos, em Minas Gerais, a conquistar o Cerrado, em um programa junto com o BDMG. Eu não conhecia o presidente Ernesto Geisel, mas ele resolveu me chamar, porque passou a conhecer o que se estava fazendo em Minas e essa era a ideia que ele queria para o Brasil.

7. *O senhor já participou de missões oficiais na Europa, na América do Norte e na Ásia. O que trouxe dessas viagens que pôde ser aplicado na realidade brasileira?*

Para mim, foi muito bom ter participado desses congressos e conferências. Agora mesmo estou indo para a África estudar alguns projetos. Você mantém contato com professores de alto gabarito, com profissionais, com governos, com ministros, com instituições governamentais e não governamentais. Isso tudo abre a visão da pessoa e eu me sinto privilegiado por ter tido essa oportunidade. Vi muitas coisas lá fora que me impressionaram. Nós copiamos o sistema de abastecimento da França. Copiamos muita coisa deles. Os Estados Unidos também nos ajudaram muito. Eu tinha bons amigos. Norman Borlaug, por exemplo, me ajudou na formação da Embrapa. Ele ganhou o Nobel da Paz e fez a primeira revolução verde do mundo. Ele morreu há 3 anos e dizia que a segunda revolução verde aconteceu no Brasil.

8. *O que foi a revolução verde?*

Justamente essa capacidade que nós adquirimos de transformar as áreas mais degradadas. O agricultor entra, modifica o solo, começa a cultivar e melhora a terra. O nosso Cerrado se transformou na área mais produtiva e competitiva do mundo. Norman Borlaug tinha um entusiasmo muito grande sobre isso e as universidades americanas nos ajudaram muito. Enviamos nosso pessoal para treinamento nos Estados Unidos e também no Japão. O Japão fez comigo um contrato grande no programa do Cerrado. Eles contribuíram, na época, com US\$ 540 milhões. Além de dinheiro, eles nos ajudaram a desenvolver tecnologia. Nós mandamos 1.530 técnicos para serem treinados no mundo inteiro.



9. *O senhor participou do último encontro da Flama e da Abracen em Recife. Qual foi o tema central da sua palestra?*

Eu mostrei a importância de um sistema nacional de Ceasas na evolução do abastecimento brasileiro e, inclusive, chamei muita atenção para a necessidade da reorganização com a criação de um sistema único. Não precisa ser o Sinac, pode ser com outro nome. Eu acho uma pena o Brasil ter abandonado o Sinac. Era preciso completá-lo, não só ampliando o sistema integrado de informação, como também completando com o programa de qualidade capaz de padronizar e classificar os produtos de modo que você não precise vender o produto, mas a marca. Isso já está funcionando na França. Espero que o grupo de trabalho recém-criado pelo ministério consiga retomar isso, pois a situação é bem difícil porque as Ceasas não são todas mais do governo federal. Eu acho que isso tem que ser urgentemente recomposto.

10. *Por que é tão urgente?*

Porque eu tenho a impressão de que o sistema já está sofrendo com a falta de informações. Nós fizemos um sistema de Ceasas para que houvesse um único centro formador de preço. Na medida em que você tem vários centros formadores de preço, os comerciantes mais espertos lucram muito mais na comercialização. Isso deve ser evitado. Eles têm que ganhar mais pela eficiência de sua capacidade logística, não em cima do consumidor. Eles têm que ser os melhores, disputando o preço

final em função da sua redução de custo, da sua capacidade de classificar e padronizar seu produto, de levar o produto à mesa do consumidor ou então aos centros distribuidores com mais rapidez e eficiência. É aí que está o segredo. Eu defendo o retorno. Você não precisa construir vários galpões, nada disso, desde que você tenha um local mais central possível, perto da região dos produtores, onde você consiga mandar o preço de outras regiões para lá. Assim, de lá, você leva o produto já vendido diretamente para o comprador. Isso economiza quanto? É uma economia fabulosa. É aonde a gente precisa chegar no Brasil.

11. *O senhor já recebeu o World Food Prize, prêmio mundial em reconhecimento à sua contribuição para o aumento da oferta mundial de alimentos. Como aumentar essa oferta nos tempos atuais?*

Essa fundação tem sede nos EUA, mas os seus conselheiros são do mundo todo. Eles fazem anualmente uma homenagem àqueles que ajudaram a reduzir a fome no mundo. Em 2006, foi a vez do Brasil. Como reduzir a fome? Fazendo o que o Brasil está fazendo. Melhorar as políticas públicas, acabar com esse erro que está se cometendo de países ricos ficarem subsidiando alimentos. Isso atrapalha muito. Temos que desenvolver pesquisa. Ciência e tecnologia para mim são o mais necessário para chegar ao conhecimento de biomas. Não adianta fazer pesquisa nos Estados Unidos, você tem que resolver aqui. Acho que aí está a chave da coisa.

Produtos cuidadosamente selecionados.



empório
Aliança

MIDIAMIX
TODOS OS DIAS



QUER CONTRIBUIR COM O DEBATE SOBRE O ABASTECIMENTO ALIMENTAR?

A EQUIPE DA REVISTA ABASTECER BRASIL ESTÁ PRONTA PARA RECEBER AS SUAS IDEIAS!

Este espaço foi criado para você, leitor, dar a sua opinião sobre os assuntos abordados na revista. Você também pode:

- Sugerir pautas para as próximas edições
- Comentar as reportagens
- Fazer perguntas aos repórteres
- Enviar críticas e elogios

O material recebido pela redação pode ser editado, sem prejuízo do conteúdo, para que seja possível publicar mais mensagens.



Entre em contato conosco pelo e-mail:
revistaabastecerbrasil@abracen.org.br
Ou envie uma carta para:
Revista Abastecer Brasil
Prédio Administração CeasaMinas
Rodovia BR-040 – Km 688
Bairro Guanabara – Contagem/MG
CEP: 32.145-900 – Caixa Postal: 1211



CAMINHO CERTO

CEAGESP LANÇA CAMPANHA PARA ROTULAR
PRODUTOS VENDIDOS NAS CENTRAIS

POR CARLOS DUSSE

De acordo com o dicionário Aurélio, o termo “rotular” significa “colocar um rótulo ou etiqueta”. Mas, para permissionários e produtores da Ceagesp, “rotular” transformou-se em sinônimo de dor de cabeça. Eles foram multados por venderem produtos que não tinham as informações de origem. Cerca de 1.500 municípios de todo o Brasil fornecem produtos para os atacadistas das centrais de abastecimento paulista.



A operação que resultou nas multas na Ceagesp foi feita pelo Instituto de Pesos e Medidas do Estado de São Paulo (Ipem), um órgão delegado do Inmetro. A Companhia de Vigilância Sanitária da cidade de São Paulo (Covisa) também coordenou a atividade. “O que a gente procura é que os comerciantes se adequem e trabalhem de forma regular”, diz o superintendente do Ipem, José Tadeu Rodrigues Penteado.

Para ajudar a transformar o problema em oportunidade de crescimento, a Ceagesp lançou, em outubro, o programa de rotulagem de frutas e hortaliças frescas. Já foi feita uma campanha interna divulgando as vantagens da rotulagem.

Atualmente, a Ceagesp está buscando parcerias com empresas de insumos, sementes, associações de produtores, associações de permissionários, sindicatos, vigilância sanitária e prefeituras. “A ideia é não deixar os nossos permissionários e produtores serem multados e obedecerem à lei”, diz a técnica da central de abastecimento Anita de Souza Dias Gutierrez. Segundo ela, é objetivo da campanha incentivar a rotulagem de todos os produtos que entram na Ceagesp.

Produtores e comerciantes que trabalham nas centrais de abastecimento apoiaram a iniciativa da estatal. “Dentro da estrutura dela, a Ceagesp está fazendo o seu papel. Está negociando com as outras instituições e isso tem sido positivo”, diz Carlos Eduardo Haiek,

presidente da Associação dos Permissionários da Ceagesp (Apep).

Essa não é a primeira vez que a estatal tenta implantar a rotulagem, mas, de acordo com Anita, dessa vez, o empenho da direção da empresa tem sido maior. Um dos motivos para esse envolvimento é a consciência de que a utilização de rótulos é importante. “(A rotulagem) garante maior transparência na comercialização, menor ocorrência de atritos comerciais entre o produtor e o seu comprador e preços mais justos”, destacou o presidente da Ceagesp, Mário Maurici, em carta distribuída para os produtores que trabalham na centrais.

Mas esses não são os únicos benefícios para quem identifica seus produtos. A rotulagem expõe o fato que o mercado atacadista está se transformando em uma grande praça beneficiadora – classificando, embalando, rotulando e pesando produtos. Outra vantagem é tornar ainda mais urgente a necessidade da implantação de medidas concretas que simplifiquem o registro de agrotóxicos para as pequenas culturas agrícolas.

VAREJO

A utilização dos rótulos cria uma marca visual para produtores e atacadistas. Para fortalecer ainda mais a relação entre quem vende e o consumidor final, a Ceagesp e a Associação Paulista

O RÓTULO DEVE TER:

Identificação do responsável	Informações sobre o produto
Nome do produtor: Endereço completo: Localização geográfica: Inscrição Estadual: CNPJ: País de origem:	Nome: Variedade: Classificação: Data de embalagem: Lote:
Quantidade do produto Peso líquido: kg	



de Supermercados (Apas) vão incentivar os varejistas a exporem os produtos dentro das caixas, e não a granel. Essa iniciativa faz parte de um acordo de cooperação técnica que está sendo elaborado pelas centrais de abastecimento e pela Apas.

“Com isso, o consumidor final começa a identificar por que aquela fruta que ele levou para casa não estava tão doce quanto a da outra semana”, diz Carlos Eduardo, explicando que o rótulo informará em qual Estado do país o produto foi colhido. Dessa forma, o consumidor perceberá qual é melhor região produtora de cada fruta, legume ou verdura.

Quando for assinado o acordo de cooperação técnica, a Ceagesp vai oferecer cursos que estimularão o manuseio mínimo de alimentos, o que inclui não retirá-los das caixas quando eles chegarem ao varejo. “Isso vai estimular até a mudança das embalagens atuais para as caixas plásticas padronizadas ou de madeira e papelão de primeiro uso”, antecipa-se Anita.



ENTENDA O CASO

A ação que resultou nas multas na Ceagesp foi feita em agosto. O objetivo é garantir os direitos do consumidor. De acordo com o Ipem, 40 boxes foram vistoriados e 22 multados, sendo que a maior parte deles foi notificada porque o rótulo não indicava qual era a quantidade que havia dentro das caixas.

Toda a atividade teve embasamento legal. Dentre portarias, resoluções, instruções normativas e leis, são pelo menos seis textos que determinam que a responsabilidade pelo produto é de quem o embala, independentemente de serem produtores, atacadistas ou varejistas.

Forma convencional de vender frutas, legumes e verduras poderá ser alterada



QualiLight Energia

Projetos inteligentes e personalizados que propõem a utilização mais eficiente e racional da energia elétrica.

Através de diagnóstico minucioso elaborado por uma equipe de engenheiros altamente capacitada, firmar parceria com a QualiLight Energia é investir em uma dinâmica inovadora, com resultados comprovados e em sintonia com uma postura de consciência ecológica e gestão de recursos.

A QualiLight Energia é mais que uma empresa de consultoria. Por meio de compromisso documentado no Contrato de Performance, estabelece sua remuneração a partir do sucesso obtido. Não há custos fixos para o contratante.

Metodologia Sólida e Eficaz. Oportunidades que geram Resultados

- Identificação de oportunidades
- Estudo de alternativas
- Avaliação de soluções técnicas ambientais e financeiras
- Desenvolvimento de projetos
- Gerenciamento e implementação de obras
- Instalação e execução de medições
- Proposição de diretrizes econômicas e tarifárias



IMPORTÂNCIA DOS REGULAMENTOS DE MERCADO

ANDRÉ CAIXETA COLEN¹

As centrais de abastecimento de todo Brasil, em sua grande parte, sofrem de um mal inerente ao próprio desmantelamento de um sistema capaz de interagir para buscar uma visão programática e organizacional para o mercado atacadista: a ausência de regulamentos capazes de atender às demandas de um mercado cada vez mais competitivo e dinâmico. Não raro, esses instrumentos que regulam e que trazem transparência para as relações travadas entre a administração e seus respectivos usuários encontram-se ultrapassados e em descompasso com o ordenamento jurídico atual.

Os regulamentos são documentos que foram editados em pleno sistema de exceção (golpe militar de 1964) e que, através da promulgação da constituição de 1988 e das respectivas Constituições Estaduais, não buscaram uma adequação aos princípios norteadores do Estado Democrático de Direito.

Os gestores das centrais de abastecimento, notadamente aquelas, que apesar de serem empresas estatais ou de economia mista, guardam profundo e estreito laço

com os ramos do Direito Público, devem buscar atualizar e, por vezes, reestruturar todo o regulamento de mercado a fim de dar maior transparência e segurança nas relações existentes entre a administração dos entrepostos e seus usuários.

Não cabe mais às centrais de abastecimento se colocarem em grau de distinção aos demais usuários no que tange a gestão de entrepostos. Ora, se o entreposto é mal ou precariamente gerido em face de uma ausência de instrumentos regulatórios claros e transparentes, tal fato prejudica não só a administração, como também os próprios usuários. A administração e usuários não devem adotar papéis conflitantes, mas sim de parceria na busca da melhoria do mercado, das condições de trabalho, condições sanitárias dos alimentos comercializados, entre outros.

Nesse sentido, temos um regulamento de mercado que deve ser marcado principalmente por um forte conteúdo principiológico que irá nortear as demais regras do regulamento, atendo-se a princípios como o devido processo legal, da legalidade, publicidade, moralidade e impessoalidade.

Logicamente, além dos princípios inerentes à administração pública, ressalte-se que devem vir jungidos a estes outros como o do respeito às diferenças regionais de cada entreposto, aqueles voltados ao bom desenvolvimento do mercado, dinamização e racionalização dos serviços prestados, zoneamento do mercado respeitado o mix de produtos que cada entreposto possui, entre outros.

Através do regulamento de mercado é que a administração consegue traçar e alcançar objetivos visando à sistematização e à instrumentalização de condições para o exercício da atividade de comercialização nos respectivos entrepostos. É através de regulamentos de mercado que se verifica a transparência necessária para que as demandas dos usuários dos entrepostos sejam claramente tratadas, bem como as demandas da administração sejam fielmente verificadas pelos usuários, fato este que vem contribuir para o Estado Democrático de Direito e para o melhor desenvolvimento das relações existentes entre os parceiros.

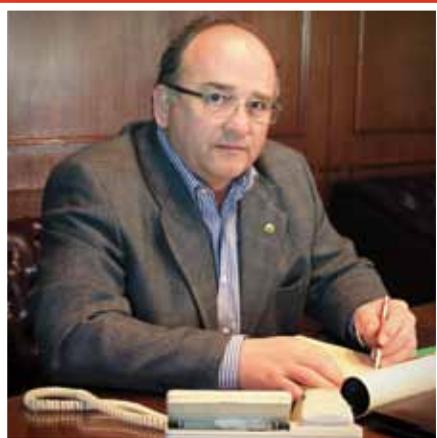
¹ Advogado da CeasaMinas



¡BIENVENIDOS AL CHILE!

Por VINÍCIUS MATTIELLO

Fotos: Divulgação Lo Valledor



“**T**emos a honra e o prazer de convidá-los ao 28º Congresso WUWM que será realizado entre os dias 23 e 26 de outubro de 2013 em Santiago do Chile.” Quem faz o convite é Gonzalo Bravo Baltra, diretor e administrador-geral da Central de Abastecimento Lo Valledor – a maior do país. Desde que o mercado lançou sua candidatura para ser anfitrião do evento, Gonzalo também assumiu o cargo de presidente do Comitê Organizador. Em entrevista à *Abastecer Brasil*, ele adianta o que estará no centro do debate durante o congresso, diz como o mercado que movimenta 2 milhões de toneladas de produtos anualmente pode surpreender os visitantes e fala por que o Chile levou a melhor na disputa com o Brasil para receber o evento da WUWM.

1. *Esta será a primeira vez que o Chile receberá a conferência da WUWM. O que isso significa para as centrais de abastecimento do país?*

É a primeira vez que o congresso da WUWM será realizado no Chile. Para nós, é uma honra ser tanto o país como o mercado anfitrião. É uma oportunidade para mostrar ao mundo e ao próprio Chile a importância das centrais de abastecimento e, em particular, o modelo de apoio que desenvolvemos para o comércio varejista e para o pequeno e médio agricultor que são nossos clientes.

2. *Quais características da Central de Abastecimento Lo Valledor podem surpreender os visitantes do evento da WUWM?*

Eu destaco dois aspectos mais interessantes da nossa central de abastecimento. O primeiro é o nosso modelo de negócio

como uma central de abastecimento 100% privada, desenvolvida a partir de um mercado público, o que representa um grande atrativo. O segundo é a nossa preocupação com os nossos clientes, que são os comerciantes atacadistas e os agricultores. Trabalhamos permanentemente com eles na criação de um modelo de modernização para torná-los competitivos nos tempos atuais, em que a grande indústria tem as vantagens da economia de grande escala, mas não tem as habilidades dos pequenos.

