

ENTREPOSTO



INFORMAÇÃO A SERVIÇO DO AGRONEGÓCIO - www.jornalentreposto.com.br

MERCADO DA UVA DE MESA E DE VINHO NACIONAL

MAIS DE 60 MIL
TONELDAS DE UVAS
SÃO VENDIDAS
NA CEAGESP
E NO MAIOR
ENTREPOSTO DA
AMÉRICA LATINA,
VINHOS NACIONAIS
E IMPORTADOS SÃO
COMERCIALIZADOS
EM FRANCA
ASCENSÃO

TAMBÉM NESTA EDIÇÃO: MERCADO DE CAMINHÕES CRESCE 43% EM 2021

MERCADO DA UVA DE MESA E DE VINHO NACIONAL

16



ANO 22 - N° 252
AUDIÊNCIA: 13.228
USUÁRIOS/MÊS

SINDICATO DOS
PERMISSIONÁRIOS
TEM NOVA
PRESIDÊNCIA

04

TECNOLOGIA DO
TRATOR MF 8700 S
PERMITE OPERAR
EM VELOCIDADES
PRECISAS

06

INOVAÇÃO EM
EMBALAGENS
ACOMPANHA
CRESCIMENTO DO
MERCADO DE
VINHOS FINOS NO
BRASIL

12

JE ENTREVISTA
RUI CORREIA,
DIRETOR DE
MARKETING CENTRAL
DA ASCENZA

14



OPERAÇÃO PADRÃO DOS AUDITORES FISCAIS CAUSA PREJUÍZOS IRREVERSÍVEIS ÀS EMPRESAS E PODE RESULTAR EM FALTA DE MERCADORIAS NAS PRATELEIRAS

SEGUNDO A CISBRA, A LIBERAÇÃO DAS CARGAS NAS ALFÂNDEGAS PODE DEMORAR ATÉ 6 VEZES MAIS DO QUE O NORMAL

O impacto da operação tartaruga da Receita Federal nas aduanas é cada vez maior na economia como um todo, segundo a Câmara de Comércio, Indústria e Serviços do Brasil (Cisbra). A entidade alerta que empresas de diversos setores estão sofrendo com o atraso causado na liberação de cerca de 4% das importações escolhidas aleatoriamente para passarem pelo canal vermelho, uma fiscalização mais rígida que costuma ser de 3 a 5 dias e, com a greve, pode demorar até 20 dias.

Segundo o diretor de Comércio Exterior da Câmara de Comércio, Indústria e Serviços no Brasil (Cisbra), Arno Gleisner, a demora provoca uma fila de cargas à espera de liberação, em especial nas aduanas de Foz do Iguaçu, no Paraná, e Uruguaiana, no Rio Grande do Sul, que estão entre as maiores do Brasil em número de processos.

"São casos localizados, mas muito pesados para as empresas atingidas. Os custos, diretos ou indiretos, são muito significativos, aumentando ainda mais

o custo Brasil, e alguns totalmente irreversíveis", pontua Gleisner. O gestor ainda lembra que as empresas atingidas podem estar diretamente envolvidas no desembaraço, ou necessitando das mercadorias para um processo produtivo ou ainda para atender as necessidades dos consumidores. "Nos próximos dias é muito provável que vejamos ausências de produtos de diversas cadeias produtivas, especialmente em regiões com logística mais complicada", adverte.

Em relação ao pleito dos auditores fiscais, o diretor da Cisbra lembra a desigualdade entre profissionais do próprio serviço público e, principalmente, com os da iniciativa privada. "Os rendimentos de algumas categorias do funcionalismo são muito maiores, além de privilégios como a estabilidade no emprego, quando comparados aos da área privada. Portanto, as autoridades precisam ser justas e rigorosas para enfrentar esse movimento", conclui.



bra.wine®
vinhos nacionais

A Bra.Wine tem vinhos e espumantes nacionais de excelente qualidade e com frete grátis e entrega rápida para todo o estado de São Paulo.

19 99268-2739

Brawine

Contato@bra.wine

@bra.wine





SINDICATO DOS PERMISSIONÁRIOS TEM NOVA PRESIDÊNCIA

NOVA DIRETORIA ASSUME O COMANDO DO SINCAESP COM O AVAL DO PRESIDENTE DA CEAGESP

Com formação acadêmica em administração de empresa e também na área de direito, Aderlete Cristina Maçaira assume a direção do Sindicato dos Permissionários da Ceagesp, o Sincaesp. A posse oficial da nova presidente aconteceu, recentemente, no dia 22 de janeiro, tendo a cerimônia de apresentação, em 27 do mesmo mês. Na sessão, também, foi apresentada a nova equipe que fará parte da administração do sindicato.

O encontro, que aconteceu no auditório Nelson Loda, reuniu cerca de 100 convidados, entre eles: empresários atacadistas, funcionários do Entrepósito paulistano, representantes e a ilustre presença do presidente, o Cel. Ricardo Mello Araujo.

“Nós ficamos muito contentes, independente de quem fosse homem ou

mulher, mas sim pela capacidade dela. Eu a conheci no ano passado e percebi que é uma pessoa muito preocupada com o Entrepósito, ela tem um carinho muito especial, porque, cresceu aqui dentro. O pai dela era permissionário e em todas as causas que eu precisei eu vi o envolvimento dela. Então, eu tenho a certeza que ela vai fazer uma excelente gestão”, enalteceu Cel. Ricardo Mello.

