

ECONEGÓCIOS

Produtos naturais da região estão fazendo sucesso nos países desenvolvidos. O interesse do mercado melhora as condições de vida dos povos da floresta e ajuda a preservar o meio ambiente

Amazônia com selo verde

Cristina Ávila
 Da equipe do Correio

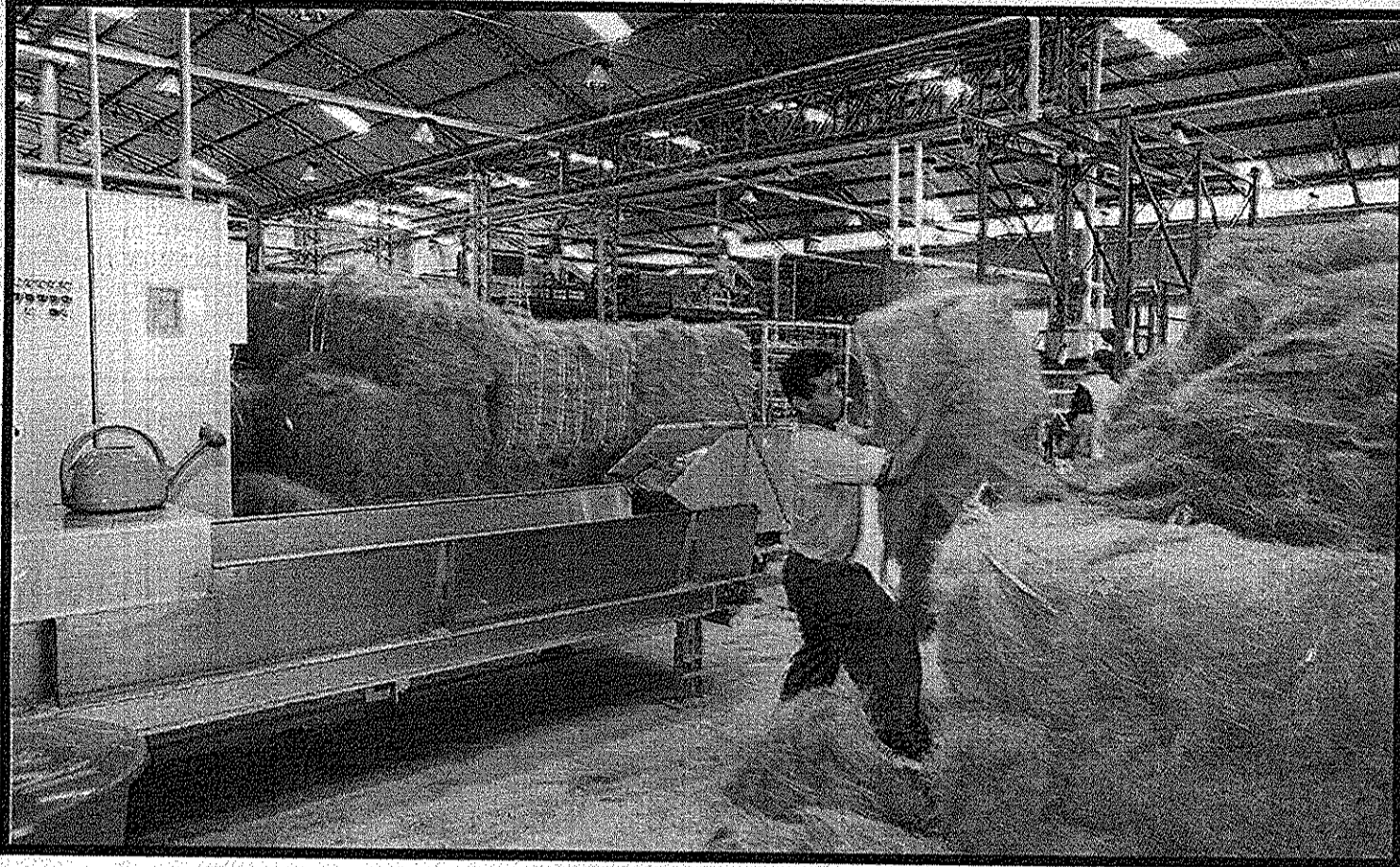
Rio Muaná, sem número. É de barco que se chega no endereço, na Ilha de Marajó (PA), onde Zeca Silva lidera uma cooperativa de trabalhadores que produzem açaí para consumidores dos Estados Unidos. Em Tocantins, também na margem do rio, o babaçu é transformado em filtros de ar para aviões e computadores. De aldeias do Acre e do Amazonas sai o couro vegetal para a francesa Hermès, uma das mais famosas fabricantes de acessórios de moda do planeta. Tudo o que a Amazônia produz tem comprador no primeiro mundo. Mas os importadores exigem o selo verde. Ou seja, qualidade e respeito às florestas e aos trabalhadores. É o capitalismo do terceiro milênio: preservar as florestas e proteger os índios em vez de entrave é garantia de ingresso no mercado internacional.

