



**Caminhos do açaí: Estados Unidos consomem 40% da exportação paraense; mercado na Europa é tímido e fruto movimentou US\$ 17 milhões em dois anos.**

Maior exportador de açaí do Brasil, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o estado do Pará possui apenas sete empresas que comercializam o fruto para fora do país, totalizando 2,3 mil toneladas exportadas em 2018. A rota do “ouro” de cor roxa é extensa, chega a quase todos os continentes e a movimentação financeira acompanha esta dimensão planetária, com superávit de aproximadamente US\$ 17 milhões, de acordo com dados fornecidos ao G1 pelo Centro Internacional de Negócios (CIN) da Federação das Indústrias do Estado (FIEPA).

Caminhos do açaí é uma série de reportagens especiais produzidas pelo G1 Pará sobre a trajetória do fruto, considerado o “ouro” de cor roxa da Amazônia. Elas vão mostrar ainda os destinos dentro e fora do Brasil, e algumas das diferentes formas de consumo nos quatro cantos do país e do mundo.

Mas se engana quem acha que a última temporada do fruto foi positiva no aspecto financeiro e do volume em exportação. Em 2018, a FIEPA registrou queda de 20% na movimentação, ultrapassando timidamente os US\$ 7 milhões, quase dois milhões a menos que em 2017. A quantidade de toneladas exportadas

também teve baixa de 15%. Um dos motivos, segundo o Sindicato das Indústrias de Frutas e Derivados do Pará (SINDIFRUTAS), foi a paralisação dos caminhoneiros que assolou o país durante nove dias.

“A greve dos caminhoneiros afetou muito as exportações por conta da dificuldade com transporte. Além disso, existiram outros problemas relacionados com a obtenção de crédito pelo Governo Federal”, afirmou a presidente Solange Mota. Outro agravante apontado pelo sindicato é o atual processo de cultivo do fruto. “Como nossa produção ainda é de manejo, 80% do açaí é coletado no segundo semestre e 20% no primeiro, ou seja, a safra dura seis meses”, explica Solange.

Ainda segundo a presidente do SINDIFRUTAS, a solução para equilibrar a produção ao longo de todo o ano é a alteração de manejo para plantio com irrigação. “A tendência, nesse caso, é equalizar a exportação, pois buscamos assim ter o açaí durante os 12 meses”. Estudos da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) executados com um produtor revelam que, em Tomé-Açu, por exemplo, a produção de açaí com esta metodologia em uma área de 30 hectares aumentou de 100 para 180 toneladas em um ano.

EUA é o principal destino.

No top 10 dos países que mais receberam açaí em 2018, os Estados Unidos estão na liderança e são responsáveis por quase 40% do consumo total, com mais de mil toneladas, algo em torno de US\$ 2,7 milhões. Logo atrás vem Japão e Austrália com, respectivamente, 236 e 194 toneladas. Os dois países juntos movimentaram pouco mais de US\$ 1,5 milhão. O mercado europeu aparece com Alemanha, Bélgica, França, Holanda e Portugal, mas com valores pouco impactantes na balança comercial do produto. Somadas, são 473 toneladas.

Rogério Dias, um dos empresários paraenses que já atende o mercado americano, acredita que a Europa será um divisor de águas no incremento das exportações e no fluxo financeiro. “Nós fazemos exportações para lá, mas ainda é algo incipiente. Estamos preparando o terreno para chegar a outros mercados. Nosso próximo objetivo é avançar no cenário europeu, principalmente em Portugal e na Suíça. Nós já temos negócios em vista”, explicou.

Dias explica que 20% do total que ele produz na região metropolitana de Belém (RMB) segue para os Estados Unidos, o que representa algo em torno de R\$ 7 milhões ao ano. “Apesar desse valor parecer alto, temos capacidade para exportar muito mais. A gente vem lutando para conseguir mercados melhores, rompendo as divisas do país e valorizando o produto”, complementa.

Especialistas: dicas para alavancar exportações e diminuir riscos

A FIEPA alerta que, para ganhar novos mercados, as empresas devem ter cuidado com relação às certificações internacionais para alimentos e bebidas. “Existem, por exemplo, o certificado fitossanitário, certificado do norte-americano FDA e certificado para a União Europeia, essenciais para evitar qualquer problema com as autoridades fiscalizadoras dos países compradores de alimentos e bebidas”, avisou a economista Cassandra Lobato, coordenadora do CIN.

Outro ponto importante são os acordos firmados entre o exportador brasileiro e o empresariado estrangeiro. De acordo com Antônio Bernardes, advogado mestre em direito internacional pela Universidade da Califórnia e com aperfeiçoamento em Harvard, “é necessário que sejam adotadas práticas de negociação internacional para garantir a lucratividade da parceria e proteção de ambos os mercados”. Para ele, “existe a necessidade de mudança cultural para internacionalizar a economia e que transcenda a simples exportação do fruto”.

Ainda segundo Bernardes, uma das saídas quando se pensa em aumentar a exportação do açaí é trabalhar com seus produtos derivados desde a concepção no Brasil. Atualmente, o fruto chega ao país estrangeiro e, lá, ele se transforma em sucos, vitaminas, entre outros alimentos. E é fato. Há pelo menos dez anos, o jornal The New York Times noticiava que as vendas da fruta como ingrediente principal ultrapassavam os US\$ 100 milhões.

Outra dica do especialista são os benefícios de contratos de parcerias internacionais, os chamados joint venture. “Esse parceiro ou sócio estrangeiro, traz, no mínimo, dois benefícios para o produtor paraense. O primeiro deles é que ele injeta dinheiro e esse recurso pode ser usado em tecnologia ou qualquer coisa que melhore a produção, isso com custo baixo e em moeda mais forte que o Real. Além disso, esse parceiro ou sócio estrangeiro conhece o mercado de atuação dele, as minúcias, tem relacionamento e sabe onde e como distribuir o produto até o destinatário sem barreiras culturais”, concluiu.

Conceito americano do açaí, bem diferente do consumo rotineiro entre os paraenses, que costumam ingerir o açaí como refeição e na companhia de camarão, carne e outras proteínas, o fruto mesmo dentro do Brasil é consumido com frutas, sementes e afins. Nos Estados Unidos, a maior parte dos adeptos é o público fitness em ingestões de shake energéticos.

Jaqueline Pontes, paraense que mora na Flórida há três anos, reforça a popularidade e o novo conceito atingido pelo açaí.

“Todo americano conhece o que é açaí aqui nos Estados Unidos. Só que o pessoal de academia gosta muito por ser rico em ferro, energia, e, em muitos lugares, o açaí também é usado como suplemento alimentar. Em redes de supermercados que vendem coisas saudáveis você encontra vários derivados do açaí. A fruta é vendida como antioxidante e nas embalagens é natural você achar benefícios que nem eu tinha conhecimento quando morava no Pará”, brinca.

Em Orlando, cidade para onde se mudou em novembro do ano passado, o açaí também é muito popular em cafés e lanchonete, exceto nas redes de franquias de alimentação rápida. “Eles vendem açaí com acompanhamentos. São os chamados bowls, que nada mais é que o açaí servido em uma tigela com mel, granola e frutas, semelhante ao que já acontece em várias regiões do Brasil. O açaí também é servido com leite condensado aqui”, finaliza.

**Fonte: G1**