3. *Como o Chile e os demais países latino-americanos podem contribuir com o debate global sobre o abastecimento alimentar?*

Em particular, o Chile é muito importante no abastecimento de frutas e, em menor extensão, de hortaliças no mundo inteiro. Isso faz com que nós sejamos um ator relevante no momento da dis-



cussão sobre o manejo desses produtos nos mercados atacadistas, que cumpre todos os requisitos de rastreabilidade e inocuidade para a exportação, mas que, em geral, nem sempre cumpre esses requisitos quando se trata das produções agrícolas voltadas ao mercado interno. Temos que começar a colocar esse tema sobre a mesa, já que, no mundo inteiro, há a tendência de aumentar o controle dos produtos.

4. *Esse será o foco dos debates?*

Sim. Os temas centrais serão dois: rastreabilidade e inocuidade nos mercados atacadistas. Além disso, vamos apresentar o modelo de apoio que desenvolvemos para o comércio

varejista e para o pequeno e médio agricultor:

5. *O senhor já visitou centrais de abastecimento brasileiras?*

Sim, eu visitei as centrais de abastecimento de São Paulo, Campinas, Porto Alegre, Minas Gerais, Rio de Janeiro e, recentemente, Recife. As visitas às Ceasas brasileiras são muito valiosas. Experiências de sucesso que implementamos no nosso país foram inspiradas no Brasil. Em particular, achamos muito interessante a experiência de São Paulo, onde vimos um mercado varejista instalado em galpões, cujos preços são regulados por vocês, cumprindo uma função social muito importante.



6. *Quais os principais desafios do abastecimento alimentar no Chile?*

Acredito que não apenas no Chile existem grandes desafios para os mercados atacadistas, mas em toda a América Latina no geral, onde a alimentação é o tema mais importante nos lugares mais pobres pelo gasto que ela representa. É por isso que sempre devemos pensar em dar facilidade para que os pequenos e médios agricultores possam chegar ao nosso mercado, já que essa é a única forma para que os produtos cheguem com bons preços.

7. *Existe algum desafio que seja próprio do Chile?*

O Chile possui um território estreito, porém comprido. Isso faz com que as quatro estações sejam bem marcadas nas regiões. A logística de transporte é um dos principais desafios, já que 30% da população do país vive na capital, e parte dos ali-

mentos frescos deve ser transportada, dependendo da época do ano, por mais de 2 mil quilômetros para abastecer a população. Outros desafios são a implantação de técnicas que assegurem a inocuidade e a rastreabilidade, já que essa é uma tendência mundial para a promoção da segurança alimentar.

8. *Como a Central de Abastecimento Lo Valledor está trabalhando para superar esses desafios?*

Temos programas em parceria com o Ministério da Agricultura, na qual é trabalhada a importância da inocuidade e da rastreabilidade junto aos agricultores. Temos também programas próprios, que envolvem reuniões periódicas com agricultores e varejistas. Nessas reuniões, difundimos as boas práticas agrícolas e comerciais. Em particular, temos promovido o uso de técnicas de controle de temperatura e pragas na agricultura.



“

Em 2010, um terremoto de 8,8 graus na escala Richter atingiu Santiago e deixou a cidade sem eletricidade por mais de dois dias. Nosso mercado foi o único lugar que não deixou de funcionar em função da autogeração de energia elétrica, assegurando o abastecimento alimentar do país

”



9. *O Chile participou do último encontro da Flama em Recife. O que pode ser aproveitado dessa experiência?*
Em primeiro lugar, quero agradecer o convite. Foi um prazer ter celebrado os 50 anos da Ceasa de Pernambuco. O encontro foi importante pela transferência de experiência entre os mercados atacadistas integrantes, que sempre agregam valor à nossa federação, a Flama. Além disso, os convênios assinados com o Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura vão permitir realizar estudos mais profundos.

10. *Agora, vamos falar sobre a Central de Abastecimento Lo Valledor. Por que ela tem esse nome?*
O nome vem da antiga fazenda San Andrés de Lo Valledor, que se encontrava nos arredores de Santiago. Nós herdamos o nome, embora hoje o mercado esteja localizado no centro da capital.

11. *O que é o Centro Médico que existe dentro do mercado e qual a importância dele para os usuários?*
O Centro Médico é parte do Programa de Responsabilidade Social do nosso mercado, no qual são dadas atenções básicas tanto aos usuários do mercado como para os moradores das regiões vizinhas. Na mesma linha, também apoiamos um colégio, que ganhou o nome Lo

Valledor, na promoção da alimentação saudável, onde foi instalado o primeiro Kiosko Verde. (Kioskos são pequenas lojas conhecidas por vender guloseimas. No caso do Kiosko Verde, os doces foram substituídos pelas frutas para promover a alimentação saudável. Esses quiosques, localizados em escolas, são administrados pelos próprios alunos, que usam o lucro para financiar o baile de formatura e apoiar a comunidade escolar.)

12. *O que é a Enerlova?*
Há alguns anos, percebemos o problema do fornecimento de energia no nosso país. Nossa diretoria decidiu, então, que deveríamos ser capazes de gerar a própria eletricidade que usamos no mercado. A Enerlova é uma empresa do grupo Lo Valledor responsável pela distribuição elétrica e pela iluminação dentro do mercado. Em 2010, um terremoto de 8,8 graus na escala Richter atingiu Santiago. A cidade ficou sem eletricidade por mais de dois dias e o mercado Lo Valledor foi o único lugar que nunca deixou de funcionar em função da autogeração de energia elétrica. Isso permitiu que as transações entre agricultores e varejistas não fossem interrompidas, o que assegurou o abastecimento alimentar não apenas em Santiago, mas em praticamente todo o país.

13. *Ao contrário da maioria dos mercados brasileiros, a Central de Abastecimento Lo Valledor é privada. Que diferenças isso acarreta?*
A principal característica é que não existe apoio do governo, fazendo com que todo o desenvolvimento do negócio se realize do ponto de vista empresarial. Ou seja, o dinheiro que entra precisa ser, pelo menos, igual ao dinheiro que sai. Mas é importante que seja superior, pois é isso que permite realizar os investimentos em infraestrutura e modernização necessários para atender às exigências do nosso público. Isso também nos permite promover os modelos de apoio privado ao pequeno comércio e ao pequeno e médio agricultor sem ter que solicitar qualquer ajuda ao Estado.



SUCO É TUDO IGUAL?

AS PRATELEIRAS DOS SUPERMERCADOS ESTÃO CHEIAS DE BEBIDAS À BASE DE FRUTAS – MAS NEM TODAS PODEM SER CHAMADAS DE SUCO. VOCÊ SABE O QUE DIFERENCIA UMAS DAS OUTRAS?

Por VINÍCIUS MATTIELLO

Suco de laranja com espinafre, de frutas e flores, de abacaxi com clorofila... Quem duvida que os sucos de frutas naturais fazem bem para a saúde? Eles ativam a memória, regulam o intestino, diminuem o colesterol e deixam a pele linda. Basta fazer uma procura rápida na internet para encontrar o suco que vai resolver o seu problema. No entanto, outras bebidas à base de frutas têm pegado carona na boa fama dos sucos naturais e ganhado, incorretamente, o título de saudáveis.

“Embora elas estampem imagens de frutas nas embalagens, as bebidas à base de fruta não trazem quase nenhuma propriedade das frutas. Em uma época em que o apelo a uma alimentação saudável, baseada em alimentos naturais, está em alta, a possibilidade de o consumidor ser levado a erro é enorme”, alerta Carlos Thadeu de Oliveira, gerente técnico do Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor.

COMPARE E ESCOLHA



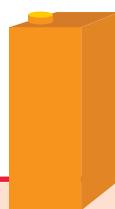
NATURAL

É o suco extraído da fruta *in natura* no momento do consumo. Geralmente, não há a adição de outros ingredientes. Apesar disso, existem frutas que necessitam da inserção de água, como graviola, caju, pitanga e demais frutas tropicais. Ele tem uma maior quantidade natural de nutrientes e, por isso mesmo, possui mais calorias.



CONCENTRADO

O suco concentrado é resultado da extração da fruta, mas, ao contrário do suco natural, na maioria das vezes, recebe algum conservante para aumentar a vida útil na prateleira. Em geral, é vendido em garrafa de vidro e, antes do consumo, deve ser misturado à água. É menos açucarado e mais barato que o néctar. Leva corantes, aromatizantes e conservantes.



NÉCTAR

Geralmente encontrado em embalagens de 1 litro, é a diluição açucarada do suco concentrado. É a bebida pronta para consumir, já adoçada, diluída em água e que possui entre 20% e 30% de polpa. Além do açúcar, pode apresentar corantes e conservantes. Quanto mais ácida a fruta, maior a quantidade de açúcar adicionado.



REFRESCO

Também conhecido como bebida de frutas, é o que possui a maior concentração de açúcar e a menor concentração de polpa entre as bebidas prontas – cerca de 8%. Nesse sentido, equivale a um refrigerante de frutas. Ele não é gaseificado, não é fermentado e é obtido pela diluição, em água potável, do suco de fruta, polpa ou extrato vegetal de sua origem, adicionado de açúcar.

Nos supermercados, esses produtos aparecem com vários nomes. As diferenças entre eles, no entanto, nem sempre estão claras nas embalagens. Por isso, a *Abastecer Brasil* resolveu investigar. Afinal, suco é tudo igual? Não. O que difere uma bebida da outra é, principalmente, a quantidade de polpa, ou seja, da fruta em si que cada uma contém. Enquanto os sucos naturais são 100% compostos pela fruta, os sucos em pó possuem apenas 1% de polpa.

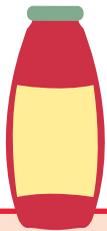
Os critérios para a produção de néctares, refrescos e afins estão no Decreto 6.871, de junho de 2009, complementado por Instruções

Normativas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa). “Esses percentuais mínimos variam caso a caso, já que cada fruta tem uma particularidade. Por exemplo, quando você faz um suco caseiro, provavelmente adiciona mais água ao de goiaba do que ao de laranja”, explica Carlos Thadeu.

Para o nutricionista Rodrigo Augusto Oliveira, do Instituto de Metabolismo e Nutrição, é preciso cautela ao comparar os benefícios nutricionais dessas bebidas. “Rotular alguns alimentos como vilões depende muito de cada usuário”, afirma. “O importante é conhecer

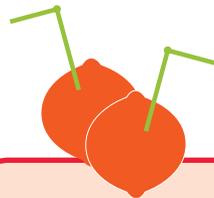
o que você está ingerindo, pois, às vezes, temos a impressão de que determinado produto é suco, mas não é. Há uma gama de produtos disponíveis e devemos prestar atenção para não cometermos enganos”, completa.

“É importante o consumidor estar muito atento às diferenças, porque, em geral, o que mais encontramos nas prateleiras não são sucos de fruta de verdade, mas bebidas com muito mais água que polpa de fruta, açucaradas ou simplesmente colorizadas e aromatizadas artificialmente”, frisa Carlos Thadeu. Apesar disso, a maior praticidade das bebidas de caixinha faz com que o brasileiro acabe optando pelo produto industrializado.



ORGÂNICO

O suco orgânico é produzido da mesma forma que o suco natural. O que o diferencia é o fato de que ele é feito a partir de frutas cultivadas sem agrotóxicos, em condições de trabalho adequadas para quem está envolvido na produção e com mecanismo de transporte e distribuição que respeita o meio ambiente. Por isso, costuma ser mais caro.



INTEGRAL

O suco integral, assim como o natural, é obtido da parte comestível da fruta. Ele não é diluído, nem fermentado. Também não há adição de açúcar. Ao contrário do suco natural, no entanto, o integral vem pronto para beber. Em razão disso, seu preço costuma ser maior. No caso da laranja, é o suco que resulta da própria fruta espremida, sem adição de açúcar e de outros aditivos.



DESIDRATADO

Mais conhecido como suco de pozinho, tem aproximadamente 1% de polpa de fruta. Possui uma série de aditivos e conservantes. No preparo, é preciso adicionar água. É o mais artificial entre as variedades. Com relação às propriedades nutricionais, é o que menos traz os benefícios das frutas *in natura*. Além disso, possui grande quantidade de sódio.



CONGELADO

A polpa congelada é o suco da fruta vendido em porções individuais, em saquinhos. Algumas propriedades nutricionais da fruta são perdidas no processo de congelamento. Ainda sim, é uma boa escolha entre as alternativas, desde que não seja adicionado açúcar no preparo, que é feito batendo-se a polpa com água no liquidificador.



BOTA UM, **BOTA** DOIS, **BOTA** TRÊS

COMO A DIVERSIFICAÇÃO DA OFERTA, A MANUTENÇÃO DO PREÇO ACESSÍVEL E A DIVULGAÇÃO DE NOVOS ESTUDOS CIENTÍFICOS ESTÃO FAZENDO O BRASILEIRO COMER MAIS OVOS

POR VINÍCIUS MATTIELLO

Tubo de ensaio. Jaleco. Balança de precisão. Microscópio. Foi dentro de laboratórios que cientistas britânicos descobriram que o ovo é, hoje, mais saudável e nutritivo do que há 30 anos. Ele contém, por exemplo, 25% menos gordura saturada e o dobro de vitamina D – substância que favorece a absorção do cálcio e previne doenças como raquitismo e osteoporose. É nas granjas, no mercado e na mesa do consumidor, no entanto, que o resultado do estudo se comprova.

“Hoje, o ovo é mais seguro para consumo alimentar do que há 30 anos devido à implantação de boas práticas de produção e manejo, que garantem um produto com maior inocuidade”, explica o diretor-executivo do Instituto Ovos Brasil, José Roberto Bottura.

“Pensando que o ovo é, a princípio, gerador de um novo ser, ele possui uma composição importante e equilibrada de vitaminas e minerais”, completa.

Para a mudança acontecer, os produtores passaram a desenvolver rações especiais e balanceadas. O economista e gerente comercial do Aviário Santo Antônio (ASA), Luis Paixão, conta que,

atualmente, a própria empresa fabrica as rações que utiliza. “Nós temos um veterinário responsável pela produção da ração e pela parte nutricional das aves”, compartilha. O aviário produz 160 toneladas de ração por dia para a alimentação de 1,5 milhão de aves.

A redução da gordura saturada e o aumento da vitamina D nos ovos, por exemplo, foram alcançados com a utilização de uma ração que contém trigo, óleos vegetais e milho. Além de alterar a composição do ovo e torná-lo mais saudável, a mudança na alimentação das galinhas também é responsável pela criação de novos produtos. Nesses casos, o aumento do custo de produção é repassado para o consumidor final –

produza o ovo que chamamos de ômega 3, que tem o mesmo teor de colesterol do ovo comum, mas o colesterol bom”, exemplifica Luis. O aviário também produz ovos com gema vermelha (ração com betacaroteno) e ovos orgânicos (ração orgânica).

Essa diversificação da oferta é apontada como um dos motivos para o crescimento da produção e do consumo de ovos nos últimos anos. Segundo dados do IBGE, o consumo per capita anual de ovos de galinha no Brasil passou de 34 unidades em 2002 para 64 unidades em 2008. Nos últimos dez anos, a oferta e o comércio nas centrais de abastecimento também cresceram (ver gráfico).

“ O OVO SEMPRE FOI E SEMPRE SERÁ O MELHOR ALIMENTO DEPOIS DO LEITE MATERNO ”

Luis Paixão

Economista e gerente comercial do ASA

o que não é empecilho para as vendas.

“Hoje, nós temos condições de produzir os ovos de acordo com a necessidade do mercado. Isso implica na ração utilizada para alimentar as aves. Quando acrescentamos mais ômega 3 na ração, conseguimos que a galinha

“O aumento da produção significa aumento do consumo do ovo tanto

in natura como industrializado. A industrialização ampliou o leque de consumo para a indústria panificadora, de massas, de doces etc., facilitou a venda para a merenda escolar e a entrada no mercado internacional”, analisa Marília Martha Ferreira, diretora-executiva da Associação dos Avicultores de Minas Gerais (Avimig).

ASPECTOS NUTRICIONAIS

O ovo é um alimento que compõe a maioria das receitas pelo seu poder emulsificante e espessante, ou seja, pela sua capacidade de unir os ingredientes e engrossar a massa. O seu preço, considerado baixo em relação a outras fontes de proteína animal, também é um atrativo para o consumo. Nos últimos anos, o ovo ganhou mais um aliado. O desenvolvimento de pesquisas nutricionais fez o alimento deixar de ser vilão para se tornar amigo da saúde. “Essa mudança de conceito também se deve ao marketing”, completa Marília.

“A clara do ovo é proteína pura e da melhor qualidade, que é a albumina, garantindo crescimento adequado para crianças e adolescentes e saúde para idosos. A gema é riquíssima em colina, ferro e vitaminas A e E”, afirma a nutricionista e secretária-geral da Associação Brasileira de Nutrição Esportiva, Vanderli Marchiori. Ela alerta, no entanto, para o consumo excessivo do alimento, que pode acarretar problemas renais, gases e colesterol alto. “É considerado saudável o consumo de, até, 14 ovos por semana”.

A nutricionista do Instituto Ovos Brasil, Lucia Endriukaite, destaca a presença de aminoácidos ramificados e de selênio no ovo. “Os aminoácidos ramificados, além de favorecerem o ganho de massa magra, atuam na preservação da massa muscular, sendo utilizados como fonte de energia pelo organismo quando a demanda está deficiente. O selênio é um nutriente antioxidante importante no combate aos radicais livres na célula”, explica.