Vinte e quatro horas depois de conseguir o selo verde internacional concedido pelo Conselho de Manejo Florestal (o FSC, Forest Stewardship Council), a Muaná Alimentos Ltda recebeu ligações telefônicas da Suíça, Japão, Alemanha, Estados Unidos e Coreia do Sul. Eram empresários pedindo informações sobre o palmito e o açaí produzidos em 5 mil hectares das florestas que foram certificadas na Ilha de Marajó. A Muaná foi a primeira empresa brasileira a conseguir o selo verde para produtos não-madeireiros.

Na linguagem dos econegócios (negócios ecológicos), o selo verde é chamado de certificação. Os países desenvolvidos estão interessados em produtos que tenham essa certidão de garantia não apenas de qualidade, mas de exploração correta: colheita e industrialização sem danos ambientais, exploração controlada que garanta a continuidade da produção por longo prazo, respeito às pessoas e segurança de lucros. Isso é desenvolvimento sustentável. A nova exigência dos consumidores. Ao comprarem o palmito, eles têm a garantia de que não foram usados agrotóxicos no cultivo e ainda compram junto os novos valores da civilização: a contribuição para a preservação dos recursos naturais da Terra.

"Tudo o que tiver certificação, pode ser colocado no mercado externo. A demanda não tem limite, o interesse é absolutamente ilimitado", garante José Thomaz Manger, sócio-gerente

Ary Souza/O Liberal



A DAIMLER CHRYSLER INVESTIU R\$ 5 MILHÕES PARA MONTAGEM DE UMA FÁBRICA NO PARÁ: ESTOFAMENTOS DE FIBRA DE COCO PARA O MERCEDES CLASSE A

da Muaná Alimentos, que tem capacidade de produzir 300 mil potes de palmito por mês (300gr drenados) e 50 toneladas de açaí (180 ton mensais nos próximos dois anos), funciona em 400 metros quadrados de área construída na beira do rio Muaná e tem sede em São Paulo. A empresa negocia a produção com quatro cooperativas de trabalhadores. Zeca da Silva é um dos líderes, mas toda a comunidade é ouvida. Em reuniões frequentes, eles discutem as necessidades que precisam ser atendidas. A empresa que consome o fruto de seu trabalho tem que oferecer cursos de capacitação profissional e se preocupar até com a educação das crianças.

Os empreendimentos na região Norte do Brasil já têm marca. "A Amazônia é um nome mágico, que faz os estrangeiros sonharem. É uma marca tão conhecida como Pelé e quase tão poderosa como Coca-Cola", diz o presidente da A2R, John Forgasch, que conhece muito bem esse mercado. A empresa é especialista na captação de recursos internacionais para investimento em projetos ambientais na América do Sul, e financia três projetos na região. Um deles é a Muaná, que logo após a certificação fez a primeira remessa de açaí para o exterior, 11 toneladas para Los Angeles,

Antonio Silva/O Liberal



A TRAMONTINA EXPORTA MÓVEIS ECOLÓGICOS

nos Estados Unidos, para ser consumido do jeito brasileiro, na tigela. Em fevereiro, a empresa participou da Feira Internacional de Produtos Certificados — Biofach, em Nuremberg, na Alemanha.

A A2R também é responsável pelos investimentos para a exploração do babaçu em comunidades ao longo do rio Tocantins.

O fruto da palmeira, uma espécie de coco pequeno, 100% aproveitado, para fabricação de colas vegetais utilizadas em compensados, álcool combustível para veículos, farinha para alimentação bovina e filtros de ar. "O endocarpo (camada interna do coco) é a melhor matéria prima do mundo para a fabricação de filtros de água e ar, que servem para aviões e sistema de computação, exportados para diversos países", cita John Forgasch.

Os produtos da Amazônia estão sendo vendidos na rua Augusta, endereço da sofisticação em São Paulo. Na loja Nature Market estão as bolsas, mochilas e agendas de couro vegetal, produto feito a partir do látex extraído e galvanizado na floresta por índios e seringueiros do Acre e Amazonas. As bolsas também são exportadas para

Zen Way, da Califórnia, e para o resto do mundo pelo site www.treetap.com.br — lâminas do tecido emborrachado são compradas pela Hermès francesa, que confecciona seus próprios acessórios.