Com vasta experiência empírica das atividades e do cotidiano do maior Mercado atacadista da América Latina, a permissionária, há cerca de 20 anos, à frente do estabelecimento consolidado, Maçaira & Cia. Ltda, que está dentro da Ceasa de São Paulo, desde 1969, fundada pelo saudoso Amílcar dos Anjos Maçaira, conhecido mais pelos amigos e compradores como Sr. Maçaira.

“Eu não deixo esse Entrepósito por

nada, eu já fui convidada a ter escritório, convidada por outras empresas de fora, mas realmente, eu não abro mão daqui, porque, só quem pega amor por esse lugar continua, pois, quem ama cuida”, mencionou a nova presidente do Sincaesp.

Uma das prioridades na gestão é refazer alguns planos traçados por outras administrações que não deram resultados e facilitar o acesso dos compradores para que o movimento volte a crescer consideravelmente.

“Nós teremos que mexer agora, nesse primeiro trimestre, na norma da Ceagesp. O regulamento terá que ser reformulado, avaliado, sendo que os permissionários vão participar. Nós vamos apresentar propostas para a Ceagesp de melhorias e de como nós poderemos trazer o cliente de volta

ao Ceasa. Na dificuldade de conseguir estacionar e de ficar andando em volta do Entrepósito para poder entrar, muitas vezes, o cliente procura outras opções seja ela para a entrega e o nosso intuito é sempre melhorar para quem está por aqui”, relatou Aderlete Maçaira.

Para isso, a nova presidente está ciente das dificuldades e do compromisso firmado, mas que será primordial iniciar o quanto antes com o intuito de uma possível mudança positiva para o mercado atacadista. “Não vai ser nada fácil, pelo contrário, vai ser muito difícil, mas é uma ferida que vai ser tratada e curada da melhor forma e para o bem comum de todos, faremos de tudo para organizar a Ceagesp, junto com a atual administração”, finalizou.



JAIR BOLSONARO ASSINA CONTRATO PARA MAIOR CONCESSÃO OFFSHORE NA PRODUÇÃO DE PESCADO MUNDIAL SUSTENTÁVEL

A empresa de frutos do mar Forever Oceans assinou um acordo de 20 anos com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Distribuição do Brasil para a aquicultura de 64.200 hectares na costa do estado da Bahia, Brasil. A zona cobre três vezes e meia a área de Washington DC, a maior concessão marinha dedicada à aquicultura marinha sustentável.

O acordo deve durar os primeiros vinte anos e aumentar a capacidade de produção de peixes da Forever Oceans em mais de 25%. Espera-se que o novo empreendimento da Forever Ocean crie de 300 a 500 empregos nos próximos oito anos. A Forever Oceans planeja criar filhotes de lírios a partir de ovos em um incubatório costeiro em Ilheas, Bahia, Brasil. Uma vez maduros, serão cultivados no ambiente marinho da zona privilegiada.

A Forever Oceans foi fundada em 2014 e está localizada no estado americano da Virgínia. O fabricante de frutos do mar é especializado em aquicultura marinha em alto mar com foco na sustentabilidade. Uma característica única de seu modelo de negócios é o uso de tecnologia digital para monitorar a saúde dos peixes em tempo real. Atualmente, possui uma instalação de pesquisa e tecnologia no Havá e uma operação costeira no Panamá, com outra

planejada na Indonésia.

A agricultura marinha é um subgrupo da aquicultura onde os peixes de água salgada são criados em mar aberto, pisciculturas construídas em águas costeiras ou tanques artificiais cheios de água do mar. A Forever Oceans usa fazendas marinhas abertas para cultivar e reciclar práticas de aquicultura de água do mar. A aquicultura marinha pode contribuir para a pesca sustentável, reduzindo o estresse nas reservas de vida selvagem.

Em 2013, o estudo da FAO afirmou que o Brasil possui a segunda maior área do mundo apta para a aquicultura marinha. Embora a produção geral de peixes da aquicultura tenha dobrado de 400.000 toneladas em 2009 para 800.000 toneladas em 2018, a aquicultura marinha brasileira está em grande parte em níveis de subsistência. A produção de peixes marinhos comercializados até agora tem sido limitada a pequenas fazendas de gaiolas em São Paulo, Rio de Janeiro e Espírito Santo. O acordo com a Forever Oceans ajudará o Brasil a realizar seu potencial na aquicultura marinha.

TRABALHAMOS COM TODOS OS PLANOS DE SAÚDE E ODONTOLÓGICOS



TROCAR DE PLANO DE SAÚDE

SIM, É TOTALMENTE POSSÍVEL.

- ✓ PERMANEÇA SEGURO!
- ✓ APROVEITANDO AS CARÊNCIAS DO SEU PLANO ATUAL

FALE COMIGO E SOLICITE SUA AVALIAÇÃO DE TROCA



casado**corretor**

Wagner Gonçalves & Luciana Gonçalves
Consultores
wagnergoncalves.consultor@hotmail.com

11 2245-3008
11 2245-3009
11 2245-3010

11 3696-5211
11 94747-1358
11 98279-0156
11 97376-6540

TECNOLOGIA DO TRATOR MF 8700 S PERMITE OPERAR EM VELOCIDADES PRECISAS



MAIOR TRATOR DA MASSEY FERGUSON SE DESTACA PELO BAIXO CONSUMO DE COMBUSTÍVEL E ALTO RENDIMENTO OPERACIONAL

Desenvolvido para maximizar o desempenho das máquinas agrícolas, o MF 8700 S se destaca pela robustez, alta tecnologia e potência e baixo consumo de combustível. O maior trator da Massey Ferguson, referência no mercado brasileiro, aumenta em 19% o rendimento operacional, combinando e dosando com inteligência o controle de velocidade, o motor AGCO Power 6 cilindros, a suspensão dianteira e o sistema Speed Steer, que agiliza as manobras e o esterçamento do volante.