Luis Paixão exhibe os ovos ômega 3 e desidratados, alguns dos responsáveis pelo aumento das vendas

MERCADOS ATACADISTAS

A maior parte da produção do ASA é vendida na CeasaMinas. “Cerca de 70%. É um número bem expressivo. Desde quando a central de abastecimento foi inaugurada, percebemos que o mercado de hortifrutigranjeiros seria feito aqui dentro. Então, implantamos a loja aqui”, conta Luis. O restante da produção é vendida diretamente para grandes redes de supermercado em Belo Horizonte e no interior do Estado. No entreposto da Grande Belo Horizonte, cinco empresas atuam na venda de ovos.

No Rio de Janeiro, a situação é parecida. O proprietário da Avícola Cachoeirense, Leandro Longen, esclarece que, embora a venda direta aconteça, o comércio atacadista de ovos é concentrado na Ceasa-RJ. Na sua empresa, esse valor corresponde a 80%. “Um dos nossos concorrentes uma vez tentou vender fora do entreposto, mas não teve sucesso. A Ceasa-RJ já é tradicionalmente o local onde esse comércio acontece. Os compradores vêm para levar frutas, legumes e verduras e

aproveitam para comprar os ovos”, diz.

Ao contrário do que ocorre em Belo Horizonte e no Rio de Janeiro, em São Paulo, o comércio de ovos não é feito tradicionalmente na Ceasa. “Esse comércio acontece na chamada Zona Cerealista, no centro da cidade. Além de ovos, a venda de batatas e cebolas também é forte nessa zona”, esclarece Flávio Godas, economista e chefe da Seção de Economia da Ceagesp. Por isso, o comércio de ovos na Ceagesp é menor do que na CeasaMinas e na Ceasa-RJ.

Além da existência da Zona Cerealista, o menor custo da compra direta faz muitas empresas, incluindo as grandes redes de supermercado, adotarem esse modelo de negócio. “Elas compram direto das granjas. Quando você tira o intermediário, o custo cai”, explica Flávio. Na cidade de São Paulo, apenas seis lojas vendem ovos na central de abastecimento. No Rio de Janeiro, são 32 empresas atacadistas.

Foto: Vinicius Mattiello

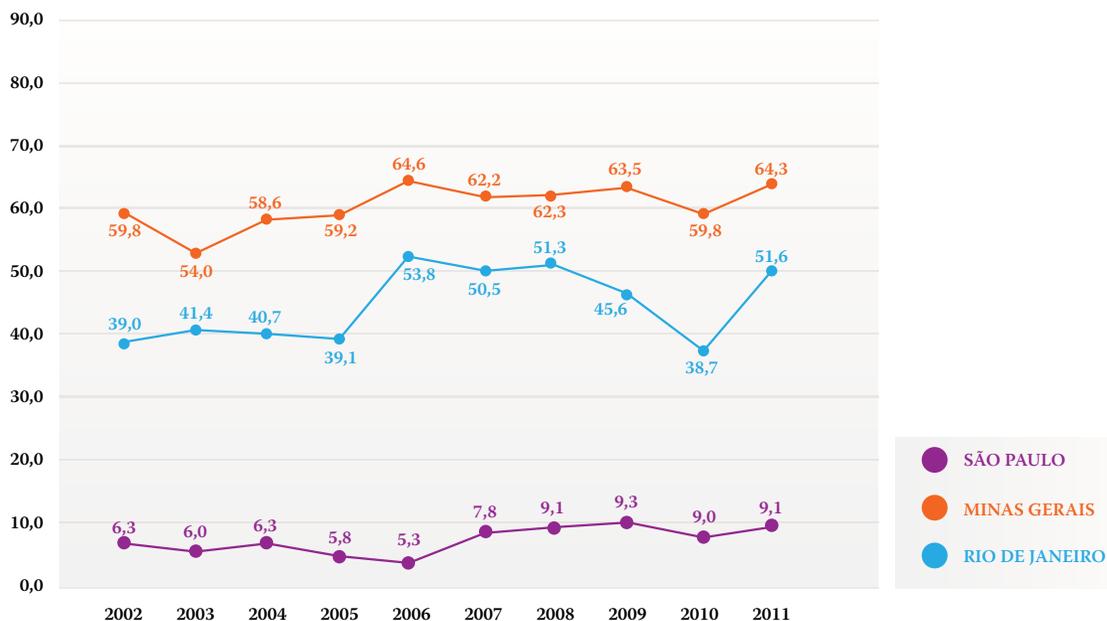


A VOLTA DO VILÃO?

E não é que o ovo foi, mais uma vez, alvo dos cientistas? Pesquisadores da Western University, no Canadá, mediram a obstrução arterial de 1,2 mil homens que procuraram o médico para realizar exames do coração. Depois de aplicar questionários sobre os hábitos alimentares, foi descoberto que os entrevistados com pouco mais de 40 anos que comem três ou mais ovos por semana apresentaram mais placas de gordura nas artérias do que aqueles que comem dois ou menos. O estudo foi publicado em agosto pelo jornal científico Atherosclerosis e divulgado mundialmente pela revista Time.



COMÉRCIO DE OVOS DE GRANJA BRANCOS E VERMELHOS NAS CENTRAIS DE ABASTECIMENTO (EM MILHÕES DE QUILOS)



Fontes: Ceagesp, Ceasa-RJ e CeasaMinas

É VERDADE QUE...

- *Comer ovo diminui a ansiedade?*
Sim.
O ovo produz e libera neurotransmissores que reduzem a ansiedade.
- *Consumir ovo pela manhã ajuda a emagrecer?*
Sim.
O ovo aumenta a sensação de saciedade e, por isso, reduz o apetite ao longo do dia.
- *A gordura do ovo é saudável?*
Sim. (Desde que não haja exageros no consumo.)
O ovo contém gorduras mono e poli-insaturadas que protegem o organismo.

ERA UMA VEZ...

Não existe evidência da existência de aves domésticas no Brasil antes da chegada dos europeus. Acredita-se que, em sua segunda viagem, em 1493, o navio de Cristóvão Colombo transportou para a América os primeiros galináceos. Até a década de 1930, a produção de ovos era feita nos quintais de maneira artesanal. Muitas famílias tinham galinhas para suprir as suas próprias necessidades, vendendo apenas o excedente nos mercados locais.

Uma vez que a venda de ovos se tornou mais rentável, começaram a surgir produtores com lotes de até 400 galinhas. No início dos anos 1960, o desenvolvimento de equipamentos mais sofisticados e a propagação de maiores conhecimentos em produção e genética tornaram os pequenos produtores de ovos em operações comerciais de grande escala. Nos últimos anos, conhecimentos específicos em nutrição, genética e automatização levaram ao desenvolvimento de sistemas ainda mais produtivos.



KEORTE

Frutas Cítricas em Geral

31 3394-6467 Pav. I Box 01



CEASA NO CELULAR, UMA REVOLUÇÃO

IVENS ROBERTO DE ARAÚJO MOURÃO(1)
VALDECIR LIMA(2)

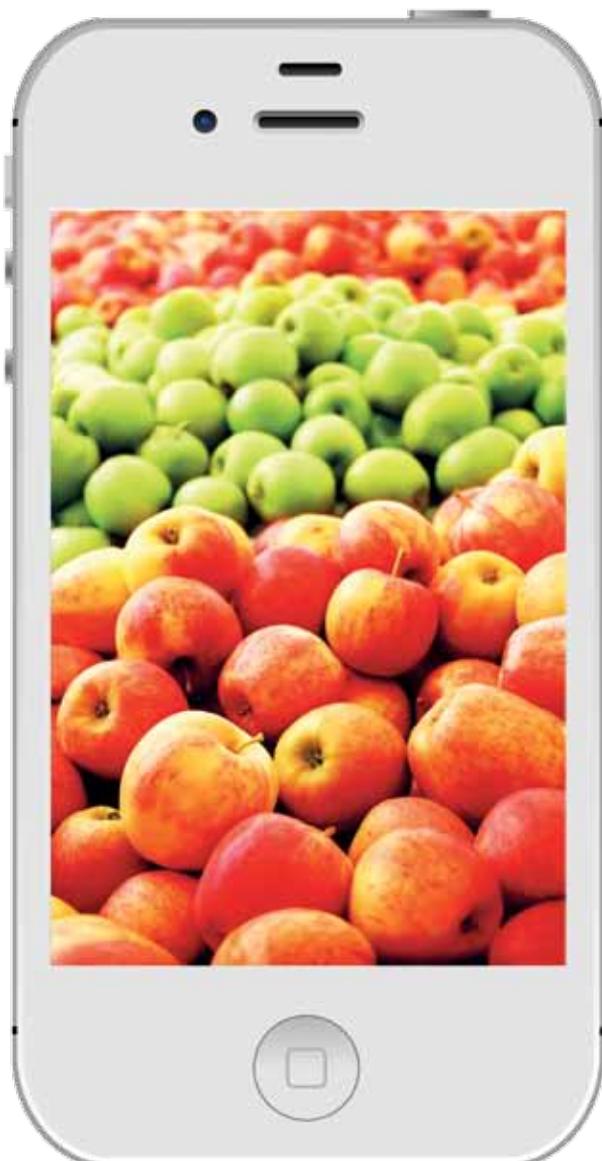


Foto: © Blueenayim | Dreamstime.com

Ao longo do tempo, a posse da informação de mercado sempre foi um instrumento importante no processo comercial. Aquele que a detinha sempre levava vantagens na compra e na venda. Esse insumo ganha uma importância muito maior quando são comercializados produtos perecíveis, como os hortícolas.

Uma das grandes vantagens da implantação das centrais foi, justamente, a transparência de mercado, tornando a informação mercadológica acessível aos três segmentos do canal de comercialização - produção, atacado e varejo. Porém, apesar de todos os esforços de democratização da informação, o setor atacadista foi quem melhor se organizou, ficando o produtor como o menos informado.

Desde os primórdios das Ceasas, buscou-se levar a informação ao produtor através dos Mercados do Produtor. Lá, os preços eram anotados a giz em quadros verdes. Eram recebidos através de malotes enviados por ônibus. Outra forma de enviar a informação era o rádio amador. Também o telefone (do posto telefônico, bem entendido), ou telex, este, apenas para os mais afortunados. O sistema foi um dos primeiros a utilizar a transmissão da informação via fax.



Há cinco anos, com a ajuda dos departamentos de tecnologia da informação das Ceasas do Paraná, Rio Grande do Norte, CeasaMinas, Ceagesp e da Conab, implantamos a cotação de preços dos 40 principais produtos comercializados nas Ceasas, hospedando no site do Prohort (www.ceasa.gov.br).

Nessa mesma época, tentamos universalizar para todo o país uma experiência da Ceasa Paraná, que divulgava o preço via telefone celular. O custo da ligação era bancado pelo governo do Estado. Discutimos com várias concessionárias a possibilidade de disponibilizar em cada Superintendência Estadual da Conab uma central para informar, de forma automática, a cotação de preço. A ideia foi abortada devido aos altos custos e às dificuldades técnicas.

Agora, o Setor de Tecnologia da Informação da Ceasa Ceará viabilizou o acesso às cotações do seu mercado através de tecnologias móveis (celulares, smartphones, tablets, iPhone, iPad) que utilizem o Sistema Operacional Android ou IOs da Apple, com acesso à internet. Ainda não foi definido o nome fantasia dessa tecnologia. As primeiras sugestões são de “Ceasa no Celular” ou “Ceasa de Bolso”. A aplicação oferece as cotações do dia de todos os produtos transacionados, proporcionando aos usuários selecionar – com um simples toque - somente aqueles de seu interesse. O serviço proporcionará, definitivamente,

um nivelamento dos diversos segmentos tanto do Ceará como de outros Estados com relação aos preços praticados. O benefício da informação estará na mão de todos, desde o produtor até o consumidor doméstico.

O projeto representará um imenso avanço social, bem como ambiental. As reduções de impressões, suprimentos, energia e emissão de CO2 serão significativas. Vale ressaltar que todo o projeto foi desenvolvido pela equipe de TI da própria Ceasa/CE. A aplicação deve ficar disponível através dos repositórios do Google Play e da Apple Store.

A Presidência da Ceasa/CE, concluídos os testes finais, disponibilizará essa tecnologia nos seus três entrepostos: Maracanaú, Ibiapaba e Cariri. Os próximos passos serão: disponibilizar o Índice de Preço e oferecer a informação da oferta de cada produto – imediatamente - após passar pela portaria. Uma verdadeira revolução!

1. Engenheiro civil especialista em projeto, construção e operação de mercado
2. Analista da Etice – Emp. Tec. da Informação do Ceará, gestor de Tecnologia da Informação na Ceasa/CE, especialista em Gerenciamento de Projetos.



PARCERIA COM SEBRAE AJUDA A MUDAR O PERFIL DA CEASA-RJ

POR SÉRGIO JARDIM | FOTOS: CEASA - RJ

O controle de estoque em fichas de papel e o dinheiro guardado embaixo do balcão estão com os dias contados na Ceasa-RJ. Uma parceria da empresa com o Sebrae está levando modernização para a rotina dos comerciantes, a maioria com mais de 30 anos de história no local. Além de oferecer cursos e consultorias para os donos das lojas e produtores rurais, a instituição se prepara para montar um plano diretor da Ceasa-RJ e transformar o famoso ponto de Irajá em

um grande shopping a céu aberto.

Há seis meses instalados na Unidade Grande Rio, os consultores do Sebrae vão de loja em loja conversar com os comerciantes e informar sobre os serviços disponíveis. Em agosto de 2012, a instituição começou a oferecer cursos, como os de controle de estoque e de técnica de vendas. Os interessados em contratar um diagnóstico individual para a sua loja e receber orientações específicas sobre as suas necessidades de modernização podem procurar

o núcleo do Sebrae que funciona das 9h às 17h no prédio da administração.

“Tem gente que está aqui há 40 anos e usa as mesmas técnicas de comércio de 40 anos atrás. Precisamos estimular esse pessoal porque, com o seu crescimento, o mercado como um todo também cresce. Se o comerciante quiser informatizar o estoque, trocar o letreiro, aferir as suas balanças, o Sebrae paga 80% desse custo e o comerciante só paga 20%”, explica Leonardo Brandão, presidente da Ceasa-RJ.



Leonardo Brandão acredita que ajuda do Sebrae vai beneficiar comerciantes



Ceasa-RJ recebe cerca de 50 mil pessoas diariamente

Para o presidente, a empresa tem potencial para funcionar como um shopping a céu aberto e servir como atrativo turístico. “São 50 mil pessoas que circulam por aqui diariamente. Nas sextas-feiras, temos pico de 80 mil. O nosso objetivo aqui é uma recolocação no mercado da cidade, principalmente no da Zona Norte”, diz.

E a união Sebrae e Ceasa-RJ já começa a dar frutos. Depois de participar de um dos cursos, Rejane Candido Magalhães, de 43 anos, percebeu que poderia investir e abrir uma loja diferenciada e com uma cara diferente: uma *delicatessen*. De um depósito de uma das lojas nasceu o Barril da Ceasa, que vende tortas, vinhos, lanches e frutas secas a granel. Há poucos dias cuidando da nova loja, a expectativa da comerciante é das melhores.

“As pessoas ainda estão conhecendo, mas acredito muito no nosso sucesso. Trabalhamos com tortas e lanches e somos o único lugar aqui que oferece essas opções. Vender mercadorias a varejo tem tudo para dar certo”, garantiu Rejane, que destaca que o foco da sua loja é o serviço.

SEGURANÇA

Para ajudar nesse processo de mudança, a direção da Ceasa-RJ está investindo em segurança nas unidades

da empresa em todo o Estado. A contratação de segurança e de vigilância armada para atuar nos entrepostos tem o objetivo de preservar o patrimônio, atrelado à necessidade de aumentar a sensação de segurança em virtude da grande movimentação financeira por parte dos comerciantes e da concentração de usuários dos entrepostos.

A empresa de segurança foi escolhida por meio de pregão eletrônico utilizando o Siga - Sistema Integrado de Gestão de Aquisições do Governo do Estado, realizado no dia 23 de agosto. São 19 postos cobertos durante 24 horas diariamente nos entrepostos, atendendo ainda ao Mercado Livre do Produtor da Unidade Grande Rio em Irajá. Além desta unidade, a Ceasa-RJ possui entrepostos em São Gonçalo, Nova Friburgo, Paty do Alferes, São José de Ubá e Itaocara.

BANCO DE ALIMENTOS

A Ceasa-RJ faz muito mais do que apenas comercializar frutas, legumes e verduras. Através do banco de alimentos, a empresa doa de 50 a 80 toneladas do que não pode mais ser vendido nos boxes para cerca de 60 instituições cadastradas. Promovido desde maio de 2011, o pro-

grama já chegou à Rocinha e pode, em breve, ser estendido a outras comunidades do Estado com distribuição através das Unidades de Polícia Pacificadora (UPPs) ou do comando de pacificação.

Por meio do conceito de desperdício zero, a Ceasa-RJ capta doações de alimentos junto aos seus comerciantes. Os estoques que estão próprios para consumo, mas sem valor comercial, vão para o banco e são selecionados e separados. Para as instituições cadastradas, as doações são feitas para a cozinha do local. Todas precisam fazer os alimentos consumidos pelos atendidos e distribuí-los gratuitamente. No caso da Rocinha, as sacolas com frutas e legumes vão diretamente para as famílias.