Mas, muito antes de conhecer o açaí e o couro vegetal, o mundo já consumia as madeiras amazônicas, frutos da devastação. A exploração predatória cada vez perde mais espaço no mercado. "A certificação é uma questão de sobrevivência, principalmente para quem quer exportar", diz Luiz Ongaratto, diretor superintendente da Tramontina Belém, que funciona há 14 anos na capital do Pará e trabalha com produtos com o selo FSC. A empresa vende cabos de ferramentas e móveis. Segundo ele, o país mais exigente é a Alemanha, seguido da Inglaterra, Itália, Irlanda. A Tramontina faz parte do primeiro grupo de mais de 50 empresas compradoras de madeira certificada, criado em abril do ano passado em São Paulo. O mercado interno brasileiro já tem necessidade de mais de 2 milhões de metros cúbicos do produto. O externo é maior ainda. Os estrangeiros apreciam as madeiras brasileiras porque são as mais bonitas e diversificadas do mundo, com cores do preto ao amarelo e lilás.

A confortável fibra do coco

Todos os 100 carros Mercedes Benz Classe A e os 140 caminhões que saem todos os dias da fábrica Daimler-Chrysler, em São Paulo, estão desde a semana passada usando estofamentos de fibra de coco aglomerada revestidos com látex natural, produzidos na Amazônia. A empresa alemã investiu R\$ 5 milhões em equipamentos para a montagem de uma indústria em Ananindeua, cidade localizada a 30 quilômetros de Belém do Pará. Um negócio lucrativo e ecologicamente correto. Além da qualidade superior às fibras sintéticas, porque permite a circulação de ar, dá ainda muito mais conforto a motoristas e passageiros — depois de usado o estofamento pode virar adubo. Cada vez mais os países desenvolvi-

dos exigem que as empresas sejam responsáveis pela destinação final dos produtos que fabricam.

A fábrica é da empresa Poematec Fibras Naturais da Amazônia e nasceu do Programa Pobreza e Meio Ambiente da Amazônia (Poema), da Universidade do Pará. O empreendimento beneficia entre 4 mil e 3 mil pessoas que fornecem a fibra e o látex para os estofados. A partir de abril, serão produzidas 30 toneladas por mês do produto. A fábrica tem capacidade para 120 toneladas mensais.

O mercado de econegócios é tão promissor que durante a inauguração da indústria, no início do mês, o embaixador da União Europeia, Rolf Timans, anunciou um financiamento de 1 milhão e 600 mil euros para o programa

Bolsa Amazônia, criada em 1998 como parte do Poema e que desenvolve projetos em toda a região, com ramificações no Equador e Colômbia. O dinheiro será usado em atividades no Pará, Amapá, Acre e Roraima. As oportunidades de negócios estarão na internet (www.bolsamazonia.com.br), um sistema de informação mercadológica de oferta e demanda de produtos naturais.

"O capitalismo está mudando. Essa forma de exploração é a única capaz de perpetuar o uso dos recursos naturais. É uma questão de inteligência", ressalta o coordenador do Programa de Marketing de Produtos Naturais do Fundo Mundial para a Natureza (WWF), Moacir Bittencourt.

Ele coordena oito projetos de

desenvolvimento sustentável na Amazônia, Mata Atlântica e Cerrado, com 20 produtos diferentes. Entre eles a produção da sandália d'árvore, lançada no último verão no Rock in Rio, que tem solado de borracha nativa e couro vegetal produzidos por índios kaxinawá e seringueiros do Acre.

Moacir Bittencourt desenvolve todo o processo para que os produtos cheguem ao mercado. No ano passado, a WWF distribuiu aos doadores de suas campanhas de arrecadação de fundos para a Amazônia, na Inglaterra, 1.500 unidades de sabonetes feitos de óleos aromáticos e medicinais feitos por mulheres de Silves, no Amazonas. Tudo com a garantia da ética na exploração florestal.

QUEM GARANTE A QUALIDADE

O Conselho de Manejo Florestal — Forest Stewardship Council (FSC), com sede no México — responsável pelo selo verde, tem nove organizações não-governamentais ou empresas credenciadas para fazer a certificação de florestas no mundo. Três delas atuam no Brasil: a ONG Rain Forest Alliance (que contrata a ONG brasileira Imaflo), e as empresas privadas SCS The Forest Conservation Program e SGS Forestry Qualifor Program. Para impedir falsificações, os produtos são identificados do local da colheita até o depósito dos compradores. As áreas exploradas são auditadas anualmente. Por trás do selo verde brasileiro existem pelo menos 500 ONGs da área ambiental e social e empresas de olho na produção.