O principal diferencial dessa série é a transmissão Dyna-VT (CVT - Transmissão Continuamente Variável), que permite que o operador selecione a velocidade no lugar das marchas. A tecnologia garante melhor desempenho do trator ao programar a velocidade correta para a operação, sem as interrupções comuns nas caixas de marchas. "O trator opera em velocidades entre 30 m/h e 42 km/h, possibilitando maior flexibilidade, já que a máquina consegue trabalhar com

diversas velocidades em diferentes rotações, proporcionando economia de combustível", explica Eder Pinheiro, coordenador de Marketing Estratégico Tratores da Massey Ferguson.

Ideal para plantio de grãos e preparo de solo em cana, o modelo está preparado para trabalhar com grandes implementos, possui torque elevado, vazão do sistema hidráulico de 205 l/min, levante hidráulico frontal (como opcional) e capacidade do levante de 4 toneladas e no hidráulico traseiro

de 12 toneladas. A suspensão do eixo dianteiro permite que ele se mantenha apoiado ao solo, aumentando a eficiência de tração do trator em até 25%. "O trator é uma fonte de potência, portanto precisa ser muito versátil, além de econômico e de fácil operação. Muitas vezes o agricultor tem apenas um trator para utilizar no preparo do solo, plantio, enfardamento e na colheita para o auxílio no transporte", ressalta Pinheiro.

CASE IH É A GRANDE VENCEDORA DO PRÊMIO TRATOR DO ANO BRASIL EM 2021



Dentro do Agrishow Experience, foram anunciados os vencedores do Prêmio Trator do Ano Brasil, edição 2021/22. A Case IH, marca da CNH Industrial, foi a grande vencedora, na categoria Tratores do Ano, com o modelo Magnum AFS Connect 400, lançado este ano no Brasil.

O modelo já faz parte da nova geração de produtos que possuem a agricultura digital em seu DNA, combinando tecnologia, resistência e desempenho para alta performance no campo. Todas as máquinas da linha Magnum AFS Connect são equi-

padadas com o sistema AFS Connect embarcado de fábrica, trazendo um novo monitor AFS Pro 1200, sistema operacional com conectividade 4G, receptor AFS Vector Pro, totalmente redesenhados que permitem a visualização remota e recursos de suporte a distância.

Ao todo, a Case IH recebeu três premiações em diferentes categorias, incluindo a marca mais votada pelo júri popular. "Ser a marca de tratores agrícolas mais votada pelo agricultor brasileiro, significa muito para todo o time da Case IH. É um

reconhecimento de que nossos produtos atendem as necessidades do campo. Nossa marca está em constante evolução, aliando tecnologia e inovação na nova era da agricultura digital", afirma Eduardo Penha, diretor de marketing comercial e comunicação da Case IH para a América Latina.

A Case IH também recebeu o prêmio na categoria acima de 200 cv, tratores de alta potência, com o Magnum AFS Connect 400.

O prêmio Trator do Ano se preocupa e incentiva a evolução constan-

te da tecnologia e crescimento do mercado de tratores no país, acredita no investimento em pesquisa, no crescimento constante da engenharia e das universidades focadas em mecanização. Os benefícios deste constante desenvolvimento podem ser sentidos por nossos agricultores que utilizam no campo estas crescentes inovações e que através das votações populares podem conhecer o que há de mais moderno em nosso mercado.



NEW HOLLAND REVELA CONCEITO DE TRATOR ELÉTRICO PARA OPERAR EM VINHEDOS

A New Holland Agriculture, marca da CNH Industrial, oferece um vislumbre do futuro com seu inovador Straddle Tractor Concept, um trator conceito projetado especificamente para atender às exigências dos vinhedos estreitos, típicos das regiões vinícolas premium da França, como Champagne, Médoc e Borgonha.

Essas operações produzem vinhos de alta qualidade e alto valor a partir de uvas cultivadas em fileiras com menos de um metro e meio de largura, geralmente em encostas íngremes e em pequenos vinhedos. Nestas condições, a colheita é feita manualmente e a maior parte dos trabalhos de manutenção da vinha é efetuada por meio de um trator que se desloca por cima das fileiras.

Para desenvolver o Straddle Tractor Concept, a New Holland fez uma parceria com a Pininfarina, que desenvolveu um design futurista em torno da cabine, que oferece alto conforto e segurança, além do trator contar com tração elétrica, seguindo a estratégia da New Holland - líder global em energia limpa.

O design exterior geral se destaca pelas linhas fluidas e dinâmicas de inspiração automotiva. A moldura exposta confere um aspecto esportivo. O formato da cabine, inclinado na direção de trabalho, adiciona dinamismo ao veículo. O design da frente da máquina combina função com estilo. Inspirado no formato de uma taça de champanhe

- alta, larga na parte superior e que vai afinando na parte inferior - é uma referência para os viticultores premium que constituem a sua principal base de clientes. Esta forma, juntamente com o vidro envolvente, fornece ao operador uma visibilidade excepcional nas vinhas e em toda a volta.

O interior, facilmente acessível graças à grande porta única e assento giratório, oferece um ambiente extremamente confortável. O uso de madeira contribui para o toque luxuoso da cabine, que se conecta em aspecto novamente com o tipo de negócio do cliente, vinculado à madeira de barris de vinho.