Dentro do projeto do Banco de Alimentos, a central de distribuição também promove cursos de reaproveitamento integral do alimento para os responsáveis pelas cozinhas. As aulas acontecem na Ceasa de Irajá ou na própria instituição, dependendo do tamanho do espaço. Promovido inicialmente apenas na unidade de Irajá, o projeto será estendido para todas as outras em São Gonçalo, Nova Friburgo, São José do Ubá, Itaocara, e Paty do Alferes. A Ceasa-RJ venceu um edital do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome que viabiliza a expansão.



CUSTOS EM ALTA, **RENTABILIDADE** EM QUEDA

POR QUE O AUMENTO DA PRODUÇÃO DE FRUTAS E HORTALIÇAS NÃO TEM SE TRADUZIDO EM MAIS RENTABILIDADE PARA O PRODUTOR RURAL

POR VERLAN ANDRADE

O agricultor Ailton Geraldo Correia conhece bem um dos principais gargalos enfrentados por pequenos produtores de hortifrúti: a falta de mão de obra na roça, fator que contribui para elevar o custo da produção. “Hoje, a diária de um trabalhador bom de serviço não sai por menos que R\$ 70. Se formos assinar carteira de um trabalhador desses, o custo dobra e o produtor não dá conta. Hoje, na roça, temos que trabalhar com família, senão não conseguimos produzir”, reclama Correia, que também critica a alta de insumos. “Na época da virada para o Plano Real, um saco de cobertura vegetal custava R\$ 8. Hoje, está faixa de R\$ 60, mas o preço das hortaliças não acompanha”, diz o produtor do município de Itatiaiuçu, a 58 quilômetros de Belo Horizonte.

A dificuldade enfrentada por Correia para acompanhar a elevação dos custos de produção, entre eles o do salário mínimo, ilustra um problema comum no campo e que ajuda a explicar a queda da rentabilidade nesse segmento. “A rentabilidade do setor hortifrutícola, entre 2001 e 2011, no geral, caiu por conta da elevação dos custos acima dos preços. O item que mais onerou foi a mão de obra por conta da menor disponibilidade de trabalhadores e da forte valorização do salário mínimo nesses últimos anos”, explica a pesquisadora do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea) ligada à Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq/USP), Margarete Boteon.

Se o valor da mão de obra tem se mostrado crescente no campo, vários preços pagos aos produtores seguem caminho inverso. É o caso da batata lisa, cujo preço médio do quilo no atacado do entreposto de Contagem da CeasaMinas fechou o ano de 2011 em R\$ 0,58/kg, menos da metade do valor negociado em 1995, de R\$ 1,48/kg (veja gráfico).

Levantamento divulgado pela “Revista Hortifruti Brasil”, publicada pelo Cepea em agosto deste ano, destacou que as diárias pagas ao trabalhador rural, entre 2002 a 2012, obtiveram ganhos reais de 80% acima da inflação, percentual similar à valorização do salário mínimo no período.

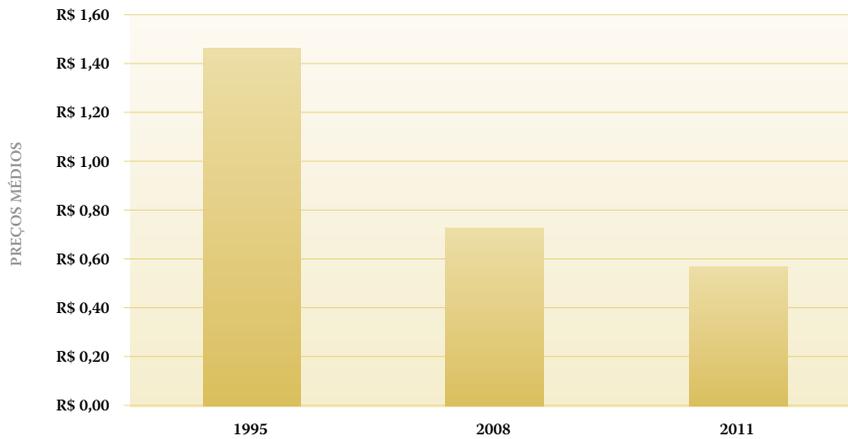


Foto: Verlan Andrade

Ailton Geraldo Correia é um dos muitos produtores a reclamar da alta dos custos no campo



PREÇOS MÉDIOS DO QUILO DA BATATA NO ATACADO DA CEASAMINAS



No atacado, preço médio da batata em 2011 foi menos da metade do negociado em 1995, em preços atualizados pela inflação (IGP/DI)

De acordo com o Cepea, o número de salários mínimos pagos com a venda de um hectare de oito produtos analisados caiu entre 2002 e 2011. “Em todos os oito produtos analisados, o produtor conseguiu pagar menos salários ao longo dos anos para cada hectare colhido de hortifrúteis.”

“Diária do trabalhador rural teve ganho real de 80%, mas preços não acompanharam”

Foram analisados a banana, o melão, o mamão, o tomate, a uva, a manga, a cebola e a batata. Um hectare vendido de mamão, por exemplo, pagava 85 salários mínimos em 2002, mas, em 2011, apenas 40 (veja quadro abaixo).

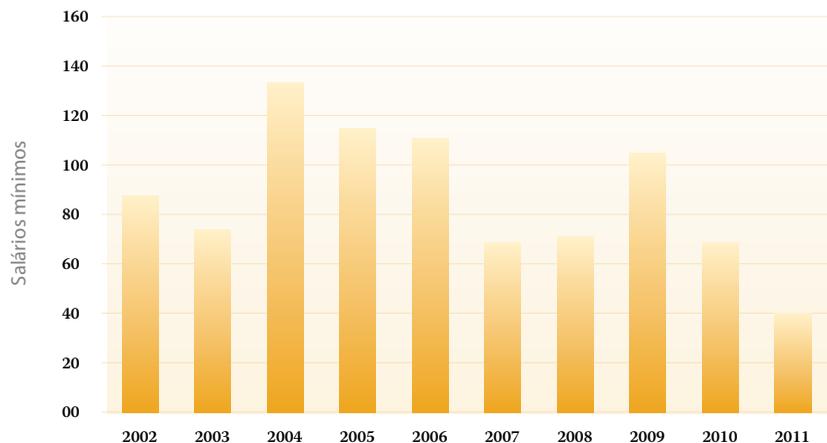
Nem o aumento da produtividade do setor hortifrutícola tem sido capaz de reverter a queda da rentabilidade. Apenas no grupo das hortaliças, a área cultivada aumentou 5,1%, enquanto a produção cresceu 62,7% entre 1996 e 2006 de acordo com o Instituto de Economia Agrícola (IEA), ligado à Secretaria de Estado de Agricultura e Abastecimento de SP.

Mas, segundo a pesquisadora Margarete Boteon, o ganho de produtividade não conseguiu reduzir significativamente os custos de produção justamente pela grande dependência de mão de obra na colheita, diferentemente de cultivos mecanizados como o da soja.

“Poucas atividades, especialmente a colheita, conseguem substituir mão de obra por máquinas. Esse ganho de escala com menor custo ocorreu nas grandes *commodities* porque houve tanto aumento de produtividade como uma forte mecanização das lavouras”, ressalta a pesquisadora.



NÚMERO DE SALÁRIOS MÍNIMOS PAGOS COM A VENDA DE 1 HA DE MAMÃO



Em 2002, com a venda de um hectare de mamão, o produtor pagava 85 salários mínimos. Em 2011, apenas 40



PRATICIDADE PARA O CONSUMIDOR ... E LUCROS PARA PRODUTOR?

Quando se fala em garantir o aumento da rentabilidade do produtor, não são poucas as estratégias sugeridas. Algumas das mais apontadas são o aumento do consumo de frutas e hortaliças, organização da cadeia visando ao mercado externo e agregação de valor por meio da agroindústria.

Na avaliação do estatístico da Seção de Estudos Estratégicos da CeasaMinas, Tarcísio Silva, pequenos produtores que continuarem atuando de modo isolado e dependentes da comercialização *in natura* continuarão reféns das grandes oscilações de preços de um produto de baixo valor agregado.

A fim de propor alternativas para reverter esse quadro, ele e a engenheira de alimentos Mara Cristina do Amaral Santos resolveram conhecer melhor um mercado relativamente ainda pouco explorado no país: o de produtos minimamente processados, orgânicos, desidratados e embalados.

A pesquisa, que foi um dos destaques da edição 4 da *Revista Abastecer Brasil* de 2011, mapeou a participação desses produtos em 133 estabelecimentos de varejo em Belo Horizonte. Os técnicos observaram que esse segmento vem crescendo, embora permaneça elitizado como consequência dos altos preços e da falta de informação de produtores, comerciantes e consumidores.

No entanto, segundo os pesquisadores, situações como menor tempo disponível para o preparo dos alimentos no lar e aumento da renda dos brasileiros mantêm o potencial de crescimento desse segmento.



Foto: Thais Oliveira

Produtos minimamente processados ou simplesmente embalados oferecem praticidade e potencial de mercado

◉ AGREGANDO VALOR

A agregação de valor no segmento de frutas, legumes e verduras (FLVs) pode se dar de muitas formas. O pesquisador da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), unidade Agroindústria de Alimentos, Sérgio Agostinho Cenci, acredita que a seleção e o embalagem de produtos constitui o mercado mais viável para o pequeno produtor. Mesmo não sendo processado, o produto acaba ganhando apelo maior no mercado por garantir ao consumidor vantagens como praticidade e menos perdas em domicílio.

“Quando o produtor embala, ele divide em porções e o consumidor aceita pagar a mais por um produto selecionado e diferenciado que

“Nos EUA, 30% do mercado são de minimamente processados”

não vai perder na casa dele. Se fizer as contas no papel, verá que compensa”, ressalta Cenci, que é doutor em Ciência dos Alimentos com especialidade em Tecnologia Pós-colheita de Frutas e Hortaliças. Segundo ele, escolas, restaurantes e cozinhas industriais locais podem ser boas alternativas para os pequenos produtores.

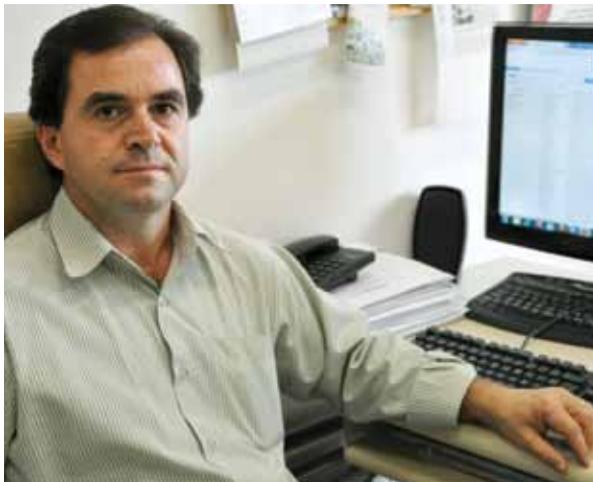
◉ PROCESSADOS

Já os produtos minimamente processados exigem mais investimentos em equipamentos e em logística para garantir o frescor dos alimentos até o varejo. “Os pequenos produtores, ainda que associados, não possuem condições de ofertar para as grandes redes de varejo. Esses estabelecimentos exigem entregas rápidas e caminhões refrigerados”, afirma Cenci, ao lembrar que muitos varejistas e atacadistas já realizam esse beneficiamento por conta própria. “A evolução do processamento é fato. Nos Estados Unidos, cerca de 30% dos hortifrúteis já são vendidos na forma de minimamente processados.”

Além do associativismo, que permite garantir escala e variedades de produtos ao longo do ano, Cenci aponta a importância da visão estratégica pelos produtores. “Os pequenos agricultores devem estar integrados e possuir estratégia de comercialização, saber quais são seus mercados.”

A Embrapa está com um projeto-piloto no cinturão verde do município paulista de Mogi das Cruzes, a cerca de 50km da capital, envolvendo pequenos produtores para ofertar produtos minimamente processados às escolas da região. Sem previsão de início, o projeto deverá contar com apoio de outras instituições públicas.

Foto: Embrapa/Divulgação



Sérgio Cenci, da Embrapa Agroindústria de Alimentos: pequeno produtor deve priorizar mercados locais em vez do grande varejo



INVESTIMENTO ALTO, PROCURA TAMBÉM

Um mercado que exige altos investimentos que acabam sendo compensados pela boa procura. É assim que o empresário da Verdepac Alimentos, Valdeir Alves da Silva, define o mercado de minimamente processados e embalados. Em um ano e meio, a produção da empresa saltou de 200kg/dia para 3 mil kg/dia. Ele explica que o volume poderia ser maior, já que há uma demanda reprimida de 20 mil kg/dia. Para isso, a Verdepac deve ampliar no próximo ano suas instalações e aproveitar a demanda esperada com as Copas das Confederações, em 2013, e do Mundo, em 2014.

No galpão da empresa, em Contagem, na Região Metropolitana de Belo Horizonte, frutas e hortaliças passam por seleção, sendo embaladas em filme plástico. Os minimamente processados passam ainda por higienização e embalagem a vácuo, sendo distribuídos para supermercados e cozinhas industriais.

A Embrapa Agroindústria de Alimentos disponibiliza gratuitamente para associações e demais interessados um manual prático sobre agroindústria. Basta entrar em contato pelo telefone (21) 3622-9737.



Foto: Alessandro Colognato

Valdeir Alves da Silva, ao lado do filho: "Procura já supera em muito nossa capacidade de produção"

Uma Lei para as Ceasas

Com união entre os operadores de mercado de todas as Ceasas do Brasil, através de suas Associações e Sindicatos, a Brastece trabalha há 7 anos para a aprovação de uma Lei para as Ceasas. Estamos chegando na reta final e contamos com o apoio dos Deputados Federais para concluirmos esta importante meta de aprovação do Projeto de Lei 174/2011, pela sua importância para o setor de abastecimento agroalimentar e saúde da população.

BRASTECE

Confederação Brasileira das Associações e Sindicatos de Comerciantes em Entrepósitos de Abastecimento





LARANJA SANGUÍNEA: DE COR ATÍPICA, A FRUTA MANTÉM O SANGUE LIVRE DAS IMPUREZAS

Por ALESSANDRO CONEGUNDES

A única fruta que também leva o nome da cor? Provavelmente, você já fez essa charada para alguém. E, com certeza, a resposta foi laranja. Mas e a laranja de cor de sangue, conhecida por laranja sanguínea, você, leitor, já ouviu falar? Teria coragem de experimentar? Exótica ela é mesmo e desconhecida do consumidor brasileiro, tanto quanto.

Também pudera, com plantio ainda escasso no Brasil, a laranja-vermelha (falsa sanguínea ou sanguínea-de-mombuca) é uma quase desconhecida na mesa e nos supermercados da maioria das cidades brasileiras. Originária da Índia e de países do Mediterrâneo, a laranja-vermelha é uma rica fonte de substâncias que combatem a ação dos radicais livres e evita riscos de doenças cardiovasculares (DCV).

Pesquisas recentes da Universidade Estadual de São Paulo (Unesp) elevaram essa variedade da laranja ao posto de faxineira-mor das impurezas que circulam na corrente

sanguínea do corpo humano — com maior poder de limpeza do que outras espécies, como a pera, a baía ou a valência.

A sua polpa é vermelha da cor do sangue e o seu poder de varrer para longe as impurezas do organismo humano tem sido tema de pesquisas e teses no mundo inteiro. De acordo com o engenheiro agrônomo Rodrigo Latado, do Instituto Agronômico de Campinas (IAC) — que estuda espécies de laranja de polpa vermelha há mais de 20 anos e é pioneiro em plantios experimentais da falsa sanguínea no Brasil —, o licopeno e os carotenos que a laranja apresenta de fato têm funções nutricionais e medicinais.

Laranjas de polpa vermelha são bastante comuns na região do Mar Mediterrâneo, em particular na Itália e na Turquia. Registros científicos mostram que os cítricos dessa família eram cultivados desde tempos imemoriais na Sicília com os plantios creditados aos árabes que ocuparam a Península Ibérica a partir do primeiro século da era cristã. Eram conhecidos como “frutos da saúde” e considerados símbolos da vida. A Sicília começou a exportar laranjas de polpas vermelhas ainda no século 15.

Segundo Latado, as laranjas claras seriam caracterizadas pela cor



Foto: © Alexstar | Dreamstime.com



laranja na polpa e no suco, devido à presença de carotenoides, que são pigmentos com cor que podem variar entre o amarelo e o vermelho. As variações de cor da polpa de frutos observadas entre as variedades desse grupo seriam devidas às flutuações na quantidade dos diferentes carotenoides presentes. De modo geral, os carotenoides possuem baixa solubili-

dade em água e elevada solubilidade em solventes orgânicos. A este grupo pertencem quase que a totalidade das laranjas comerciais cultivadas no mundo, incluindo as variedades de mesa (laranjas baías, navel, baianinhas e outras), variedades usadas para a extração de suco (pera, valência, natal, hamlin e outras), laranjas sem acidez (lima e serra d'água, por exemplo).

O segundo grupo seria o das laranjas sanguíneas, que seriam caracterizadas pela coloração vermelha-intensa (violácea) da polpa e do suco devido à presença do pigmento antocianina, solúvel em água. A grape sanguínea é uma variedade de laranja que também possui polpa de vermelho bastante intenso. No entanto, é considerada uma variedade diversa da "laranja sanguínea".

