

# Produzir e exportar orgânicos: desafio constante

POR JACIRA COLLAÇO

JORNALISTA DA SNA

**N**ão é novidade que os agronegócios têm se destacado na economia brasileira. Mas um momento favorável significa também dedicação ainda maior dos produtores e empresários para observarem oportunidades e se manter competitivos. Flávio Pinto, presidente da Bonafrux Orgânicos, concedeu uma entrevista *A Lavoura* contando um pouco sobre sua atividade como produtor rural e à frente da empresa.

**A LAVOURA - Como foi o início das atividades da empresa?**

**FLÁVIO PINTO -** *Iniciamos nossas atividades em 2002, após conhecermos o Perímetro Irrigado do Baixo Acaraú, em uma visita oficial promovida pelo Rotary Clube e pelo Governo do Estado do Ceará. O primeiro ano foi totalmente consumido em trabalhos de pesquisa de mercado, contato com compradores internacionais e com consultores orgânicos.*

*Comecei, junto com meus irmãos Eugênio e André, a produzir em 2003, com o cultivo pioneiro de melão orgânico. Naquele ano cultivamos dois hectares, totalmente exportados para a Europa. Em 2004, ampliamos nossa área para oito hectares, com resultado também exportado àquele continente.*



**A Bonafrux começou suas atividades com o cultivo pioneiro de melão orgânico**

*Em 2005 iniciamos a comercialização de parte de nossa produção para o mercado interno, fornecendo a supermercados como o Pão de Açúcar e, dentro de algumas semanas, ao Carrefour. Também temos diversificado nossa produção, com a inclusão da melancia e diversas variedades de abóbora, também para exportação e mercado interno.*

*Atualmente mantemos parceria técnica com a Embrapa Agroindústria Tropical. O primeiro resultado concreto é o projeto denominado "Implantação de Unidade Experimental de Produção Orgânica de Abacaxi e Sapoti em Área Irrigada no Nordeste Brasileiro".*

*Ademais, iniciaremos projeto de pesquisa de produção de figo, variedade "Roxo-de-Valinhos", no Ceará. A área do projeto, com recursos fornecidos pela*

**FUNCAP - Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico, abrangerá quatro hectares e a produção destinar-se-á à venda de fruta in natura e processada.**

*Também mantemos contato com outros produtores, auxiliando-os na conversão à produção orgânica e na colocação de seus produtos no mercado internacional. Creamos que logo exportaremos doces, geléias e mel de parceiros.*

**ALAVOURA - Desde o princípio tinham planos de atuar no mercado de produtos orgânicos?**

**FLÁVIO PINTO - Desde o início somos orgânicos, certificados pelo IBD - Instituto Biodinâmico (Projeto CE 024), que fiscaliza e certifica produtos orgânicos no Brasil de acordo com normas internacionais. Não tencionamos trabalhar com produtos convencionais, a não ser produtos de parceiros que estejam em processo de conversão.**

**A LAVOURA - Como foi a adaptação/ transformação de sua (s) fazenda (s) para o modo produtivo orgânico?**

**FLÁVIO PINTO - Foi simples, já que iniciamos nossas atividades seguindo as normas de produção orgânica.**

**A LAVOURA - Os custos para certificação foram pesados?**

**FLÁVIO PINTO - Os custos de certificação são altos. Os inúmeros controles demandam tempo de trabalho e atenção redobrada.**

**ALAVOURA - Como escolheram os produtos a serem comercializados?**

**FLÁVIO PINTO - Escolhemos visando principalmente a demanda. Havia uma carência de melões orgânicos no segundo semestre, no Hemisfério Norte, por questões climatológicas. Resolvemos investir nessa janela de exportação. Consideramos, no entanto, não ser saudável nos concentrarmos em uma só cultura, principalmente de ciclo curto. Já estamos diversificando para fruteiras.**

**A LAVOURA - A alimentação natural é um nicho estável ou tende a abranger mais adeptos?**

**FLÁVIO PINTO - Não diria a "alimentação natural", mas a alimentação orgânica produzida mediante métodos ecológicos é uma necessidade. O avanço da Medicina não tem sido suficiente para barrar o acelerado crescimento de todas as doenças resultantes do consumo de alimentos produzidos com uso de**



