

Novidades da 4ª edição da Sala Caatinga Cerrado na ExpoSustentat América Latina

A 4ª edição da Sala Caatinga Cerrado na ExpoSustentat América Latina 2009 traz inovações para apresentar as oportunidades de negócios dos produtos da sociobiodiversidade desses dois biomas, que estão entre os mais ricos do mundo. Nos dias 28, 29 e 30 de outubro de 2009, em São Paulo, em seu estande de 200m², a Sala Caatinga Cerrado contará com 20 empreendimentos que representam diretamente 5 mil famílias produtoras da agricultura familiar e indiretamente 15 mil famílias.

Dentre as novidades desta edição da Sala se destacam: representantes do setor empresarial, a **ABIS (Associação Brasileira das Indústrias de Sorvete)** e a Atrium Ingredientes Business, que vão apresentar as experiências e as vantagens para as empresas que fecham parcerias com empreendimentos da agricultura familiar; a participação das redes de comercialização Bodega da Caatinga e Central do Cerrado; e ainda a “Ilha do Babaçu”, um espaço reservado para promover a cadeia produtiva deste fruto típico do Brasil.

Agricultura familiar e volume de negócios – A agricultura familiar é responsável por cerca de 10% do PIB nacional e por 70% dos alimentos consumidos pelos brasileiros. Em relação à agricultura orgânica, ela corresponde a 80% dos mais de 20 mil produtores orgânicos brasileiros e apresenta grande potencial para crescer de forma sustentável. A Sala Caatinga Cerrado contribui ativamente para que as famílias produtoras continuem se profissionalizando e se desenvolvendo.

Em 2008 o investimento realizado para a participação na feira foi compensado. Seis meses após a feira, os agricultores já haviam concretizado um volume de negócio 5 vezes maior que o investido. Uma comprovação de que a participação profissional na ExpoSustentat América Latina rende bons negócios para todos. Somando os negócios que foram iniciados pelos 26 empreendimentos que participaram da ExpoSustentat de 2008, até junho de 2009 foi efetivamente comercializado cerca de R\$ 1.721.000,00.

Empresa e negócios de destaque – O Setor Empresarial também está atento para as oportunidades de parceria com as famílias agricultoras. O Plano Nacional de Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade do Governo Federal promove o envolvimento das empresas. Na primeira fase do Plano Nacional a cadeia do Babaçu tem destaque e foi priorizada juntamente com a Castanha do Brasil. Juntas, essas cadeias de importância socioeconômica geram em torno de R\$ 160 milhões de negócios ao ano e envolvem cerca de 500 mil famílias. O Babaçu é vastamente encontrado no Maranhão, Piauí, Tocantins e no Ceará.

O Babaçu – A ilha do babaçu vai dar destaque a essa palmeira que, com seus 10 a 20 metros de altura, produz inúmeros produtos de valor comercial. As amêndoas, que são extraídas manualmente, fornecem um óleo (65% do seu peso) que servem para produção de sabão, glicerina e óleo comestível, que é depois transformado em margarina. A palha do babaçu é matéria-prima para fabricação de utilitários, como cestos, esteiras e até mesmo para cobrir casas. A casca do coco é utilizada pela indústria como fonte de etanol, metanol, gases combustíveis dentre outros e a farinha do mesocarpo de babaçu (ou pó do babaçu) é utilizada na alimentação.

A Iniciativa Caatinga Cerrado - Comunidades Eco-produtivas – É um espaço de articulação permanente das redes e empreendimentos da agricultura familiar para a promoção e comercialização de produtos da sociobiodiversidade desses dois biomas. Na Sala Caatinga Cerrado, os empreendimentos escolhidos são representados por cooperativas e associações de produtores da agricultura familiar. Eles buscam fechar parcerias nacionais e internacionais oferecendo especialmente produtos diferenciados. Além disso, as redes da Sala Caatinga Cerrado assumiram o desafio de atender parte do Programa Nacional de Alimentação Escolar, que a partir de 2010 deverá ter 30% dos seus alimentos provenientes da produção da agricultura familiar.