OUTRAS RIQUEZAS

Segundo Latado, a presença na laranja do alfacaroteno e do betacaroteno a tornam especial. "São enzimas essenciais para a absorção da vitamina A, uma das mais importantes para o organismo humano, e que está presente também em diversas frutas, legumes e outros alimentos, como ovos, queijos e seus derivados", afirma. A laranja falsa

sanguínea ainda não é plantada no Brasil em larga escala, mas uma empresa de São Paulo faz suas primeiras investidas com o cítrico em Matão, interior paulista. O Instituto Agronômico de Campinas também mantém canteiros da fruta em Cordeirópolis e pretende expandir a experiência para outras regiões, segundo Rodrigo Latado.

MÚLTIPLOS PODERES

O agrônomo explica, também, que antocianinas são pigmentos pertencentes ao grupo dos flavonoides (compostos químicos antioxidantes), responsáveis por uma grande variedade de cores de frutas, flores e folhas que vão do vermelho-alaranjado ao vermelho-vivo, além de roxo e de azul.

Sua função é a proteção das plantas, de suas flores e seus frutos contra a luz ultravioleta (UV). Evitam, também, a produção de radicais livres. Aos flavonoides são atribuídos diversos efeitos biológicos, que incluem ação anti-inflamatória, hormonal, anti-hemorragica, antialérgica e anticancerígena.

AÇÃO PRECISA

Licopeno é uma substância carotenóide que dá a cor avermelhada ao tomate, à melancia e à goiaba, entre outros alimentos. Ele é um antioxidante que, quando absorvido pelo organismo, ajuda a impedir e a reparar os danos às células, explica Latado, causados pelos radicais livres — produzidos durante fun-

ções normais do corpo humano, como respiração e atividade física. Também são formados como resultado do hábito de fumar, superexposição ao sol, poluição do ar e estresse. São altamente reativos e, se não controlados, podem danificar as moléculas importantes das células saudáveis do corpo humano.



Foto: © Bernd Schmidt | Dreamstime.com

SABORES E PERFUMES DO NATAL

UMA DAS MAIS COLORIDAS CELEBRAÇÕES DA HUMANIDADE, O NATAL MOVIMENTA O MERCADO DE FLORES E ALIMENTOS E REMETE A SENSações E A SABORES DE DIVERSOS PERÍODOS DA VIDA

POR CARLOS DUSSE E KELLY SANTOS

O Natal talvez seja a data mais celebrada no mundo. A tradição natalina é principalmente representada por uma ceia, que contém símbolos mais ou menos parecidos mundo afora (ameixas, castanhas, nozes, panetones, assados diversos etc.). Na visão do filósofo Guilherme Foscolo, a relação do brasileiro com a ceia de Natal tende a valorizar os alimentos fora da nossa estação justamente em função da imposição simbólica da tradição “europeizada”.

As típicas celebrações brasileiras também investem, e muito, na decoração. É comum que no Brasil a casa também se “vista” para a chegada do Natal. Cada vez mais a criatividade popular propõe inovações no setor de decoração, sobretudo no que diz respeito a flores e a plantas.

As origens de muitas dessas tradições que caracterizam as celebrações do Natal perdem-se no tempo. Ainda, segundo o filósofo, mais importante

que incentivar a reprodução dessas práticas é pensar bem sobre quais valores elas pretendem promover.

No setor comercial, seja qual for o segmento, certamente essa é a data mais aguardada do ano. O coordenador do mercado de hortifrúttis da Ceasa Campinas, Márcio de Lima, confirma o porquê da espera: “A comercialização da Ceasa Campinas mensal é de 56 mil toneladas (média). Em dezembro de 2010, foram comercializadas 59.870,5 toneladas e, no Natal passado, 65.342,3. Portanto, houve aumento de 9,14%”. Segundo ele, os produtos mais comercializados para o período são: ameixa, figo-roxo, lichia, melão, nectarina, batata, tomate, pimentão, vagem, cenoura, cebola, salsa e cebolinha. Aumenta a procura por romã, cereja, frutas cristalizadas e secas como tâmara, uva-passa, castanha, figo-turco, pistache, avelã, amêndoa, damasco e nozes. O volume de pessoas também aumenta em torno de 25%, especialmente nos dias próximos ao Natal.

Outro mercado que fatura muito, o mercado das flores tem seu comércio aquecido devido à alta demanda por produtos que simbolizam o Natal, como, por exemplo, a tuia, utilizada para confecção de árvores natalinas, e a poinsettia, ou bico-de-papagaio, como também é conhecida. A gerente do Mercado de Flores de Campinas, Ana

Rita Pires Stencio, revela que os produtores estão confiantes de que a demanda será aquecida como no

ano anterior. “Para 2012, esperamos um aumento na oferta entre 8% e 10% das tuias e poinsettias em relação ao ano passado. Quanto à oferta dos outros produtos como as begônias, kalanchoes, kalandivas, gérberas, azaleias e bromélias - o aumento na demanda de produtos desse setor chega a 15% quando comparado com períodos normais ao longo do ano, ou seja, fora das datas comemorativas”.

Certamente, o Natal é o carro-chefe, mas é nesse período do ano em que várias festividades são datadas. “Temos a oferta de vários produtos, principalmente com flores e folhagens cortadas em função de outras festividades de fim de ano, como formaturas, casamentos e festas de confraternização”, destaca Ana Rita.

Gilnei Bógio, coordenador de mercado da Administração dos Consórcios Intramunicipais (Adcointra), que administra a Ceasa de Caxias do Sul, acredita que o mês de dezembro é favorável aos consumidores. “Quando aumenta a oferta, a tendência é que o preço fique bom para o consumidor”. Além disso, este ano, os fatores externos também colaboraram para manter o preço dos alimentos. “Se o clima continuar como está, teremos uma oferta maior e com mais qualidade do que no resto do ano e mesmo em relação ao Natal passado”, diz Gilnei. Ele acrescenta que o inverno foi ideal para culturas como maçã, pêssego, uva, tomate, pepino e pimentão.

A tendência é que, neste ano, a Ceasa gaúcha disponibilize mais produtos relacionados ao Natal do que no ano



passado. Segundo Nestor Pistorello, presidente da Ceasa Caxias do Sul, eles estão preparados para isso. “Desde 2005 até hoje, nós duplicamos a área de todo o complexo de industrialização. Temos disponível “pedra” para o produtor, eles têm seu espaço. A central está com estrutura adequada para o crescimento. Um exemplo dessa estrutura é o estacionamento onde os produtores fazem as cargas e descargas. Ele foi pavimentado recentemente de modo a melhorar as condições de logística”, afirma Nestor.

❶ ESTRELA DA NOITE

Um típico feliz Natal é celebrado nos mínimos detalhes e planejado meses antes. Sem dúvida, a ceia é o momento mais aguardado e prazeroso. A vasta diversidade culinária do Brasil proporciona receitas típicas dessa festividade nos quatro cantos do país.

Nas regiões Norte e Nordeste, uma das grandes estrelas da noite é a castanha-do-brasil, também conhecida como castanha-do-pará. Do fruto da castanheira, que é a Rainha da Floresta Amazônica,

a semente é considerada uma das maiores riquezas da região dos castanhais amazônicos e cada vez mais valorizada no mercado por seu alto valor nutritivo e sua relação com a conservação ambiental. A castanha é a única semente comercializada internacionalmente que tem que ser coletada na floresta.

Ela pode ser consumida fresca ou assada e faz sucesso como “tira-gosto” em todo o mundo. A castanha-do-brasil participa, também, como ingrediente de inúmeras receitas doces e salgadas. Quando ralada (crua) e misturada com água, se transforma em um leite, usado na culinária, que pode até substituir o leite de vaca.

Segundo Rogério de Souza Campos, diretor técnico-operacional da Ceasa Rio Branco, o Estado (que também é referência na extração sustentável e no beneficiamento da castanha-do-brasil) possui pratos elaborados a partir desse ingrediente que podem ser facilmente encontrados em qualquer residência, bar ou restaurante de Rio Branco, sendo um dos mais tradicionais o bolo de milho com castanha-do-pará.

Receita

Bolo de milho com castanha-do-pará

350g de farinha de milho (flocão)
100g de farinha de trigo
300ml de leite
200ml de leite de coco
300g de açúcar

60g de coco ralado
60g de castanha-do-pará
1 colher de sopa de fermento químico
3 ovos
150g de manteiga sem sal

Preparo:

Em uma panela, coloque a farinha de milho, o leite e o leite de coco. Leve ao fogo para hidratar a farinha de milho (flocão), sempre mexendo, durante 5 minutos. Depois, agregue o açúcar e a manteiga e mexa por mais 5 minutos. Desligue o fogo e reserve até amornar a mistura. Bata as claras em neve e reserve as gemas. Triture as castanhas. Depois que a mistura esfriar, acrescente nela metade do coco ralado, as gemas, farinha de trigo, claras em neve e, por último, o fermento. Misture tudo delicadamente. Em uma forma untada com manteiga e polvilhada com a outra metade do coco ralado, despeje a massa e leve para assar em forno com temperatura média por mais ou menos 40 minutos ou até que o bolo esteja sequinho.



🔴 FLORES PRA TODOS OS LADOS

Enquanto uns se preparam para ir a festas, outros trabalham dobrado. Durante o mês de dezembro, alguns setores não param. É o caso das floriculturas. Edilson Tavares, designer floral da Lord Flores, em Belo Horizonte, acredita que os arranjos com flores vivas criam um clima muito mais alegre e festivo. “É agradável ao ambiente, o que tem tudo a ver com o Natal, que é um tempo de confraternização, de celebração da vida. Além disso, todos nós gostamos de ter uma casa bonita e acolhedora para

receber as pessoas que amamos ou que são importantes em nossas vidas”. Para ele, este é o verdadeiro valor da decoração: levar alegria, beleza, encantamento e vida para aqueles que queremos bem. “Finalmente, uma flor é a vida na sua expressão mais natural”, observa.

A flor símbolo do Natal no Brasil é a poinsetia – vermelha ou amarela – popularmente conhecida como bico-de-papagaio. Mas, segundo Edilson, em se tratando dos vasos plantados, também há uma procura muito grande pelos pinheiros, tuias holandesas, antúrios e

amarilis. “As flores de corte oferecem um leque maior de opções, tais como rosas, celósias, antúrios, austroemérias, alpinias, celósias, gérbas, flores tropicais. Enfim, todas as espécies de tonalidades avermelhadas”, explica.

Outra sugestão que Edilson Tavares dá é a utilização de flores douradas ou amarelas, tais como a orquídea chuva-de-ouro, o girassol e o lírio. “São flores que têm um custo melhor”, afirma o designer floral. Para quem quiser ousar, uma boa opção são as orquídeas azuis, lançadas no Natal passado e que permanecem no mercado.





Dicas para um arranjo perfeito

- Aos amantes da decoração, é fundamental que os arranjos tenham personalidade. Confira as dicas do designer floral Edilson Tavares para elaborar uma decoração com toque de profissional.
- Primeiro passo: estabeleça o local onde o arranjo será colocado para que se possa definir padrões de altura, largura e profundidade.
 - Arranjos com flores de corte são mais fáceis de montar, visto que há uma variedade muito grande de folhagens e flores. Para tanto, é recomendável usar, pelo menos, quatro espécies de flores, arredondadas e multidirecionais, como rosas, gérberas, lírios ou austroemérias, pois essas espécies facilitam a estruturação do arranjo.
 - Para arranjos com vasos plantados, o ideal é trabalhar com, pelo menos, duas ou três espécies de plantas, pois assim você terá texturas e tonalidades diferentes, alturas variadas para criar profundidade e transparências. E, sobretudo, flores e folhagens de formatos diferenciados, que enriquecem qualquer composição.

Colaboração: Lord Flores: (31) 3476-2121 | Av. Serrana, 173 – Bairro Serrano – Belo Horizonte/MG



COMO NASCEU O SACOLÃO PÚBLICO

HÁ EXATAMENTE DOIS ANOS, A REVISTA *ABASTECER BRASIL* CONTOU COMO SURGIRAM OS SACOLÕES PRIVADOS. AGORA, É A VEZ DOS SACOLÕES PÚBLICOS. VOCÊ SABE COMO ELES FORAM CRIADOS?

POR RAIÃO DE LUAR E VINÍCIUS MATTIELLO

No fim da década de 1970, o comerciante Nonó Mil resolveu comprar frutas, legumes e verduras de menor qualidade que sobravam dos produtores e vendê-los, no varejo, pelo preço único de 1 mil cruzeiros o quilo. O leitor da *Abastecer Brasil* já conhece essa história, que resultou na criação do primeiro sacolão. Surgida na Região Metropolitana de Belo Horizonte, a novidade se espalhou, chegou a outros Estados e chamou a atenção das centrais de abastecimento. Foi o que bastou para que o primeiro sacolão público fosse planejado, em 1982, no Rio de Janeiro.

Quando o primeiro sacolão público foi inaugurado, na cidade de Niterói, esse modelo de comércio ainda não tinha chegado ao Estado pela iniciativa privada. Os dirigentes da Ceasa-RJ perceberam que a novidade poderia desempenhar uma função pública importante. “A população teria hortifrúteis ofertados a preços 30% a 40% mais baixos do que nos demais comércios. O sacolão também contribuiria para a diversificação no consumo, já que as pessoas tinham a chance de comprar itens que normalmente não comprariam”, justifica Daniel Rosa, diretor-técnico da Ceasa-RJ.

Por esses motivos, os sacolões eram vistos como instrumentos capazes de aumentar o consumo de hortifrúteis. A expectativa tornou-se realidade e, após a inauguração,

não havia dúvidas de que a ideia foi um sucesso. “Cerca de 2 mil pessoas compareceram. Faltou mercadoria”, conta. “O sacolão foi montado no antigo Mercado do Peixe, na subida da ponte Rio-Niterói. Assim como os sacolões que já funcionavam em Belo Horizonte, por meio da iniciativa privada, era um equipamento de varejo que comercializava vários produtos a preço único por quilo”, lembra.

O sucesso foi tanto que a então Companhia Brasileira de Alimentos (Cobal), por meio do Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento (Sinac), realizou um encontro com dirigentes e técnicos das Ceasas com o objetivo de debater o Programa Sacolão implantado no Rio de Janeiro e orientar a criação de comércios semelhantes pelas demais centrais. “A orientação foi atendida e os sacolões começaram a surgir em vários Estados”, afirma Daniel.

No Rio de Janeiro, os sacolões foram levados para outros bairros e outros municípios, como Nova Iguaçu, Petrópolis, Santo Antônio de Pádua, Campos e Miracema. “Atenta ao sucesso desses sacolões, a iniciativa privada passou a implantar vários sacolões no município do Rio de Janeiro e no interior do Estado”, diz Daniel. Os sacolões privados hoje já não existem mais no Estado. De acordo com o diretor-técnico da Ceasa-RJ, foram transformados em hortifrúteis, ou seja, continuam vendendo frutas, legumes e verduras, mas sem o preço único.



No Sacolão Pinheiro, os clientes já sabem que os produtos sinalizados com a placa “sacolão” são vendidos por um preço único, abaixo do normal

TRANSFORMAÇÃO

Enquanto os sacolões privados foram extintos, os públicos passaram por transformações. Com a expansão do projeto, tornou-se difícil encontrar áreas adequadas para a instalação de novos sacolões. A alternativa encontrada pela Ceasa-RJ foi criar sacolões volantes, ou seja, sacolões sobre rodas. O primeiro foi montado em uma antiga carreta da Cobal, que estava desativada. “Quando vimos que a ideia deu certo, passamos a adaptar ônibus que estavam funcionando normalmente, mas que não podiam mais ser usados no transporte de passageiros”, completa Diego.

Buscando expandir ainda mais o Projeto Sacolão, eles passaram a ser montados em áreas descobertas localizadas dentro de comunidades, como quadra de esportes, garagem de ônibus e quadra de escola de samba. No entanto, o esforço para montar e desmontar as bancas fez com que a ideia não fosse levada adiante. Os sacolões fixos também não existem mais. Atualmente, todos funcionam sobre rodas. São mais de 30 ônibus que compõem a frota do projeto Ceasa nos Bairros.

Os administradores dos ônibus devem seguir uma série de critérios definidos pela Ceasa-RJ. “Eles têm que doar ao nosso banco de alimentos a quantia mínima de 500 quilos de produtos hortigranjeiros em perfeitas condições de consumo. Além disso, devem comprar, obrigatoriamente, o mínimo de 30% dos produtos comercializados diretamente dos agricultores familiares do Rio de Janeiro”, exemplifica Diego. Para otimizar o projeto, GPS estão sendo instalados nos ônibus para garantir que a rota de cada um seja cumprida.



Foto: © Stephen Mcsweeny | Dreamstime.com



RARIDADE

Até mesmo na Região Metropolitana de Belo Horizonte, onde nasceu o primeiro sacolão, é difícil achar um comércio fiel ao modelo original. Nos pequenos sacolões de bairro, entretanto, é possível encontrar algo semelhante. O Sacolão Pinheiro, que funciona há mais de 20 anos, é um exemplo. Embora o preço não seja único para todos os produtos, são sempre padronizados e abarcam uma gama de mercadorias.

Nas gôndolas, cartazes com os dizeres “sacolão” indicam que o produto é vendido pelo preço mais barato. No dia em que a *Abastecer Brasil* visitou o comércio, cenoura, pimentão, melancia, pepino e mais dez produtos eram comercializados a R\$ 0,99 o quilo. Entre as mercadorias a R\$ 1,99, havia batata, jiló, tomate e banana-prata. No salão principal da loja, mais 16 produtos eram encontrados a R\$ 2,49 e R\$ 2,99, como maçã-média, limão, abacate e cebola-branca.