**A produção de figos será destinada à venda da fruta in natura e também processada**

*agrotóxicos e químicos que, além de envenenados, têm baixo teor nutricional. Além disso, o cultivo fundado na "Revolução Verde" (N.: Transformação na agricultura, a partir dos anos 50, baseada na tecnologia e adição de insumos agrícolas para que novas cultivares alcançassem mais produtividade) é o principal vetor de assoreamento de rios, contaminação de lençóis freáticos, erosão e desertificação. Esse modelo é suicida.*

**A LAVOURA - A economia do país influi no consumo de produtos especializados?**

**FLÁVIO PINTO - Ainda influi porque os produtos orgânicos atualmente têm elevado custo de produção, causado pela ausência de conhecimento acumulado e de escala. Por essa razão investimos muito em pesquisa e desenvolvimento, por nossos próprios meios ou mediante parcerias com entidades altamente qualificadas, como a Embrapa e a Universidade Federal do Ceará, entre outras.**

**A LAVOURA - Como vêem a liberação de plantio de transgênicos?**

**FLÁVIO PINTO - Comercialmente falando, é um tiro no próprio pé, resultado de um lobby extremamente agressivo por parte das empresas vendedoras de sementes transgênicas. Observando-se o caso da soja, o Brasil tem conquistado os mais altos índices de produtividade e os mais baixos custos de produção sem a necessidade de**

*transgênicos. Hoje é o principal fornecedor de soja do mundo, galgando essa posição sem o cultivo de soja geneticamente modificada. Outros países, como Estados Unidos e Argentina, que investiram primeiro na soja transgênica, só perderam mercado, tendo seus produtores descoberto que, após poucos anos, a tão propalada "redução de custos de produção" era revertida pelo surgimento de ervas daninhas resistentes a agrotóxicos, como, por exemplo, ao RoundUp. Consumidores de países europeus e de outros continentes têm se recusado a comprar produtos transgênicos. A pergunta é: "vender para quem?"*

*Agora vem o mais grave. Enquanto o homem produziu sementes híbridas, com o intuito de encontrar variedades mais produtivas, não atingiu diretamente a Natureza, principalmente porque o híbrido já existe naturalmente e é facilmente controlado pelo meio ambiente. O híbrido é mais fraco – se lançarmos todas as variedades de milho híbrido em seu centro de origem, no norte do México, bastam dois anos para eles não existirem mais naquele local. Todavia, uma semente transgênica plantada naquela região será suficiente para extinguir as variedades naturais de milho de seu centro de origem port talvez uma década. É o que já acontece. O transgênico*

é mais forte que a Natureza.

Parece até que existe um trabalho sistemático de inclusão de sementes transgênicas em diversos locais do mundo, primeiro por contrabando, para depois se demonstrar a “impossibilidade de se acabar com o cultivo transgênico”, se criar uma norma jurídica mal-formada para legalizar tudo e, a partir de então, iniciar-se a cobrança de royalties.

Além disso, são notórias as experiências científicas que demonstram os males causados pelo consumo de transgênicos, sejam em cobaias, sejam em seres humanos. Vamos rotular os transgênicos e veremos quem os consumirá.

**A LAVOURA - Há possibilidade de desvalorização dos produtos orgânicos brasileiros por suspeita de contaminação?**

FLÁVIO PINTO - Em um mundo infestado por agrotóxicos, químicos e sementes transgênicas sistematicamente disseminadas, o risco de contaminação é elevadíssimo. Entendemos a forte cautela e prudência que as certificadoras devem manter. Temos em jogo o nome do país, o nome da certificadora e o nome do produtor. Não dá para brincar de fazer ‘orgânico’.

**A LAVOURA - Como atingir a um outro tipo de público, que não tem por hábito este tipo de dieta?**

FLÁVIO PINTO - O consumidor em geral tem ocorrido ao consumo de produtos orgânicos a partir da constatação de que o que ele e seus filhos comem os está matando. Tem percebido que a “Revolução Verde” tem destruído a Natureza. É uma busca a partir do medo, o que não é saudável, mas é real. Positivamente falando, o consumidor sente-se responsável pela preservação do meio ambiente, preocupa-se com o bem-estar do trabalhador rural, livre do manuseio de produtos tóxicos, e que alimentos mais nutritivos e naturalmente saborosos cheguem à sua mesa. O trabalho conjunto dessas duas forças tem conduzido as pessoas a buscarem alimentos orgânicos.