"Nosso conceito inovador de trator Straddle oferece um vislumbre do futuro que os produtores de vinho premium com vinhedos estreitos e de alto valor podem aspirar. É o resultado da longa história de excelência da New Holland em vinhas em todo o mundo, combinada com a inovação inspirada da lendária casa de design Pininfarina. É a prova do esforço constante da New Holland para desenvolver novas soluções para atender às necessidades mais especializadas de nossos clientes e prevê uma expansão ainda maior de nossa ampla oferta - a mais ampla do setor", afirma Carlo Lambro, presidente mundial da New Holland.

Proteção da colheita da uva ao transporte do vinho

Embalagem em EPS para vinho
Ideal para e-commerce

Conservadora para uvas
Pode aumentar em até 30% o shelf-life da fruta

Soluções:
Termotécnica

Entre em contato:
(47) 99994-1113

termotecnica.ind.br

Termotécnica

MERCADO DE CAMINHÕES CRESCE 43% EM 2021



A Fenabrave, federação nacional que reúne as concessionárias de veículos, divulgou o balanço das vendas de ônibus e caminhões em 2021, bem como as projeções de emplacamentos para o setor neste ano que se inicia. Após um crescimento consistente de quase 43% nos emplacamentos do ano passado, a entidade prevê uma alta mais moderada, de 5,2%, para o setor em 2022.

Apesar dos números positivos, o presidente da Fenabrave, José Maurício Andreta Júnior, recém-eleito para

o triênio 2022-2024, diz que este ano será desafiador para a indústria. Em outras palavras, o setor ainda enfrentará problemas como falta de componentes. Assim como os desafios econômicos, seguidos pelas eleições.

"Nossos estudos apontam para o crescimento de todos os segmentos automotivos neste ano. Mas, é claro que situações conjunturais podem afetar essas estimativas, considerando que a indústria ainda sofre com a falta de insumos. Além disso, estamos diante de uma economia ainda turbulenta.

E iniciando um ano em que teremos eleições, que costumam criar um cenário de incertezas", diz Andreta Jr.

Vale ressaltar que as vendas de caminhões novos no Brasil se destacaram no setor em 2021. Assim, com quase 12 mil unidades emplacadas em dezembro, o segmento de caminhões registrou a maior alta de emplacamentos, quando comparado com todo o setor automotivo.

Nesse sentido, em dezembro de 2021, o setor emplacou 11.986 caminhões, ante as 10.559 unidades ven-

didadas em novembro. Ou seja, alta de 13,51%. Ademais, no mês a mês, dezembro de 2021 registrou aumento de 24,36% em comparação com o mês de dezembro de 2020. Naquele ano o setor vendeu 9.638 unidades.

Seja como for, no acumulado do ano, a indústria de caminhões emplacou 127.357 mil unidades. Logo, uma alta de 42,82% quando comparado com 2020 que encerrou com 89.173 caminhões emplacados.

IVECO DAILY É A GRANDE CAMPEÃ DE VENDAS NO BRASIL EM 2021



A IVECO conquista mais um importante prêmio do mercado de veículos comerciais por meio da linha Daily: Prêmio Lótus/Campeões de Vendas na categoria 'Camioneta de Carga'. O modelo recebe o título levando em conta os números de emplacamentos de 2021 no Renavam (Registro Nacional de Veículos Automotores) informados pela Fenabrave e Anfaeva, além dos dados de produção de carrocerias divulgados pela Fabus.

Ricardo Barion, diretor Comercial da IVECO, destaca que a premiação valoriza os esforços da marca para continuar desenvolvendo produtos e serviços que atendam o cliente com alta disponibilidade e versatilidade para todo tipo de operação, seja urbana, mista ou rodoviária.

A linha Daily é campeã de vendas da IVECO e, neste ano, recebeu um

aporte de alta tecnologia, com foco na redução de emissões, conforto, economia e a consagrada estrutura chassi-cabine, que proporciona durabilidade e versatilidade para o modelo. O novo IVECO Daily 35-160 Euro VI nasceu com o legado de fazer parte de uma gama de veículos apta para diferentes operações: frete em geral, transporte de produtos alimentícios, materiais de construção, equipamentos de manutenção, móveis, mudanças, autopeças, e-commerce, entre outros.

O Prêmio Lótus, realizado pela Frota e Cia, revelou, pelo 29º ano seguido, as marcas e modelos de caminhões, ônibus e utilitários que conquistaram a preferência dos transportadores brasileiros no ano passado.

LIDERANÇA 2021 EM VENDAS É DOS CAMINHÕES VOLKSWAGEN



A Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores - ANFAVEA acaba de confirmar a liderança brasileira em vendas de caminhões em 2021 para a Volkswagen Caminhões e Ônibus. A divulgação dos números oficiais aconteceu no dia 7 de janeiro, durante coletiva de imprensa transmitida ao vivo de São Paulo (SP). Foram licenciados 37.462 caminhões VW, com um crescimento de 46,4% em relação ao ano anterior, e uma participação no mercado de 29,1%. No mercado de ônibus, a montadora com fábrica em Resende (RJ) comemorou a vice-liderança, com 3.695 chassis Volkswagen registrados e 26,3% do segmento.

"A liderança brasileira em vendas de caminhões é fruto de uma estratégia acertada, que começa na criação de produtos sob medida pelo nosso Centro de Pesquisa e Desenvolvimento, passa pela entrega dos volumes necessários

pela fábrica de Resende e culmina na excelência de um time de Vendas que conta com quase 150 concessionários espalhados pelo país. Tudo isso, sempre preservando a segurança e a saúde dos colaboradores em seus ambientes de trabalho", diz Roberto Cortes, presidente e CEO da Volkswagen Caminhões e Ônibus.