“Toda vida foi assim. É vantajoso vender por um preço menor; pois isso faz com que eu venda mais e, quanto mais eu vendo, melhor é”, comenta o dono do sacolão, Aroaldo Gonçalves Rios. Segundo ele, o preço varia e é definido de acordo com o mercado da CeasaMinas. Para conseguir padronizar o preço, ele acaba cotando alguns produtos mais baratos e outros mais caros do que o normal. “O preço atrai muitos clientes e essa estratégia acaba compensando. No fim, um produto compensa o outro”, conclui.

Foto: © George | Dreamstime.com



Benassi

Presença e qualidade

A Benassi detém profundo conhecimento em produção e comercialização para o setor fruticultor. Experiência adquirida durante anos de atuação efetiva em compra, distribuição, produção, importação e venda. A empresa abastece o mercado atendendo o atacado e o varejo, cozinha industrial e realizando fornecimento marítimo, além de garantir a satisfação com o serviço de atendimento ao cliente.

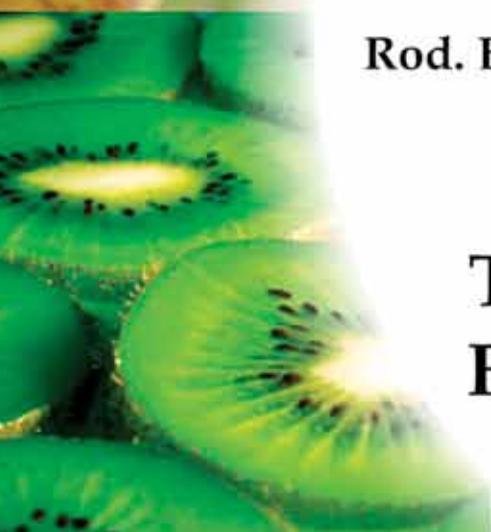




COMERCIAL



IRMAOS
PEREIRA



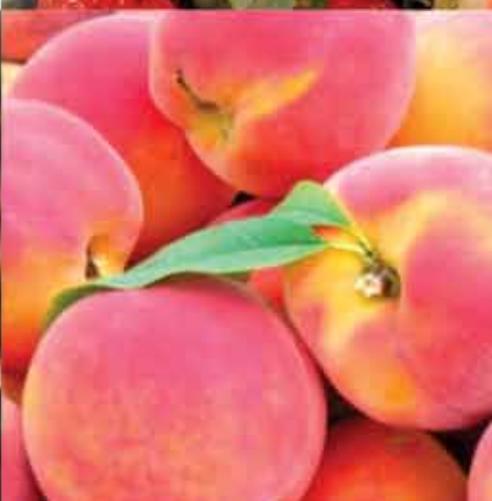
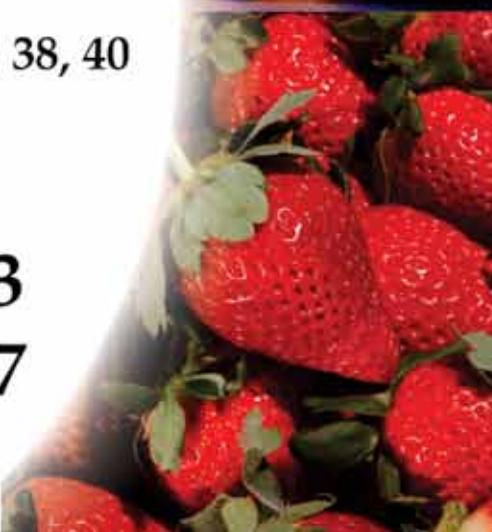
Rod. BR 040 - Km 688 - Box 32, 38, 40

CEASA MINAS

Contagem - MG

Tel: 31 3394-0143

Fax: 31 3394-3187





ESTÁ SERVIDO,



TCHÊ?

COSTELA ASSADA, CHAUSSOUNS DE MAÇÃ, ARROZ DE CHICA RICA E NUVEM DE GOIABA COM QUEIJO. CONHEÇA AS RECEITAS DE COMIDAS TÍPICAS GAÚCHAS QUE SÃO UMA BARBARIDADE

POR RAIOS DE LUAR

Churrasco com chimarrão, arroz de carreteiro, charque, vinho, doce de abóbora, doce de figo. Huum! Quantas delícias. Será que você já identificou de onde vem tanta coisa boa? Se você pensou em comida gaúcha, acertou. Tratando-se de culinária, o Rio Grande do Sul se destaca. Da mistura entre a comida indígena, portuguesa e espanhola e do homem do campo surge a chamada cozinha da Campanha e, com características mais urbanas, a cozinha da região missioneira.

A cozinha do RS é muito rica em ingredientes e em formas de misturá-los, propiciando uma culinária variada e muito apreciada. Os espanhóis introduziram a criação de gado, por isso o costume de fazer churrascos. Da miscigenação indígena tem o aproveitamento de plantas nativas como a abóbora, o amendoim, o cará, a batata-doce, a banana e o ananás.

A culinária portuguesa utilizava as especiarias da Índia como o cravo, a canela e a noz-moscada. Os gaúchos criaram novos pratos, adaptaram outros e conservaram algumas receitas

tradicionais como pastéis, pães, sonhos, marmeladas e a bacalhoda.

Como não se apaixonar por todos esses pratos típicos vindos de um Estado tão popular? Como já dizia Arnaldo Jabor em um de seus textos sobre o povo gaúcho, “No Rio Grande do Sul, todos cantam o hino de pé, sabem a letra de cor, oferecem um chimarrão que vai passando de mão em mão”.

A revista *Abastecer Brasil* visitou dois restaurantes tradicionais da capital Porto Alegre e selecionou algumas receitas típicas do Estado gaúcho. O chef de cozinha Philippe Remondeau estudou gastronomia na França aos 16 anos. Sobre o prato quente costela assada ao molho de vinho Morlet, Philippe conta que a inspiração foi nas churrascarias. A costela, por ser um prato típico do Rio Grande do Sul e o molho Merlot em função também do Rio Grande do Sul ser um grande produtor de vinho.

“Nas minhas receitas, sempre procuro valorizar os produtos regionais. Por isso, considero minha cozinha francesa com sotaque brasileiro”, ressalta Philippe. A sobremesa escolhida foi chaussons de maçã e pinhão.

“Podemos dizer que é um folhadinho bem apetitoso, e o pinhão é uma fruta bem típica desta época aqui em Porto Alegre”, conta o chef. Seu restaurante Chez Philippe está no mercado de Porto Alegre há 12 anos.

O outro restaurante escolhido foi o Chicafundó – Comida com Amor, também em Porto Alegre. A chef de cozinha Elisa Prenna, que prefere ser chamada de cozinheira, é formada em administração. O restaurante funciona há 2 anos no fundo de um casarão antigo. A decoração é bem atrativa e o atendimento diferenciado. Elisa conta que escolheu o prato Arroz Chica Rica, que, na verdade, tem o nome de Arroz CHINA Rica, mas, nesta época do ano, o nome é alterado. “É um arroz bem tradicional campeiro do RS. Chama-se arroz de chica e, assim como a massa típica italiana que tem o nome de putanesca, é uma homenagem às mulheres da vida, com ingredientes que são indispensáveis na despensa gaúcha”, conta Elisa. “A sobremesa de nuvem de goiaba com queijo é mais um doce brasileiro, porém demos um toque mais leve”, completa a cozinheira.



RESTAURANTE CHEZ PHILIPPE

Avenida Independência, 1005 - Porto Alegre

CHEF PHILIPPE REMONDEAU

FOTOS: Cristiano Sant'Anna



COSTELA ASSADA POR 5 HORAS COM MOLHO DE VINHO MERLOT



COSTELA

Ingredientes:

1,5kg de costela com osso
Ervas de Provence a gosto (ou tomilho e alecrim)
Sal
Pimenta-do-reino

Preparo:

Temperar a costela e levar ao forno a 180 graus até selar (dourar a superfície rapidamente);
Baixar a temperatura para 160 graus, cobrir com papel alumínio e deixar cozinhando por cerca de 5 horas.

MOLHO

Ingredientes:

1/2 cebola-roxa picada
400ml de vinho tinto
400g de caldo de carne
80g de manteiga

Preparo:

Refogar a cebola na manteiga;
Adicionar o vinho tinto e esperar reduzir pela metade;
Adicionar o caldo de carne e ferver até engrossar;
Finalizar com manteiga, sem ferver;
Temperar com sal e pimenta.

CHAUSSOONS DE MAÇÃ E PINHÃO

Ingredientes:

400g de massa folhada
400g de maçã
50g de manteiga
50g de açúcar cristal
20ml de calvados (aguardente de maçã)

Preparo:

Refogar as maçãs na manteiga e no açúcar;
Adicionar o calvados no fim.

CREME DE PINHÃO:

400ml de leite integral
2 ovos
20g de farinha de trigo

50g de açúcar de confeiteiro
100g de purê de pinhão

Preparo:

Fazer um creme de confeiteiro com todos os ingredientes;
Misturar com as maçãs refogadas;
Esticar a massa folhada com açúcar de confeiteiro e rechear como um pastel;
Assar a 170 graus;
Servir com calda de laranja.
Rendimento: 4 porções





RESTAURANTE CHICAFUNDÔ

Rua Cel. Bordini, 232, Loja A - Porto Alegre

CHEF ELISA PRENNA



ARROZ DE CHICA RICA

Ingredientes:

250g de arroz arbóreo
200g de linguiça-mignon
300ml de vinho tinto seco
1 maço de cebotele
1 lata de milho doce (drenada)
1 cebola-roxa bem picada
1 dente de alho bem picado
1 lata de tomate pelado
1,5 litros de caldo de frango
1 bouquet garni
200g de grana padano ralado
2 colheres de manteiga sem sal
Sal e pimenta a gosto

Preparo:

Cortar a linguiça em rodela pequenas e fritar com um pouco de azeite;
Na mesma gordura, acrescentar a cebola e o alho picados e refogar até que a cebola fique translúcida;
Acrescentar o tomate pelado e refogar por mais alguns minutos;
Acrescentar o arroz, sem lavá-lo;
Acrescentar o vinho e deixar secar;
Acrescentar o caldo aos poucos, mexendo até que o arroz fique al dente (aproximadamente 20 minutos);
Ao fim, acrescentar o queijo previamente ralado, o milho, a cebotele e a manteiga;
Servir imediatamente.
Rendimento: 4 porções
Tempo de preparo: 40 minutos.

NUVEM DE GOIABA COM QUEIJO

Ingredientes:

3 claras
1 pitada de sal
400g de goiabada cascão
Manteiga e açúcar para untar

Preparo:

Untar 4 ramekins (forma de porcelana que pode ir ao forno) com manteiga e polvilhar açúcar;
Em uma tigela à parte, bater as claras em neve com uma pitada de sal até que fiquem bem firmes;
Em uma panela, colocar a goiabada cascão previamente cortada em cubos e inserir aproximadamente 1/5 de copo de água. Levar em fogo baixo até que fique pastosa. Se necessário, acrescentar um pouco mais de água. Deixar esfriar;
Misturar a goiabada na clara batida;
Distribuir a clara com goiabada nos ramekins;

Levar ao forno preaquecido a 180 graus por aproximadamente 10 minutos ou até que cresça bem e os picos fiquem dourados;
Servir imediatamente com a caldinha de queijo.
Dica: não abra o forno até que a nuvem esteja pronta ou ela irá baixar.

Caldinha de queijo cremoso

2 colheres de queijo cremoso tipo *cream cheese*
2 colheres de requeijão
Leite para diluir

Preparo:

Misturar tudo, levar ao fogo baixo para diluir e reservar.

Fique tranquilo, aqui tem Banco de Caixas

SOMOS A SOLUÇÃO QUANDO O ASSUNTO É HIGIENIZAÇÃO E PADRONIZAÇÃO



bancodecaixas®

Uberlândia



bancodecaixas.com.br

CEASAMINAS-UBERLÂNDIA

(34) 3229-3467

Segurança Alimentar - Responsabilidade Ambiental - Sustentabilidade



Venda
Locação
Logística
Reciclagem
Consultoria
Higienização



i NOSOTROS SOMOS 292!



LECHUGA FRESCA, ZANAHORIA SELECCIONADA, UMA BOA CARGA DE ZAPALLO. É ASSIM QUE SE COMPRA ALFACE, CENOURA E ABÓBORA NOS 215 MERCADOS ATACADISTAS NA AMÉRICA LATINA ESPANHOLA. SOMADOS AOS 77 MERCADOS BRASILEIROS, A REGIÃO CONTA COM 292 MERCADOS ATACADISTAS DE PRODUTOS HORTIGRANJEIROS, UM PARQUE ATACADISTA EXPRESSIVO QUE ABASTECE 578 MILHÕES DE PESSOAS

ALTIVO R. A. ALMEIDA CUNHA¹
GUSTAVO ALMEIDA²

A América Latina abriga um parque atacadista alimentar numeroso, composto por um número expressivo de centrais atacadistas de grande porte na periferia dos grandes centros urbanos, bem como mercados tradicionais sediados nas grandes aglomerações urbanas, muitos cumprindo simultaneamente as funções de venda por atacado e varejo. Em zonas ou territórios com tradição produtiva, contam-se diversos mercados de reunião da produção, no Brasil chamados de mercados dos produtores, ou mercados campesinos nos países hispânicos.

Muitas das grandes centrais atacadistas públicas implantadas para organizar o abastecimento nas grandes cidades foram construídas na América Latina entre os anos 1960 e 1980. A FAO participou ativamente na criação desses mercados na América Latina a partir

dos anos 1960, tendo participado da estruturação dos sistemas atacadistas de países latino-americanos como Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia e México. Os projetos de cooperação técnica foram, também, importantes na região através da contratação de especialistas franceses e espanhóis, principalmente da estatal espanhola Mercasa como coordenadora técnica e definidora dos padrões de operações em grande parte da América Latina.

As grandes centrais latino-americanas podem ser definidas como “mercados atacadistas de segunda geração”, tendo em comum grandes estruturas logísticas na periferia das grandes aglomerações urbanas, integradas aos mercados de reunião da produção, os mercados de produtores ou campesinos. Esse sistema foi dotado de procedimentos bem delineados de acompanhamento de preços e do

estabelecimento de padrões em termos de normas e regras comerciais e sanitárias por parte dos gestores (coordenadores) públicos, sendo sua operação realizada exclusivamente por agentes privados, envolvendo produtores, comerciantes e prestadores de serviços.

Nove grandes mercados podem ser considerados mercados de referência nacional em termos de formação de padrões de preços e de qualidade (na maioria dos casos). O Mercado da Cidade do México é considerado o maior mercado atacadista do mundo e na América Latina é seguido pela Ceagesp, em São Paulo. A ausência de dados consolidados de desempenho comercial e infraestrutura comercial dificultam o estabelecimento de um ranking latino-americano de centrais de abastecimento.



CENTRAIS DE ABASTECIMENTO DE REFERÊNCIA NACIONAL NA AMÉRICA LATINA E CARIBE

PAÍS	CIDADE	MERCADO	ENTRADA EM OPERAÇÃO
MÉXICO	CIDADE DO MÉXICO	FICEDA	1982
BRASIL	SÃO PAULO	CEAGESP	1966
ARGENTINA	BUENOS AIRES	MERCADO CENTRAL	1984
CHILE	SANTIAGO	LO VALLEDOR	1985
COLÔMBIA	BOGOTÁ	CORABASTOS	1972
PERU	LIMA	LA PARADA	1980
VENEZUELA	BARQUISIMETRO	MERCABAR	1983
COSTA RICA	SAN JOSE	CENADA	1981
URUGUAI	MONTEVIDÉU	MERCADO MODELO	1937

Desses mercados, apenas o Mercado de La Parada em Lima e o Mercado Modelo, em Montevideú, são anteriores ao modelo de “mercados de segunda geração”. No entanto, a Empresa Municipal de Mercados SA - EMMSA inaugurou em setembro de 2012 o moderno mercado atacadista de Santa Anita, com moderna infraestrutura logística e que deve figurar como mercado de referência nacional. No caso uruguaio, encontra-se em desenvolvimento, com consultoria da espanhola Mercasa, para a construção de um grande centro alimentar que substituirá as operações do mercado modelo em bases modernas.

No entanto, poucos países contam com avaliação sistemática de seus parques atacadistas em termos de avaliação de infraestrutura e de serviços, da escala das operações atacadistas e da participação de produtores rurais, sendo exceções os dois países que abrigam o maior número de unidades atacadistas, Brasil - a partir das iniciativas do Prohort - e México, que desenvolveram estudos diagnósticos de seus mercados atacadistas, permitindo um aprofundamento das informações sobre esse importante segmento da cadeia de distribuição de alimentos.

México, Brasil e Argentina respondem agregadamente por mais de 70% dos mercados atacadistas latino-americanos e concentram 59% da população da América Latina e Caribe. Evidentemente, apenas o número de centrais de abastecimento e mercados com função atacadista pouco

diz sobre a capacidade e a eficiência do abastecimento alimentar, sendo necessário aprofundar em estudos de caso para estabelecer um padrão comparativo latino-americano. No caso brasileiro, 18 mercados são considerados mercados de porte nacional e outros 26 como mercados atacadistas de influência regional, totalizando 44 mercados com infraestrutura atacadista relativamente adequada, sendo os demais pequenos mercados atacadistas, muitos de administração municipal.