**A LAVOURA - Quais são as ‘vias de acesso’ dos produtos da Bonafrux Orgânicos ao consumidor (supermercados, lojas especializadas, outros)?**

FLÁVIO PINTO - Normalmente, como trabalhamos com contêineres, nossa via de acesso principal são os distribuidores europeus. Para nós, localizados no Ceará, é mais fácil enviar um contêiner com 20 toneladas de frutas para o hemisfério norte que enviar um caminhão com 10 toneladas

para o sudeste do Brasil. Contudo, estamos, aos poucos, entrando no mercado nacional através dos supermercados - Pão de Açúcar, Carrefour, etc. Com a redução de custos de produtos orgânicos, lojas especializadas, ou mesmo supermercados especializados em orgânicos surgirão em todo o Brasil, como ocorre nos países desenvolvidos. É o que já se observa nas capitais e principais cidades de estados como Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná e São Paulo, entre outros.

**A LAVOURA - Quais são as perspectivas deste mercado?**

FLÁVIO PINTO - O mercado orgânico nos sinaliza com excelentes perspectivas de crescimento. O consumo consciente tem forçado o crescimento da demanda por produtos orgânicos a taxas superiores a 30% ao ano. O produtor que entregar sabor, nutrição, saúde, ecologia e consciência social terá maiores possibilidades de conquistar seu espaço. É o que a Bonafrux percebe e busca.

**A LAVOURA - Um produtor pequeno tem condições de se manter competitivo num mercado cada vez mais promissor e interessante para companhias/produtores grandes?**



O presidente Flávio Pinto, no stand da Bonafrux na Biofach, em Nuremberg,

FLÁVIO PINTO - Nada impede o pequeno produtor de ser atrevido, desenvolver uma marca, buscar se colocar no mercado internacional e aplicar um plano de marketing bem pensado. A máxima “Pense globalmente, aja localmente” é uma das melhores ferramentas de trabalho do pequeno produtor.

**A LAVOURA - Qual o principal obstáculo para uma companhia de produtos alimentícios se manter no Brasil?**

FLÁVIO PINTO - Aqui temos o lugar-comum: o famigerado “Custo-Brasil”. Alia-se um sistema tributário perverso, em cascata e anti-empresa, a um Estado mastodôntico, a uma estrutura institucional de criar dificuldades para vender facilidades e às constantes mudanças de rota cada vez que há rodízio de partido nas três esferas políticas do país. O resultado é um trabalhador caro que ganha pouco e um empresário que trabalha praticamente 5 meses para o governo. Menos impostos, estrutura estatal enxuta e constância nas políticas de crescimento nacional permitirão o empreendedor brasileiro de qualquer setor ir muito além.

**A LAVOURA - Qual o papel da feira Biofach com relação à divulgação, produção e consumo de orgânicos no Brasil?**

FLÁVIO PINTO - A oportunidade de estar frente a frente com o comprador em um ambiente focado no mercado orgânico é indiscutivelmente valiosa. O mercado interno brasileiro é tão grande e poderoso, apesar da notória má distribuição de renda, que por décadas nos preocupamos em comercializar somente internamente. Hoje o produtor de qualquer porte tem fácil acesso ao mercado internacional. Essa abordagem da Biofach, mesmo no caso da versão latino-americana, une produtores e compradores de todo o país, bem como agrega os mercados de países vizinhos e de outros continentes. Não dá para pensar na Biofach apenas como uma feira de oportunidades nacionais.

**A LAVOURA - Quais são os desafios enfrentado pela Bonafrux Orgânicos?**

FLÁVIO PINTO - A maior dificuldade da Bonafrux tem sido conseguir recursos para ampliar sua capacidade de produção. É frustrante conhecer compradores e demandas urgentes de grande parte do mundo e não ter como atendê-los. O mercado de capitais brasileiro é muito restrito e os bancos destinam a maior parte de seus recursos a financiar a dívida do Estado. Buscamos joint ventures com parceiros nacionais e internacionais e já temos alguns bons projetos em negociação. A viabilização de projetos de longo prazo permite a segurança do fluxo de recursos para o produtor e a tranquilidade de ter o produto que precisa, no tempo, quantidades e padrões especificados, para o comprador. ■