A empresa fechou o ano de 2021 com cinco mil trabalhadores atuando em sua fábrica, juntamente com seus parceiros no Consórcio Modular. Desse total, mil profissionais foram contratados desde o início da pandemia, num crescimento de mais de 25% em seus quadros. O atual plano de investimentos de R\$ 2 bilhões, cobrindo o período de 2021 a 2025, inclui os preparativos para atendimento à próxima norma de emissões a entrar em vigor no Brasil, o Proconve P-8.

ENTREPOSTO
ANUÁRIO ENTREPOSTO

O ANUÁRIO ENTREPOSTO É UMA IMPORTANTE FERRAMENTA DE BUSCA DE EMPRESAS ATACADISTAS DE FRUTAS, VERDURAS E LEGUMES NA CEAGESP.

AS EMPRESAS LISTADAS NO SITE TEM INTERESSE EM FAZER NEGÓCIOS. NAVEGUE, CONSULTE O GUIA E GARHA COM TISSP

Confira o site do **Jornal Entreposto**
www.jornalentreposto.com.br

FURATROP

 biotrop.com.br
     [biotropbr](https://www.instagram.com/biotropbr)

Poderoso bionematicida com diferentes modos de ação, para a proteção da lavoura e da produtividade.

Benefícios

- *Rápida ação, reduzindo as perdas;*
- *Protege e acelera o desenvolvimento inicial das culturas.*
- *Mais rentabilidade e produtividade.*

» Produzido com a exclusiva **Tecnologia Hayai**, que age rápido no controle de nematoides.

Saiba mais:



BIOTROP

Soluções em Tecnologia Biológica



INOVAÇÃO EM EMBALAGENS ACOMPANHA CRESCIMENTO DO MERCADO DE VINHOS FINOS NO BRASIL

AS EMBALAGENS EM EPS DA TERMOTÉCNICA GANHAM CADA VEZ MAIS ESPAÇO E SE CONSOLIDAM COMO UMA EXCELENTE OPÇÃO PARA PROTEÇÃO DE PRODUTOS FRÁGEIS

A Termotécnica - uma das maiores indústrias de soluções de embalagens em EPS no Brasil - está lançando as embalagens iPack (intelligent packaging) desenvolvidas especialmente para a conservação e o transporte com alta proteção de garrafas de vinhos. Os modelos iPack para 6 garrafas e para 1 garrafa são muito aderentes à comercialização de vinhos por e-commerce.

O varejo on-line se transformou em preferência dos brasileiros durante a pandemia como principal opção na hora da compra. De acordo com informação da Confederação Nacional do Comércio, o e-commerce no Brasil deve fechar 2021 com faturamento de R\$ 304 bilhões, um avanço de 38%. As vendas de vinho pela internet e as importações crescem a um ritmo forte devido ao grande número de distribuidoras on-line especializadas em vinho e grandes redes de varejo. O Brasil já é o 3º maior mercado do mundo, atrás da China e do Reino Unido, de acordo com o Wine Intelligence.

Frente ao cenário de crescimento do varejo digital, o EPS tem sido uma excelente alternativa de embalagens para produtos de alto valor agregado, como o mercado de vinhos premium por conferirem alta proteção e isolamento térmico. De acordo com o diretor superintendente da Termotécnica, Nivaldo de Oliveira, "as embalagens iPack proporcionam ao cliente ganhos de processos consideráveis, possibilidades de comercialização pelo e-commerce, além de garantir total integridade e funcionalidade do produto para o consumidor".

Vantagens das embalagens em EPS
Acondicionamento com alta prote-

ção: talvez o maior objetivo da embalagem seja justamente esse, manter o produto seguro durante todo o processo, de ponta a ponta. Não somente em relação à sua aparência e estética, mas também sua estrutura, minimizando defeitos com impactos. A grande quantidade de ar em sua estrutura torna o EPS (mais conhecido como isopor - marca registrada de empresa terceira) uma ótima proteção, capaz de resistir a quedas, vibrações e choques, e o transforma na opção ideal de embalagem quando a intenção é proteger mercadorias de danos e avarias. É a garantia de que o produto vai chegar intacto ao seu destino.

Excelente isolante térmico: assegura a temperatura nas condições ideais em toda a cadeia de produção, distribuição e consumo.

Versatilidade: molda-se às mais diferentes formas do produto, desde uma taça de cristal a um bloco de motor. Contribui para maior leveza e ergonomia no processo produtivo e logístico.

Custo: o peso da embalagem, é outro fator importante que, neste caso, pode refletir na redução de custos, pois embalagens mais leves podem gerar gastos menores com frete, assim como também podem levar ao investimento em uma logística mais simples.

Sustentabilidade: é 100% reciclável de forma contínua, com baixo consumo de água e energia.

iPack: solução de embalagens inteligentes em EPS
As soluções em embalagens iPack da Termotécnica são projetadas para serem versáteis e atender as necessidades de

segmentos distintos como os mais frágeis (taças, garrafas de vinho, televisores) até os mais complexos (refrigeradores, aquecedores, cooktops, motores).

Atendendo às mudanças no comportamento do consumidor que elevou a participação do e-commerce como opção de compra, o conceito iPack tem todos os atributos de preservação e proteção requeridos por este novo canal de venda e escoamento de produtos. Pensado de forma a unificar plataformas de produtos e simplificar processos de embalagem, o iPack permite a distribuição de produtos pelos mais diversos modais de transporte, sendo em cargas fechadas ou fracionadas.

