

Documentação	
SOCIOAMBIENTAL	Ambiente Brasil
Fonte	
Data	27/6/2003 Pg
Class.	12

 imprimir



27/06/2003

MEL DE ÍNDIOS DO XINGU VAI ADOÇAR O BRASIL

Os índios do Xingu têm, a partir do mês de julho, uma opção econômica interessante aos seus produtos de subsistência como a caça, pesca e, às vezes, extração ilegal de madeira. Trata-se do mel, que começa a ser comercializado no próximo mês, a princípio em três supermercados paulistas e depois em mais de 500 pontos de venda do Grupo Pão de Açúcar espalhados em 12 estados brasileiros.

Desse modo, os 14 povos, que somam quatro mil índios começam a ter entrada no mercado nacional e podem, com a ajuda do grupo, começar até a exportar o produto, que é ambientalmente sustentável.

O produto é um dos 800 escolhidos pela empresa para fazer parte do projeto Caras do Brasil. Tem como objetivo abrir um novo canal de vendas para as pequenas e médias comunidades manufatureiras em todo o país e buscar pelo Brasil produtos diferenciados com valor social agregado.

Desse modo, o Grupo espera contribuir na geração de riquezas para a população e a sua fixação em seus locais de origem, promovendo o desenvolvimento econômico e a inclusão social dessas comunidades, conforme explica Hugo Bethlem diretor executivo comercial do Grupo Pão de Açúcar.

Como a essência do projeto Caras do Brasil é o desenvolvimento sustentável, outros produtos mato-grossenses também aguardam retorno de confirmação de participação. São os casos das flores de papel fabricadas com bagaço de cana, feita por mulheres de Nova Olímpia; a bala de banana em cachos, da cidade de Nossa Senhora de Livramento e peças de cerâmica, de Cuiabá, segundo informa o Sebrae/MT, que está intermediando o processo de inclusão desses produtos junto ao grupo.

Hugo explica que mais uma vantagem do projeto é que, além da divulgação, tanto o mel do Xingu quanto os outros produtos oferecidos de Mato Grosso, assim como os de outras partes do Brasil, podem ganhar o mercado internacional já que, de acordo com ele, mesmo os produtores que não estiverem com seus itens nas gôndolas poderão usufruir dos benefícios da política de fomento à exportação da empresa. 'Hoje todos os produtos brasileiros são exportáveis.', afirma.

O Grupo Pão de Açúcar recentemente lançou o projeto ExportaPão, que prevê a exportação de mercadorias brasileiras e conta com aval e comprometimento do parceiro internacional, o Groupe Casino. Desde o seu lançamento, o Exportapão já atendeu a mais de 200 empresas interessadas em levar seus produtos para o exterior.

Do ponto de vista cultural, a ação do projeto prevê, como um dos resultados, estimular a preservação de atividades típicas e tradicionais dos estados brasileiros. Com o apoio recebido das ONGs, governo e empresas, as atividades passam a ser cada vez mais profissionais e começam a estimular o trabalho nas suas origens.

A produção sustentável prevê que as gerações futuras tenham direito à mesma disponibilidade de recursos naturais que as oferecidas hoje. Daí a grande preocupação com a sustentabilidade ambiental dos projetos.

Ainda sob o aspecto da valorização da arte regional, o Grupo espera promover a inter-regionalização e democratização da cultura brasileira. Por exemplo: as cestarias produzidas por comunidades indígenas no norte do Amazonas poderão estar à disposição dos clientes de São Paulo, assim como o artesanato mineiro poderá ser encontrado em outras regiões onde a empresa opera. Dessa forma, a inclusão social e o fomento à economia se dão quase que naturalmente.

As ONGs, órgãos governamentais e empresas colaboram desenvolvendo e orientando as comunidades sobre como fazer da sua produção uma fonte de remuneração justa e adequada às necessidades do mercado. Ao Grupo Pão de Açúcar cabe incentivar essa produção abrindo um canal com as comunidades, que pode resultar na colocação dos produtos nas gôndolas das suas lojas.

Pesquisa

O desenvolvimento sustentável é um fenômeno registrado em todo o mundo. O principal alavancador desse movimento é o crescimento do consumo consciente, ou seja, aquele que não só considera o produto final mas toda a cadeia produtiva, da produção ao descarte e absorção pelo meio ambiente. Para avaliar esse processo no Brasil, o Ministério do Meio Ambiente realizou uma pesquisa no ano passado onde identificou que 44% dos consumidores compram produtos que venham em embalagens recicláveis. 36% preferem mercadorias que não agredam ao meio ambiente e 81% declararam se sentir motivados a fazer uma compra de produtos que tenham sido fabricados de maneira ambientalmente correta. (Estação Vida)