Os países andinos como Peru, Bolívia e Equador possuem antigos mercados tradicionais inseridos em centros urbanos, com precárias condições de infraestrutura, mas contam com serviços de informação de preços realizados por instituições governamentais. O caso do Chile é o inverso, com um grande número de centrais de abastecimento regionais de porte médio e pequeno, que em geral, possuem infraestrutura logística relativamente estruturada, principalmente para o trânsito de carga (pela própria característica geográfica do país, longitudinal, com logística de abastecimento praticamente concentrada no transporte rodoviário), mas nenhuma central possui serviço de acompanhamento e difusão de estatísticas de preços e quantidades.

Colômbia e Venezuela têm estruturas de centrais de abastecimento similares à brasileira, ainda que na Colômbia seja importante a participação privada na administração das centrais, geralmente compartilhada com o setor público.

Os países da América Central apre-

sentam um nível de coordenação regional importante, estimulados por órgãos de cooperação internacional. Um exemplo interessante é o caso da Fundación Hondureña de Investigación Agrícola - Fhia, que acompanha as informações dos mercados atacadistas de Honduras, El Salvador e Nicarágua mediante convênio de cooperação, permitindo avaliar interações do comércio intrarregional.

Conhecer e caracterizar esse grande parque atacadista é um desafio importante e uma oportunidade excelente para integrar os mercados latino-americanos. Somos a região de origem das batatas, do tomate, do milho, da mandioca e de outros tantos produtos que estão na mesa dos consumidores do mundo inteiro, da comida típica à alta gastronomia. É também uma oportunidade para discutirmos e ampliarmos a iniciativa brasileira do Prohort no momento em que discutimos o Plano Nacional de Abastecimento. Se pensarmos no amanhã e no papel de liderança que o Brasil tem na difusão de seus programas de segurança alimentar e agricultura na América Latina, veremos que somos *más fuertes si estamos juntos con nuestros hermanos*.

¹Engenheiro agrônomo, doutor em economia e consultor da FAO e da Abracen. E-mail: altivo.cunha@gmail.com

²Engenheiro agrônomo, MsC em fisiologia Pós-colheita de frutas e hortaliças e chefe do Departamento de Planejamento da CeasaMinas.



DAS ÁGUAS DE BRASÍLIA À MESA DO CONSUMIDOR

O Mercado do Peixe de Brasília (MPB) é uma aspiração antiga de muitos que se dedicavam à piscicultura no Distrito Federal e no entorno. Ele é resultado de um acordo inicial firmado entre o Ministério da Pesca e da Aquicultura (MPA) e a Secretaria de Agricultura e Desenvolvimento Rural (Seagri/DF), instituição que coloca as suas vinculadas à Emater/DF e à Ceasa/DF no processo de desenvolver o segmento pesqueiro de produção, de comercialização e de abastecimento. Desse processo, participam, também, a Companhia de Saneamento Ambiental do Distrito Federal (Caesb), principalmente para o equacionamento do esgotamento de resíduos líquidos; a Defesa Agropecuária e Inspeção de Produtos de Origem Vegetal e Animal (Dipova), na aprovação e fiscalização de processamento e comercialização de produtos de origem animal; o Instituto Brasília Ambiental (Ibram), no licenciamento ambiental, e a Administração Regional do Setor de Indústria e Armazenamento (SIA), para o alvará de funcionamento.

O Mercado do Peixe de Brasília reúne, em parceria, a Secretaria de Agricultura do Distrito Federal (Seagri/DF) e a Associação dos Aquicultores e Pescadores Artesanais da Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (Hajapeixe Ride/DF). A primeira, entidade do setor público, e a segunda, entidade do terceiro setor, incumbida da gestão do MPB e que congrega 54 membros fundadores e 93 associados contribuintes dentre profissionais dedicados à pesca e à piscicultura.

A Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno é coordenada pelo Ministério da Integração Nacional (MI), juntamente com as Rides de Petrolina/Juazeiro, para frutas tropicais, e a de Grande Terezina, para o mel, sendo que a Ride/DF é a mais antiga e compreende municípios de Goiás (Abadiânia, Água Fria de Goiás, Águas Lindas de Goiás, Alexânia, Cabeceiras, Cidade Ocidental, Cocalzinho de Goiás, Corumbá de Goiás, Cristalina, Formosa,

Luziânia, Mimoso de Goiás, Novo Gama, Padre Bernardo, Planaltina, Pirenópolis, Santo Antonio do Descoberto, Valparaíso de Goiás e Vila Boa) e de Minas Gerais (Buritiz, Cabeceira Grande e Unai).

Para o presidente da associação Hajapeixe Ride/DF, Elmar Wagner, a gestão do MPB é o projeto mais importante justamente nesse papel de promover a produção e a pesca e fomentar o consumo de pescados de qualidade. A associação já está se articulando com instituições de Goiás e de Minas Gerais, notadamente com organismos associativos, com as Emater dos dois Estados e prefeituras dos municípios que compõem a Ride/DF.

Pescado de qualidade pressupõe atuar com eficiência na melhoria de processos, com eficácia na promoção de produtos e na efetividade pela satisfação da clientela e dos usuários.

Presentemente, o MPB atua exclusivamente com peixes vivos, processados à escolha do cliente sob as formas de peixes limpos e inteiros, em postas e em filé, com peixes de água doce pescados e/ou produzidos na área de abrangência da Ride/DF. Junto com essa linha de peixes frescos, oportunamente o MPB irá atuar com peixes resfriados desde as propriedades (*fish farmings*) até o mercado e, mais adiante, operar, também, com pescados congelados produzidos e manufaturados em entidades associativas de outras partes, principalmente, do litoral do país, tais como camarões, siris, lagostas, ostras, mariscos e mexilhões. Não é descartada a possibilidade de operar, ainda, com pescados importados e que necessitem de processamentos locais.

A Ride/DF, como região integrada de desenvolvimento econômico e social, apresenta características particulares, a saber: pela abrangência de três unidades da federação com a participação de municipalidades nos respectivos Estados e de Regiões Administrativas no DF, estas na condição de unidades geopolíticas de decisão e de atuação junto à sociedade; nos divisores de água que a conduzem a três importantes





Unidade de Processamento e Comercialização de Pescados do Mercado do Peixe de Brasília

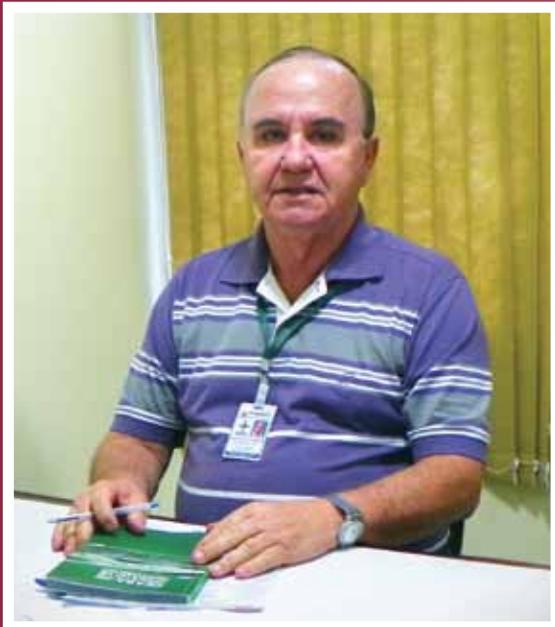
bacias hidrográficas do país – Rio São Francisco, Rio Tocantins e Bacia do Paraná-Paraguai; na condição de unidades fisiográficas de planejamento e de manejo de recursos naturais, com a conveniente e necessária estocagem de água para consumo em diversos fins, e de arranjos fundiários que organizam os espaços produtivos georreferenciados com as formas de corpos d'água particulares e públicos.

Esse conjunto de unidades geopolíticas, de unidades fisiográficas e de unidades de produção e agronegocial faz da Ride/DF um espaço estratégico para o desenvolvimento de produções em meios aquáticos tendo o cultivo de pescados em cativeiro como o carro-chefe desse desenvolvimento econômico e social, com forte ênfase nos preceitos que caracterizam o desenvolvimento com preservação ambiental.

Outra destacada qualidade dessa região é a alta taxa de consumo de pescados pela população da capital da república, Brasília, que, segundo estatísticas divulgadas, já se posiciona em 14 quilos per capita por ano, condição diferenciada de consumo de pescados em geral, exceto para certas localidades do litoral e de populações ribeirinhas da Amazônia.

O Mercado do Peixe de Brasília poderá se constituir num modelo interessante para as centrais de abastecimento do país na medida em que, contribuindo com uma pequena unidade exemplar de processamento, possa se constituir num importante local de comercialização material e virtual.

Fonte: Ceasa/ DF



A CARA DA CEASA NORDESTINA

ANTÔNIO SOARES BELTRÃO TRABALHA NA CEASA/PE HÁ QUASE 40 ANOS E AJUDOU A DESENVOLVER OUTRAS CEASAS NO NORDESTE DO BRASIL

POR CARLOS DUSSE

Pense em uma pessoa que ajudou a desenvolver a Ceasa de Pernambuco, participou da criação de três centrais de abastecimento no Nordeste, além de ter ajudado a recuperar cerca de 40% da receita na Ceasa de Campina Grande. Esse é Antônio Soares Beltrão, conhecido simplesmente como Beltrão, que há 39 anos trabalha na Ceasa de Pernambuco.

O técnico se lembra muito bem do dia 13 de novembro de 1973. Foi nessa data que ele conquistou seu primeiro emprego, justamente na Central de Abastecimento de Pernambuco. Sua primeira função foi ser orientador de mercado, tarefa exercida durante pouco menos de dois anos. Atualmente, Beltrão trabalha no Departamento Técnico da Central.

Mas foi como gerente do Departamento de Mercado que ele viveu seus momentos mais felizes na instituição. Beltrão ocupou o cargo por 18 anos. “Cada contato com permissionários, produtores e empresá-

rios que vêm até aqui para fechar bons negócios traz um conhecimento muito grande”, explica ele.

Ao longo desses 39 anos, Beltrão presenciou muitas mudanças na Ceasa de Pernambuco. Um dos problemas resolvidos é relativo à insegurança que existia no entreposto. Atualmente, a polícia militar trabalha 24 horas por dia na Ceasa/PE. Existe, ainda, um serviço de segurança privada. Ao todo, são 120 homens somados os policiais e os seguranças privados. Foram instaladas 56 câmeras para monitorar o entreposto.

Além disso, Beltrão destaca que a Ceasa/PE chegou a ter 600 crianças que praticamente moravam no entreposto. Muitas delas roubavam e se prostituíam. Mas, hoje, a realidade é outra. “A diretoria, com apoio das Secretarias de Ação Social, Segurança Pública do Estado e Prefeitura Municipal, envolvendo também permissionários e o Ministério Público, desencadeou uma campanha reduzindo praticamente a zero a pre-

sença de crianças no mercado. Para tanto, após cadastradas, as crianças passaram a receber em suas comunidades uma refeição por dia”, lembra ele.

Outra grande mudança citada por Beltrão foi a forma de transportar os produtos. Atualmente, a Ceasa Pernambuco é a referência nacional na utilização de embalagens plásticas para carregar frutas, legumes e verduras (FLV). Todos os meses, 60 mil caixas padronizadas são higienizadas. “Fico muito feliz por ter participado desse grupo que implantou o banco”, diz Beltrão.

Além das transformações físicas, Beltrão lembra que ocorreram mudanças organizacionais. “Naquela época, eu tinha vontade de fazer as coisas e fazia sugestões. Havia mudanças, mas não na intensidade de hoje”, afirma ele, comparando o período em que começou a trabalhar e o momento atual. O técnico acredita que essa agilidade não ficou restrita à Ceasa de Pernambuco e pode ser observada em muitas centrais de abastecimento do Brasil.



E Beltrão tem conhecimento para falar de outras Ceasas. Ele é um estudioso do sistema de abastecimento alimentar do país, sobretudo do Nordeste. Ao longo de sua carreira, o técnico agrícola foi cedido temporariamente para outras centrais de abastecimento permanecendo nelas por alguns meses. Beltrão ajudou a implantar as Ceasas de Paulo Afonso (BA), Salgueiro (PE) e Patos (PB). No Maranhão, foi um dos responsáveis por criar o mercado do produtor. Em Campina Grande, ele coordenou um trabalho de reordenamento de mercado e recuperação de receita, incrementando

a renda em 39%. Em Belém do São Francisco (PE), Beltrão chegou a substituir o gerente do mercado do produtor.

O técnico agrícola exerceu, ainda, algumas funções importantes para o comércio de alimentos. Durante três anos, Beltrão foi diretor de abastecimento do município de Jaboatão dos Guararapes, um dos mais importantes da Região Metropolitana de Recife. Ele também auxiliou na implantação da feira coberta de Paulo Afonso (BA).

Após quase 40 anos de trabalho na Ceesa/PE, Beltrão assumiu uma nova função: repassar para as novas gerações

tudo esse conhecimento adquirido. E, de acordo com ele, essa tarefa tem sido mais fácil do que aprender quais são as necessidades de um mercado complexo como é o de Recife. “Não tenho dificuldade em repassar a experiência que tenho. Faço isso com muito prazer”, afirma o técnico.

Beltrão é pai de dois filhos. O mais velho é advogado e a mais nova está se formando em design. Para ele, a estatal lhe proporcionou muito mais do que o ganho financeiro. “A Ceesa me deu o pão de cada dia, uma casinha para morar e um carro”, finaliza Beltrão, demonstrando felicidade.



Beltrão recebe um grupo de estudantes no entreposto



CEASAS COMEMORAM AVANÇO DO PNA

VEJA O QUE MAIS É DESTAQUE NAS CENTRAIS DE
ABASTECIMENTO DE TODO O BRASIL



MINISTÉRIO CRIA GRUPO DE TRABALHO PARA AS CEASAS

O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) autorizou a criação de um grupo de trabalho para propor e articular ações necessárias à modernização, à reorganização e à gestão das centrais de abastecimento. A equipe será formada por representantes da Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (Abracen), da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) e do próprio ministério. O grupo tem 90 dias para concluir os trabalhos.

As ações serão baseadas no Plano Nacional de Abastecimento (PNA), elaborado por técnicos de centrais de abastecimento de todo o país. Para o presidente da CeasaMinas e da Abracen, João Alberto Paixão Lages, essa é uma grande oportunidade para os mercados atacadistas. “Vivemos um momento importante com a elaboração desse plano. Certamente, ele vai ajudar os nossos mercados a reconquistarem o prestígio que tínhamos”, afirmou ele.

CEASA/PA ENTREGA RELATÓRIO DE MONITORAMENTO DO PLANO DE MELHORIA DE GESTÃO

Fonte: Ceasa/PA

A Central de Abastecimento do Pará (Ceasa/PA) entregou o relatório de monitoramento do Plano de Melhoria de Gestão (PMG) para a Secretaria de Estado de Administração (Sead), órgão responsável por acompanhar e avaliar as organizações do governo do Estado a fim de estabelecer metas e melhorar o desempenho institucional através do Programa de Qualidade de Gestão (PQG).

O relatório entregue tem como principal objetivo descrever todas as atividades executadas e em andamento desenvolvidas na Ceasa/PA. O período apresentado é de janeiro até novembro deste ano. De acordo com a coordenadora do Programa de Qualidade de Gestão na Ceasa/PA, Ana Márcia Rodrigues, as

principais atividades desenvolvidas pela central neste ano foram a aprovação do projeto “Banco de Alimentos”, junto ao Ministério de Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), a revitalização asfáltica do pátio do entreposto, em parceria com a Secretaria de Obras Públicas (Seop), e a realização da Pesquisa de Satisfação junto aos frequentadores, que ajudou bastante nas ações a serem executadas pelo órgão ainda neste ano e em 2013.

O PQG é desenvolvido e monitorado pela Sead com a responsabilidade de acompanhar e constituir um conjunto de ações estabelecidas a partir de um processo de avaliação da gestão através dos PMG.

CEASA/RJ TERÁ POSTO PARA COLETA DE EMBALAGENS VAZIAS DE AGROTÓXICOS

Fonte: Ceasa/RJ

Quatro toneladas de embalagens vazias de agrotóxicos foram entregues no posto de coleta, inaugurado dia 26 de outubro, na Unidade Noroeste Fluminense da Ceasa/RJ. Os recipientes foram entregues por produtores dos municípios de São Sebastião do Alto e Itaocara. O espaço, que será administrado pela Associação dos Revendedores de Agrotóxicos da Região Serrana Fluminense (Arasef), é considerado uma

conquista para os agricultores, uma vez que, agora, ficou mais fácil para o agricultor cumprir a legislação. De acordo com a Arasef, as embalagens ficarão na unidade temporariamente. Elas serão separadas e levadas para Campos dos Goytacazes, onde algumas serão recicladas e outras, incineradas.

Atualmente, a legislação federal determina que as empresas produtoras e comercializadoras de defensivos agrícolas implementem, com a colaboração do poder público, programas educativos e mecanismos de controle e estímulo aos usuários para a devolução de embalagens vazias. Já os agricultores também possuem deveres, como o armazenamento dos produtos em recipientes originais, fora do alcance de crianças e animais e em locais trancados. Outro procedimento requerido é a tríplex lavagem ou a lavagem sob pressão antes do recolhimento. Os produtores só devem comprar os defensivos químicos com receituário agrônomico e prescrição de uso em estabelecimentos licenciados para venda. No ato da devolução, as embalagens devem estar ensacadas e identificadas com o nome do agricultor. Só assim ele receberá o comprovante de devolução.