Os ganhos da embalagem em EPS já iniciam na linha de produção do cliente. Com uma estrutura leve e segura, contribui para a ergonomia do processo. O design possibilita simplificar o número de operações além de otimizar insumos, aumento da capacidade de armazenamento e transporte. A solução foi projetada com preocupação funcional e estética. O EPS é resistente à compressão, possui alta capacidade na absorção de impactos, e também é não higroscópico (não acumula umidade), contribuindo para garantir a entrega dos produtos íntegros e com todas as funcionalidades até o consumidor final.

Em termos de sustentabilidade, o EPS é um plástico formado por 98% de ar e desta forma deve ser reciclado como todo e qualquer outro plástico ao fim do processo. Sua reciclagem requer baixíssima utilização de recursos naturais como água e energia. Por ser 90% mais leve que outros tipos de embalagem,

contribui para reduzir o consumo de combustível e a emissão de CO2 durante o transporte.

Termotécnica: inovação com sustentabilidade

Detentora de mais de 100 marcas e patentes registradas desde a sua fundação, há 60 anos, a Termotécnica tem sido pioneira e protagonista no mercado de EPS no país, tendo a inovação e a sustentabilidade como seu propósito. Sua estratégia sustentável está consolidada nos pilares ESG (Environmental, Social and Governance) e suas ações são conectadas aos ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável) da ONU. Com matriz em Joinville (SC) e unidade de reciclagem no Distrito de Pirabeiraba, a Termotécnica possui também unidades produtivas e de reciclagem em Manaus (AM), Petrolina (PE), Rio Claro (SP) e São José dos Pinhais (PR).

Para dar uma destinação ambientalmente correta e sustentável ao EPS pós-consumo, há 15 anos a Termotécnica realiza o Programa Reciclar EPS, com logística reversa e reciclagem do material em todo o Brasil. Já são mais de 44 mil toneladas de EPS pós-consumo que ganharam um destino mais nobre - cerca de 1/3 de todo o material consumido no país. O Programa Reciclar EPS é de fato a economia circular na prática: após seu uso e reciclagem, o EPS é transformado novamente em matéria-prima para outras aplicações.

AO LADO DO AGRICULTOR BRASILEIRO. PORQUE CUIDAMOS.

Sempre empenhada em acompanhar as novas tendências, na adaptação a novos consumidores e mercados, a ASCENZA tem estabelecido sua presença no Brasil a partir de soluções em proteção de cultivos nas mais diversas culturas do país.

Em cada uma delas, é na relação próxima que está nosso maior conhecimento: Na ASCENZA sabemos como cuidar.

Cuidamos das pessoas. É isso que nos motiva a estarmos cada vez mais próximos do agricultor brasileiro, entregando soluções realmente relevantes à sua produção.

Cuidamos das plantas. O investimento no desenvolvimento de soluções de Proteção de Cultivos faz parte do nosso DNA. É com esse olhar que visamos atingir sempre o máximo potencial produtivo em cada cultura e assim fazer a diferença no campo.

Cuidamos do planeta. Levamos as necessidades dos agricultores como prioridade, sem comprometer o equilíbrio ambiental, com soluções que garantam alimentação saudável e equilibrada para uma população em crescimento.

É a isto que nos empenhamos todos os dias: cuidar das plantas, das pessoas e do planeta. E esse é um cuidado que vem de dentro. Porque cuidamos.

www.ascenza.com.br


ASCENZA[®]
— CULTIVANDO O FUTURO —





JE ENTREVISTA RUI CORREIA, DIRETOR DE MARKETING CENTRAL DA ASCENZA

"ATUALMENTE, ESTAMOS PRESENTES EM DOIS MERCADOS NA AMÉRICA LATINA, BRASIL E MÉXICO, E TEMOS OBJETIVOS AMBICIOSOS DE CRESCIMENTO NESTE PAÍSES".

JE - COMO FORAM OS PRIMEIROS ANOS DE ATUAÇÃO DA MULTINACIONAL ASCENZA NO BRASIL?

RUI CORREIA - A estratégia da Ascenza quando chegou em 2010 foi estruturar a empresa sobre a base de um time de registro dedicado a construir um portfólio robusto de produtos. A partir de 2017 iniciou a comercialização e desde então segue ano a ano aumentando a oferta de novos produtos próprios no mercado brasileiro.

JE - O QUANTO O MERCADO BRASILEIRO JÁ REPRESENTA NOS NEGÓCIOS GLOBAIS DA COMPANHIA?

RUI CORREIA - Hoje há uma representatividade de algo em torno de 12%

JE - RECENTEMENTE A COMPANHIA ANUNCIOU QUE PROJETA FA-

TURAR EM 2025 MAIS DE R\$ 218 MILHÕES NO BRASIL. QUAL A ESTRATÉGIA PARA ALCANÇAR ESSE OBJETIVO?

RUI CORREIA - O aumento do portfólio não somente focado em um segmento de mercado mas ampliando sua atuação em todos os outros, dos menores aos maiores.

JE - O QUE A EMPRESA PREPARA DE NOVIDADES EM TERMOS DE PRODUTOS E SOLUÇÕES AOS AGRICULTORES BRASILEIROS PARA ESTE ANO? ESTÃO FOCADOS EM ALGUMA REGIÃO OU CULTURA ESPECÍFICA?

RUI CORREIA - Vamos fazer o lançamento de Fosetyl al 800 WG e Deltametrina 24 EC, que atende o mercado de H&F, outros 10 produtos são esperados para o ano de 2022. Além da ampliação

da de alguns já existentes, incluindo o maior número possível de culturas, a exemplo do Davos, que tem registro para mais de 50 delas.

