

O que será da Amazônia sem o monopólio do açaí?

Os empreendimentos ligados ao açaí e seus apoiadores no governo precisam se preparar para o aumento expressivo da competição oriunda de outras partes do Brasil e do mundo.

Por Salo Coslovsky

Salo Coslovsky é professor na Universidade de Nova York e pesquisador do Projeto Amazônia 2030



Arquivo Pessoal

O açaí é o produto de base florestal mais importante da Amazônia, com produção estimada em dois milhões de toneladas de frutos por ano. Quem trabalha no setor afirma que a maior parte dessa matéria-prima é colhida em áreas de várzea, onde a palmeira cresce de forma natural. Uma parcela considerável dos frutos é processada por batedores artesanais que abastecem o consumo local. Uma parte cada vez mais expressiva, porém, é processada por empreendimentos maiores, dedicados a abastecer mercados mais distantes, no Brasil e no exterior. Além dos produtores e dos beneficiadores, o setor é composto

também por intermediários, caminhoneiros, barqueiros, ajudantes e prestadores de serviço de toda ordem.

Por cerca de 30 anos, negócios sediados na Amazônia mantiveram o monopólio na produção dos frutos de açaí e um domínio quase total no seu beneficiamento. Até hoje, praticamente todas as pessoas que compraram algum produto de açaí em algum lugar do planeta, seja em Belém, Berlim, ou Bangkok, ajudaram a criar emprego e renda naquela região.

Esse domínio está chegando ao fim. Já existe alguma produção de açaí em fazendas na Bahia e também em outros estados do Nordeste. Mais ao sul, algumas empresas e comunidades estão convertendo os frutos da palmeira-jussara, endêmica da Mata Atlântica, em produtos análogos àqueles produzidos com os frutos do açaí. Daqui a alguns anos, a produção de açaí deve aumentar em outros países da bacia Amazônica, como Bolívia, Peru e Colômbia. E, em pouco tempo, haverá produção expressiva em outros países longínquos mas com condições climáticas adequadas, como Indonésia, Malásia e Vietnã. No Havaí, a Kahuku Farms, localizada a 60 km de Honolulu, oferece tigelas de açaí feitas com frutos colhidos no local.

O aumento da oferta vai derrubar os preços e deve alterar os padrões de consumo. Quando isso ocorrer, poderemos ter uma oferta robusta de produtos nobres, como polpas feitas com frutos recém-colhidos ou com maior teor de sólidos, vendidas a preços camaradas. Nesse caso, consumidores em todo o mundo poderão degustar o açaí grosso como se come no Pará, em vez do açaí ralinho, diluído e misturado com frutas mais baratas, que eu vejo sendo vendido por R\$50 aqui nos EUA. É possível também que vejamos a expansão de produtos mais populares, incluindo a adoção do açaí como ingrediente em alimentos processados ou até mesmo ultraprocessados.

Como o setor de açaí da Amazônia vai reagir a essas mudanças? E, mais importante, como o setor pode manter ou expandir sua liderança num ambiente caracterizado por competição acirrada? A resposta vai depender de sua capacidade de articulação.

Os negócios ligados ao açaí e seus apoiadores, incluindo órgãos do governo, ativistas socioambientais, e entidades sem fins lucrativos, têm diversos interesses convergentes. Em princípio, todos gostariam que o setor ganhasse força, ampliando lucros, gerando empregos privados, pagando impostos, distribuindo renda, promovendo a conservação ambiental, e garantindo a segurança alimentar dos moradores da região.

O problema é que esses mesmos atores também têm muitos interesses conflitantes. Quem produz açaí de qualidade e investe em construir uma boa reputação para o produto briga com os aventureiros, que querem se aproveitar do crescimento recente da demanda para ganhar dinheiro fácil, mesmo que seja por tempo limitado. De forma análoga, quem opera no mercado formal, registrando seus funcionários e pagando impostos, briga com os negócios que operam na informalidade e conseguem vender o mesmo produto com desconto. Quem trabalha na produção primária, coletando e vendendo os frutos, briga com os beneficiadores, pois um quer cobrar caro enquanto o outro quer pagar barato. Por fim, há ainda a disputa entre os amazônidas que consomem o açaí como parte de sua dieta regular e os amazônidas que preferem vender o produto a quem mora longe e paga mais.

Isso significa que o setor enfrenta dois desafios conjugados. De um lado, precisa conter e arbitrar essas disputas sem desperdiçar muita energia e gerando arranjos que satisfaçam as partes interessadas. Do outro, precisa desenvolver formas de direcionar os recursos remanescentes para promover inovação, eficiência, diferenciação, abertura de novos mercados e melhoria de qualidade.

Nenhuma empresa ou comunidade consegue superar esses desafios sozinha. Os órgãos públicos detêm ferramentas importantes e precisam ajudar, mas não costumam ter a motivação ou o conhecimento setorial necessário para oferecer respostas adequadas.

Os setores que conseguiram avançar nessas frentes criaram sistemas próprios, unindo governança com financiamento. Alguns são inteiramente privados. Outros contam com presença do governo. Por exemplo, o Consecana ajuda a governar aspectos-chave da cadeia de cana-de-açúcar no Sudeste. O Fundecitrus promove

tecnologias e serviços que atendem a citricultura. E o Funcacau ajuda a fortalecer a cacauicultura no Pará. Nenhum deles é perfeito ou completo, mas dão indícios de como os negócios da Amazônia podem se organizar.

Não por acaso, há hoje uma discussão no Pará sobre a criação de um órgão e fundo dedicados ao açaí. A ideia é promissora, mas os detalhes são críticos. Um arranjo bem concebido pode ser o catalisador que o setor precisa. Um arranjo mal desenhado, porém, pode acirrar conflitos, onerar os negócios mais dinâmicos, e, em última instância, sacrificar a galinha dos ovos de ouro. A Amazônia já garantiu seu lugar na história desse produto. Agora precisa unir reflexão e ação para garantir também seu lugar no futuro.

Fonte: <https://www.estadao.com.br/economia/salo-coslovsky/o-que-sera-amazonia-sem-monopolio-acai/>