Painel e Fórum Paralelo – Focada em outra região/ bioma, a Sala Andes Amazônia é também uma iniciativa de articulação. Juntas, as Salas Andes Amazônia e Caatinga Cerrado

se apoiam e promovem na programação oficial da ExpoSustentat, o painel “Parcerias entre empresas, agricultura familiar e setor público para um uso sustentável da sociobiodiversidade”, a ser realizado no dia 29/10, na feira. Serão apresentadas as parcerias da UNCTAD, **ABIS**, ATRIUM, Redes da Iniciativa Caatinga Cerrado e da Região Amazônica, Fundação Orsa, Comunidades do Pará, do Programa de Promoção de BioComércio do Peru e, parcerias do MDA. No dia 30 de outubro haverá o fórum paralelo “Aprendendo sobre a Castanha do Brasil: como a gestão de conhecimentos pode apoiar o fortalecimento das cadeias de valor”. As inscrições são gratuitas.

BioFach/ExpoSustentat América Latina 2009 – Alemanha, Espanha, Índia, Argentina, Uruguai, Colômbia, Peru, Equador, Bolívia e a lista se estende pelos continentes do planeta. Em sua sétima edição, a feira terá recorde de expositores internacionais e a expectativa é a mesma quanto aos visitantes do exterior. A BioFach América Latina e a quinta edição da ExpoSustentat 2009 serão realizadas de 28 a 30 de outubro no Transamérica Expo Center, São Paulo.

Na Conferência BioFach América Latina/ExpoSustentat, palestrantes internacionais confirmaram presença para falar sobre o crescente mercado de cosméticos naturais, o setor de fibras sustentáveis e algodão orgânico e a presença de produtos orgânicos em catering de eventos, como para a Copa do Mundo 2014. (BioFach América Latina: <http://www.biofach-americalatina.com.br/09-portinfo.htm>)

ExpoSustenta América Latina: <http://www.exposustentat.com.br/>)

Sala Caatinga: <http://www.caatingacerrado.com.br>

Fatos e Dados

Biomás Caatinga Cerrado

- Os biomas cobrem 35% do território nacional
- São dois dos biomas mais ricos do mundo em termos de biodiversidade
- Guarda rios e nascentes importantes, com destaque para: bacia do Parnaíba, bacia do São Francisco,
- Abriga 40% da agricultura familiar nacional
- Grande diversidade sociocultural e produtiva

Iniciativa Caatinga Cerrado:

- Rede de articulação permanente e em constante crescimento
- Composta por: 20 redes, 200 empreendimentos e 20 mil famílias
- Atuação: 14 estados brasileiros
- Parceria com o Governo Federal, Cooperação Alemã e organizações não-governamentais
- Exemplo de produtos: castanha de caju e de caru; licuri, pequi e derivados; mel de abelhas (apis e nativas) e café; frutas in natura; doces e geléias de frutas nativas, madeira reaproveitadas, palha de bananeira e em couro; biojoias; e tecelagem.
- Apoio: Governo Federal – Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), da Integração Nacional (MIN) e do Meio Ambiente (MMA); Codevasf; ISPN; Agendah; Agências da Cooperação Alemã: DED e GTZ e Fundação Konrad Adenauer no Brasil.

Histórico da Sala Caatinga Cerrado:

- Desafio: qualificar os empreendimentos da agricultura familiar para participarem em feiras de evento nacionais e internacionais
- 2006: foi realizado um seminário em Fortaleza-CE, com esse objetivo. Participaram 31 associações e cooperativas. Novo desafio aceito: participar da ExpoSustentat América Latina
- 2007: 2ª edição da Sala Caatinga Cerrado, com a participação de 150 empreendimentos representados por 15 redes de articulação, beneficiando 17 mil famílias de 14 Estados.
- 2008: nova sala levou 20 redes de articulação, realização de oficina de planejamento participativo. A importância da participação organizada levou a criação da „Caatinga Cerrado – Comunidades Eco-produtivas” com as seguintes linhas de ação e objetivo:

o articulação, promoção de acesso a serviços, parcerias e recursos que potencializem os esforços de comercialização dos produtos da sociobiodiversidade;

o comunicação, mecanismos de comunicação, gestão de informações e marketing que promovam os produtos da sociobiodiversidade junto aos mercados;

o desenvolvimento de capacidades, para fortalecer e aperfeiçoar a capacidade dos empreendimentos de comercializar produtos da sociobiodiversidade

o acesso a mercados, desenvolvimento e implementação de estratégias de comercialização que aumentem o acesso dos empreendimentos e das redes aos mercados.

- 21.10.2009