JE - COMO VOCÊS ENXERGAM AS MUDANÇAS DE MERCADO NO AGRONEGÓCIO, PRINCIPALMENTE FALANDO DE PORTFÓLIO PARA BIOLÓGICOS E COMO SE PREPARAM PARA ENTREGAR PRODUTOS MAIS "AMIGOS" DO MEIO AMBIENTE?

RUI CORREIA - Com certeza de extrema relevância, é uma mudança de futuro, por isso o grupo Rovensa, controlador da Ascenza, possui no Brasil duas empresas para esse segmento, Tradecorp Microquímica e Idae Nature.

JE - A COMPANHIA VEICULA LÁ FORA UMA CAMPANHA DE REPOSIÇÃO DE MARCA "BECAUSE

WE CARE". NOS CONTE O QUE É ESSA INICIATIVA E SE ELA SE APLICA POR AQUI TAMBÉM?

RUI CORREIA - A campanha 'Because We Care', lançada em 2021, assume um ponto de viragem para a marca ASCENZA. Materializamos a nossa essência e a nossa estratégia neste novo posicionamento, neste 'cuidado que vem de dentro pelas Plantas, pelas Pessoas e pelo Planeta'. A principal peça desta campanha foi um vídeo que contou com a participação dos colaboradores das várias geografias, incluindo do Brasil.

Neste ano que passou, a campanha viveu essencialmente junto do público interno, nos media e nos canais digitais da marca, mas não vamos ficar por aqui. Em 2022, continuaremos esta jornada e o conceito 'Because We Care' será adaptado às várias geografias, incluindo o

Brasil, de acordo com as características e prioridades de cada mercado. O nosso foco será agora ao nível do Produto, da Inovação e do Suporte ao Cliente, mas sempre no âmbito de cada um dos três pilares de comunicação da campanha – Plantas, Pessoas e Planeta.

JE - O QUANTO A ASCENZA TEM INVESTIDO E SE DEDICA A ÁREA DE P&D?

RUI CORREIA - Em 2021, mais de 9% do nosso revenue foi investido em R&D. Reconhecemos neste investimento uma prioridade para continuarmos a trazer valor acrescentado ao sector, marcando a diferença na resposta que damos às necessidades dos agricultores nas várias geografias onde estamos presentes.

A par com o investimento contínuo em novos produtos que nos permite

ampliar e diversificar o portfólio, nos últimos anos, fizemos um investimento superior em tecnologia e na área regulatória que dá suporte aos mercados da Europa e da América do Sul.

Olhamos para o R&D como parte do nosso modelo de negócio, apesar de nos posicionarmos no sector off-patent da proteção de culturas. Por exemplo, a nossa capacidade laboratorial é um elemento chave na estratégia da ASCENZA. Por um lado, assegura o máximo padrão de qualidade operacional, desde a matéria-prima até ao produto final, o que é conseguido através do nosso Laboratório de Controlo de Qualidade certificado pelas BPL (Boas Práticas Laboratoriais) e acreditado pela ISO 17025. Por outro lado, os nossos laboratórios também apoiam todos os nossos desenvolvimentos de R&D e atividades regulamentares.

JE - COMO ESTÁ O POSICIONAMENTO DA COMPANHIA NA AMÉRICA LATINA? PLANEJAM AMPLIAR ATUAÇÃO?

RUI CORREIA - Atualmente, estamos presentes em dois mercados na América Latina, Brasil e México, e temos objetivos ambiciosos de crescimento neste países. Por exemplo, no mercado Brasileiro queremos aproximar-nos dos 218 milhões de reais de faturação em 2025, ambicionamos ser o primeiro mover off-patent em algumas substâncias ativas, e vamos continuar a capitalizar sinergias com outras empresas do Grupo Rovensa, ao qual pertencemos, nomeadamente com a Oro Agri.

A expansão da empresa a outras geografias da América Latina está a ser planificada em termos de investimento, mas ainda não podemos adiantar as da-

tas de início.

JE - TEM NO RADAR A CONSTRUÇÃO DE NOVAS UNIDADES DE PRODUÇÃO FORA DE PORTUGAL? ONDE E POR QUÊ?

RUI CORREIA - A curto prazo não prevemos esse investimento. No entanto, estamos já a contratuar com alguns fornecedores brasileiros, a produção de algumas das nossas formulações para o mercado brasileiro. No entanto, a maioria das formulações será ainda produzida na nossa unidade de produção de Setúbal (Portugal), que tem vindo a ser ampliada e melhorada para dar resposta às necessidades do crescimento da empresa.

MERCADO DA UVA DE MESA E DE VINHO NACIONAL

MAIS DE 60 MIL TONELADAS DE UVAS SÃO VENDIDAS NA CEAGESP E NO MAIOR ENTREPOSTO DA AMÉRICA LATINA, VINHOS NACIONAIS E IMPORTADOS SÃO COMERCIALIZADOS EM FRANCA ASCENSÃO

POR GUILHERME ARAUJO

PRODUÇÃO DE UVA DE VINHO SUL E SUDESTE SÃO AS PRINCIPAIS REGIÕES PRODUTORAS DO PAÍS

O Brasil é o único país do mundo onde há três tipos de viticultura, para produção de uvas, sucos e vinhos. No País, os tipos de clima ocorrentes nas regiões vitivinícolas produtoras de vinhos finos com uma colheita anual são de tipo temperado e subtropical.