Foto: Ceasa/RJ



Ceasa/RJ está recolhendo embalagens vazias de agrotóxicos

CEASA/DF TERÁ ESPAÇO PARA ARTESANATO

Fonte: Ceasa/DF

Além das frutas, verduras e hortaliças que abastecem o Distrito Federal, a Ceasa/DF inova com a comercialização de artesanato. Durante reunião realizada no dia 30 de outubro com artesãos do DF, o presidente da Ceasa/DF comunicou a implantação do espaço para artesanato. Com isso, os artesãos terão mais um ponto para expor e comercializar o seu trabalho.

Inicialmente, o artesanato será vendido aos sábados, quando cerca de 10 mil pessoas circulam pela central. A previsão é

que os artesãos comecem a comercializar seus produtos no início de dezembro.

Para o presidente da Ceasa/DF, Wilder Santos, a iniciativa busca incentivar o desenvolvimento do artesanato no DF. “A Ceasa/DF está inovando ao abrir esse espaço para o artesanato. Vamos agregar esses produtos como mais uma opção para os nossos usuários. Nós sabemos da dificuldade de comercialização desses produtos devido à falta de espaço fixo”, afirmou Wilder.

CEASA/GO VENDERÁ PRODUTOS DE LIMPEZA FEITOS POR EX-USUÁRIOS DE DROGAS

Fonte: Ceasa/GO

Em um contato com o diretor-presidente da Ceasa/GO, Edvaldo Crispim da Silva, foi firmada uma parceria com a instituição Fábrica Ação, responsável pela produção de artigos de limpeza como amaciante, sabão líquido e em barra, pasta saneante, entre outros.

Essa instituição promove a reinserção de internos de casas de recuperação de dependentes químicos no mercado através de

cursos de capacitação para produção de artigos que colaboram com a preservação do meio ambiente.

A Ceasa/GO se prontificou em disponibilizar um espaço, aos sábados, para comercialização dos produtos oriundos da Fábrica Ação. Além disso, a Comercial Veneza, permissionária da central, colocará os produtos também para venda no atacado.



CEASA/RS DIVULGA CAMPANHA DE INCENTIVO AO CONSUMO DE FRUTAS E HORTALIÇAS

Fonte: Ceasa/RS

A Ceasa/RS está lançando uma campanha nacional que busca realizar atividade educativa integrada e intersetorial de incentivo ao aumento do consumo de frutas e hortaliças para o público interno e externo das Ceasas do Brasil. Na primeira fase da campanha, serão informados os públicos internos das centrais de abastecimento (permissãoários, agricultores, familiares entre outros). São os agentes de abastecimento no incentivo ao consumo de frutas e hortaliças.

Na segunda fase, o objetivo específico será o público externo (con-

sumidores em geral), incentivando o aumento do consumo desses alimentos através de folders, cartazes e spots de rádio.

Cada Ceasa será responsável pelo recebimento dos materiais pelo correio e pela sua distribuição. Da mesma forma, após a entrega de todo o material, preencherá um questionário online que possibilitará o monitoramento do material distribuído. Outros pontos abordados foram a busca pela redução de resíduos nos entrepostos e campanhas de conscientização no combate ao desperdício.

CEASA/PI RECEBE VISITA DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESTADO

Fonte: Ceasa/PI

Os alunos do sétimo período de enfermagem da Universidade Federal do Piauí (UFPI) colocaram em prática a teoria da disciplina Saúde Pública na Central de Abastecimento do Piauí (Ceapi). Os alunos tiveram a oportunidade de conhecer todo o mercado e realizaram atendimentos de saúde aos permissãoários do órgão no galpão do Serrano. Aferição da pressão arterial, distribuição de preservativos e orientações gerais sobre saúde foram algumas das ações desenvolvidas no local.

O diretor-presidente do órgão, Alberto Monteiro Neto, parabenizou a iniciativa dos professores da Universidade Federal do Piauí e disse que o mercado está de portas abertas para o grupo. "A promoção de saúde nunca é demais. Principalmente quando se trata de pessoas que dormem pouco, trabalham das 3 horas da manhã às 3 horas da tarde e não possuem tempo suficiente para cuidar da saúde como se deve realmente", afirmou o presidente.



A nossa alegria é deixar a sua festa ainda melhor!

TEL.: (31) 2112-0444
www.realdist.com.br



CEASA MINAS - Rod. BR 040 KM 688 - Pav. 3 - Loja 5 - Contagem/MG

Cimbra

micromark
SOLUÇÕES

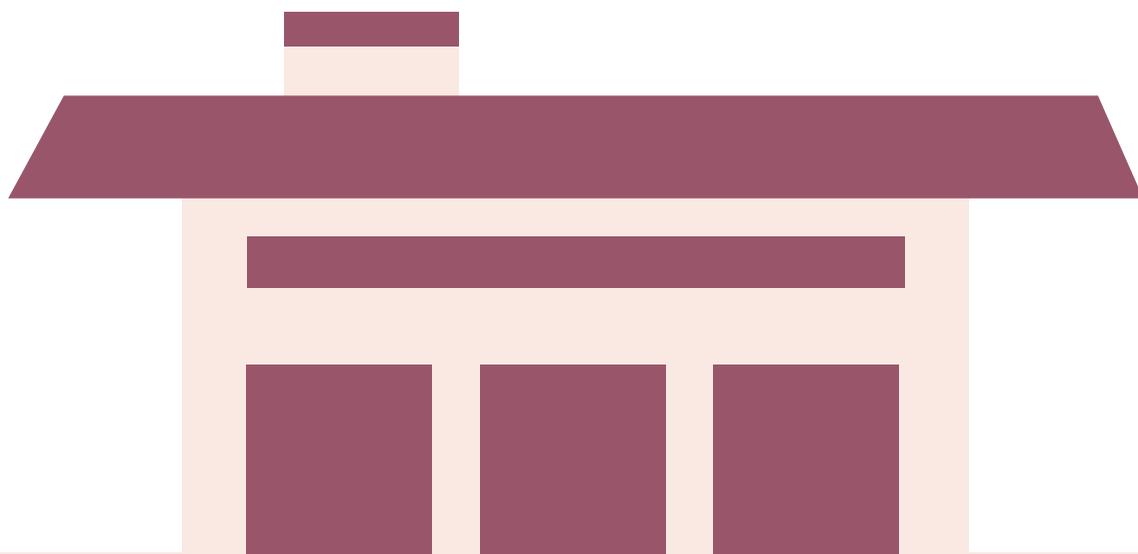


Ceasa Minas - Contagem | Pavilhão L
31 3394-1014

ARAGUAIA
FRUTAS E LEGUMES



Ceasa Minas - Contagem | Pavilhão N
31 3394-1057



COMPARTILHANDO UMA BOA NOVA

CARMO ROBILOTTA ZEITUNE¹

Recentemente, o governo do Espírito Santo assinou um protocolo de intenções com a Agencia Metropolitana de Desarrollo Urbanístico e Infraestructuras – Barcelona Regional. Nesse documento, foi incluído o desenvolvimento do projeto para construção do novo entreposto metropolitano da Ceasa/ES em substituição ao atual mercado que acaba de completar 35 anos de operacionalização. Importante ressaltar que a instituição definida pela Agência

Metropolitana Espanhola para essa etapa do termo de cooperação foi o Mercado de Barcelona – Mercabarna, considerado um dos maiores centros de referência em pesquisas e inovação na gestão de mercados atacadistas para hortifrutícolas.

Dois fatos merecem registro na assinatura desse documento, em especial no capítulo do projeto do novo mercado. O primeiro e, mais importante, foi a sensibilidade do governo estadual (acionista majoritário da empresa Ceasa/ES) ao re-

conhecer o esgotamento ocupacional da atual unidade com severo agravamento da sua logística, o que tem contribuído substancialmente para a redução da escala produtiva dos negócios realizados pelos diferentes agentes operadores que cotidianamente o frequentam.

O segundo aspecto tem um cunho mais saudosista, porque ele cria a possibilidade de se reviver uma antiga parceria firmada nos idos de 1970, quando o governo federal, por meio do Ministério da Agricul-



tura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) e da Mercasa (responsável pela gestão dos mercados espanhóis), definiu os padrões técnico-operacionais e os projetos de engenharia e arquitetura para construção e operacionalização daqueles que são atualmente os nossos entrepostos.

O somatório da sensibilidade governamental com a nova versão da parceria com a instituição espanhola resulta naquilo que acredito ser a tão esperada oportunidade para entrarmos definitivamente para a era moderna dos entrepostos atacadistas ou, como tecnicamente ficou conveniado no próprio Mercabarna, a 3ª geração dos mercados para os produtos hortifrutícolas! Estamos, portanto, diante de uma rara oportunidade e nos comprometendo, desde já, com a gestação de um projeto que, ao fim nos oferecerá uma infraestrutura logística e de serviços necessária e adequada à prática do comércio de produtos alimentícios, essencialmente, *in natura*.

Estamos diante de uma realidade, um extraordinário desafio que certamente irá exigir um capital técnico e visão estratégica e essa oportunidade se torna singular para colocarmos em prática nossos conhecimentos acumulados ao longo desses anos de gestão de Ceasas e daqueles adquiridos através dos intercâmbios nacionais e internacionais.

Já foi dada a largada! O grupo formado pelos técnicos da Ceasa/ES, da Secretaria de Agricultura e da Agência Metropolitana de Desarrollo Urbanístico e Infraestructuras – Barcelona Regional está trabalhando simultaneamente em duas frentes que irão se complementar ao fim

desta primeira etapa do projeto. A primeira frente de trabalho, e, certamente, a de maior complexidade, é aquela que vai cuidar da modelagem financeira para viabilizar a alocação dos recursos necessários à construção do novo entreposto.

Algumas alternativas já estão sendo trabalhadas no âmbito do governo estadual e um fator facilitador para impulsionar o arcabouço financeiro vem do próprio entreposto através da sua excelente valorização imobiliária. O principal mercado da Ceasa/ES, o de Cariacica, como a grande maioria dos entrepostos brasileiros, foi “abraçado” pela cidade-sede. Se, por um lado, a aproximação traz consigo problemas crônicos semelhantes àqueles vividos quando os mercados estavam incrustados nos centros urbanos, por outro, as áreas onde foram construídos os atuais mercados se transformaram em excelentes ativos imobiliários. No caso específico do entreposto de Cariacica, percebe-se o apetite aflorado das grandes incorporadoras pelos quase 120 mil metros quadrados e pela sua localização privilegiada. Tudo isso se torna ingrediente valioso para viabilizar o novo empreendimento, ou seja, o novo mercado.

Com as primeiras peças da engrenagem financeira já identificadas, torna-se urgente o trabalho para construção da modelagem estrutural daquilo que hoje imaginamos e, porque não, até sonhamos, um entreposto atacadista para produtos perecíveis *in natura*. Mas a precaução sugere que todos os componentes dessa etapa sejam criteriosamente estudados, discutidos e avaliados na lógica conceitual de que a prestação de

serviços pelos agentes operadores sobreponha a prática convencional do simples comércio de produtos, mas sem prescindir da sustentabilidade ambiental e dos princípios da segurança alimentar.

Todo esse conjunto de conceitos deverá ser construído e validado pelos atuais e futuros “clientes” usuários internos e externos. Tenho certeza de que a consistência e a lucidez das ideias que serão expostas se constituirão em ferramentas fundamentais para alavancar, com segurança, a elaboração do projeto. Para tanto, a mobilização de todos se torna indispensável, em especial, o apoio orientador de um fórum técnico que iremos recorrer e solicitar à direção da Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento - Abracen.

Ao longo dos últimos anos, tenho tido uma preocupação permanente quando se trata da construção de novos mercados atacadistas, pois receio que os novos projetos sejam balizados por velhas ideias. Pouco resta para aproveitamento dos primeiros projetos que suportaram a construção dos nossos atuais mercados e não posso correr o risco e a imprudência de tropeçar e socorrer aos velhos conceitos!

Desde já, quero compartilhar essa oportunidade com todos aqueles “militantes” de uma das causas mais sagradas do contexto econômico/social do setor agrícola deste país, que é a cadeia agroalimentar dos produtos hortifrutícolas. O desafio está colocado! A missão é nossa! Os resultados pelos quais sempre lutamos serão, como sempre, para a sociedade!

¹Diretor Técnico-Operacional da Ceasa/ES

ENCONTROS DA FLAMA E DA ABRACEN MARCAM OS 50 ANOS DA CEASA/PE

POR ALESSANDRO CONEGUNDES FOTOS CEASA/ PE



Representantes de países latino-americanos e João Alberto P. Lages, presidente da Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (Abracen), abrem eventos da Federação Latino Americana de Mercados de Abastecimento e Encontro Nacional da Abracen

Representantes de países da América Latina, mais Portugal e Estados Unidos, e de 22 centrais de abastecimento brasileiras prestigiaram o encontro da Federação Latino-americana de Mercados de Abastecimento (Flama). Em homenagem aos 50 anos do Centro de Abastecimento e Logística de Pernambuco (Ceasa/PE), o evento foi realizado em conjunto ao Encontro Nacional da Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento.

Durante os encontros da Abracen e da Flama, realizados no último mês de outubro, foram realizados palestras e debates de grande importância sobre os setores mais diversos da economia, logística e segurança alimentar, entre outros, com a participação de profissionais renomados, inclusive do exterior.

O pernambucano Laércio Queiroz falou com propriedade sobre o “momento de Pernambuco”, tendo como mediador o presidente da Ceasa/PE, Romero Pontual, enquanto o diretor operacional e comercial do Mercado Abastecedor da Região de Lisboa Alexandre Castilho fez uma abrangente exposição sobre o tema “Os mercados atacadistas e a distribuição moderna – rentabilização dos ativos como centro logístico e exploração da capacidade de autoprodução energética.”

Outro tema de destaque no encontro foi o que coube a Frank Lam – da Flórida (EUA): Segurança alimentar e vínculo com os produtores”. O tema teve como mediador Arturo Salvador Martínez, presidente da Flama.



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.



11.



12.



13.



14.



15.

1. Gonzalo Bravo Baltra, administrador geral da central de abastecimento Lo Valledor (Chile) e João Alberto Paixão Lages, presidente da Abracen, durante momento de homenagens. 2. José Avaro, secretário executivo da Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento (Abracen), Vinicius Ferraz, presidente do Grupo Ferbrás, Lincoln Nunes, chefe de gabinete da Ceasa/RJ, Valdemir Rebello, diretor operacional da Ceasa/RJ e Alberto Monteiro, presidente da Ceasa/PI. 3. Representantes da Abracen, Flama e de países latino-americanos. 4. Gonzalo Bravo Baltra - Administrador General da Central de Abastecimento Lo Valledor (Chile), Arturo Martinez-presidente da Flama, Frank Lam, da Agribusiness & Trade Specialist IICA (Miami, Florida), Gustavo Ullate Gonzáles, representante da Costa Rica e Richard Prenzel, de empresa de administração do Chile. 5. Raul Giboudot, representante da Flama na Argentina. 6. Romero Pontual, presidente da Ceasa / PE recebe placa de homenagem de João Alberto Paixão Lages. 7. Pronunciamento de Romero Pontual, presidente da Ceasa / PE. 8. Eduardo Campos, governador de Pernambuco, discursa durante abertura do evento da Flama e da Abracen, que oportunamente, comemorou os 50 anos da Ceasa/PE. 9. Laércio Queiroz, da Queiroz&Queiroz Consultoria. 10. Alexandre Castilho, diretor do Mercado Abastecedor da Região de Lisboa (MARL), José Lourenço, diretor do departamento de armazenagem da Ceagesp, Mário Maurici, presidente da Ceagesp e Miriam Mos, coordenadora de governança corporativa (Ceagesp). 11. Aluisio Lessa, deputado estadual, Romero Pontual, presidente da Ceasa/PE e João Lyra Neto, vice-governador do estado de Pernambuco. 12. Vinicius Ferraz, presidente do Grupo Ferbrás, Alexandre Castilho, diretor do Mercado Abastecedor da Região de Lisboa (MARL), Alberto Monteiro Neto, Presidente da Ceasa/PI. 13. Eduardo Campos cumprimenta Romero Pontual, presidente da Ceasa/PE. 14. Romero Pontual recebe de Raul Giboudot placa de homenagem e Arturo Martinez, presidente da Flama. 15. Romero Pontual, presidente da Ceasa/PE e Laércio Queiroz, da Queiroz&Queiroz Consultoria.



CEASAMINA

Na hora de fazer as compras, priorize
produtos que você e a sua família co



CEASAMINAS
Centrais de Abastecimento

Rodovia BR 040 / km 688 - Bairro Guanabara



AS

**PLANTANDO FUTURO,
COLHENDO SAÚDE E
DISTRIBUINDO CIDADANIA.**

Maximize a variedade e a qualidade dos
consumos. Escolha a CEASAMINAS!

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
PAÍS RICO É PAÍS SEM POBREZA

- Contagem - MG - www.ceasaminas.com.br

Sabor
Qualidade
frescor



NL FRUTAS E LEGUMES

Com esta marca você tem qualidade garantida

www.nlfrutas.com.br