A produção de um bom vinho começa na escolha do solo e do clima, determinantes diretos na qualidade da bebida. O país possui grande variedade de climas e solos aptos à produção vitivinícola, ofertando, assim, um leque de opções aos produtores e uma gama de diferentes tipos de vinhos. A tradição europeia, trazida ao Brasil pelos imigrantes, aliada aos investimentos em inovação, resultou em vinhos tipicamente brasileiros com personalidade própria.

As regiões de clima quente tendem a ter temperaturas mais consistentes ao longo do ciclo da videira. Essa menor diferença dá às uvas a chance de amadurecer por completo, mas, por outro lado, a acidez natural nas uvas tende a ser diminuída. Assim, generalizando, climas quentes produzem uvas com sabores de frutas mais maduras e menos acidez. Temperaturas mais baixas preservam a acidez, mas também tornam mais lento o amadurecimento. De modo geral, regiões vinícolas de clima frio tendem a produzir frutas mais ácidas.

Vale ressaltar que algumas variedades tendem a se dar melhor em zonas mais frias, enquanto outras preferem calor e sol, dependendo do ciclo vegetativo, entre outras coisas. Sendo que o clima afeta diretamente o crescimento das plantas.

De acordo com o último dado levantado pelo IBGE, a área plantada com videiras no Brasil, em 2020, foi de 74.826 há. Sendo que a Região Sul que representou 73,12%.

Segundo o Instituto Brasileiro do Vinho (IBRAVIN), existem no país cerca de 1,2 mil vinícolas, 61% das quais estão localizadas no estado do Rio Grande do Sul e outras 30% dividem-se em Santa Catarina, São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Minas Gerais, Pernambuco e Bahia.

RIO GRANDE DO SUL

ESTADO GAÚCHO É DESTAQUE NA PRODUÇÃO DE VINHO NACIONAL

Maior produtor de vinhos do Brasil, o Rio Grande do Sul inicia na segunda metade de janeiro a colheita das uvas destinadas à produção industrial. Segundo o IBGE, estado gaúcho é o principal produtor nacional, acumulando 62,51% da área vitícola do País. Atualmente, a Serra Gaúcha é a maior produtora de vinhos e espumantes do Brasil, e grande atrativo para os apreciadores das bebidas. Na região, há mais de 30 vinícolas, desde familiares até grandes grupos, como Chandon. As bebidas produzidas no Vale dos Vinhedos são reconhecidas internacionalmente pela sua qualidade.

A expectativa dos produtores rurais é moderada para este ano, a safra da fruta, inicialmente estimada entre 700 e 750 mil toneladas, poderá ter a produtividade impactada se as chuvas em janeiro não forem regulares.

O presidente da União Brasileira da Vitivinicultura, Deunir Argenta, diz que ainda é prematuro falar em quebra na safra e que a produtividade, por enquanto, se mantém dentro da expectativa normal. "É até bom que haja um pouco menos de uva. Nós temos demanda para a fabricação de vinhos finos, mas é bem alto nosso estoque de sucos, cujas vendas pararam na pandemia", comenta.

O presidente da Associação Vinhos da Campanha Gaúcha, Valter Pötter, representante de 16 vinícolas, entre Itaqui e Candiota, responsáveis

por 31% de todo o vinho tinto produzido no país, relata que na região os vinhedos estão em boas condições. "Devemos produzir 7 milhões de garrafas de vinho", afirma o dirigente. Segundo ele, como é necessário um quilo de uva para cada garrafa de vinho, o volume estimado de uvas a ser colhido na Campanha deve ficar em 7 mil toneladas, já considerando a perda de 25% nos parreiros atingidos pela deriva do herbicida 2,4-D. Pötter esclarece que o tempo seco não é motivo de grande apreensão para as vinícolas porque uvas submetidas a estas condições costumam resultar em bebidas de mais intensidade e sabor.

ESTADO DE SÃO PAULO

CIDADE DE SÃO ROQUE, NO INTERIOR PAULISTA, É CONSIDERADA A TERRA DO VINHO

A cidade de São Roque, interior de São Paulo, região de Sorocaba, é considerada como a terra do vinho. O local possui suas características que levam a cidade milhares de turistas todos os anos.

O município mantém a tradição de "Terra do Vinho" desde a vinda dos imigrantes italianos e portugueses no final do século XIX. Inúmeras vinícolas estão próximas à zona urbana, dentre as quais várias possuem estrutura com restaurante. Em algumas adegas é possível conhecer a produção (tonéis, engarrafamento, degustação e acervo de máquinas antigas na produção do vinho).

"São Paulo tem bons vinhos e vêm melhorando cada vez mais com iniciativas como essa em cidades como São Roque. Portanto, temos que apoiar e investir para fazer a diferença", disse o secretário de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, Itamar Borges e o secretário-executivo, Francisco Matturro.

Todos os anos, durante a prima-

vera, a cidade promove a Expo São Roque, maior festa do Estado voltada para os admiradores da alcachofra e vinhos. O evento atrai cerca de 70 mil pessoas que vão degustar diferentes tipos de vinhos e se deliciar os diversos pratos preparados a base dessa flor.

TRADICIONAL: GARRRAFA VS LATA FALTA DE GARRRAFA NO MERCADO E MUDANÇA DE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR GERA UMA PROCURA POR VINHO EM LATA

"A Aurora vai deixar de vender e até de crescer porque não tem garrafa. São entre oito e dez milhões de litros de vinhos, sucos e espumantes que não chegarão ao mercado por causa disso", mencionou Hermínio Fagnola, da Aurora.

Segundo ele, o cenário deve persistir no ano que vem e até em 2023. Por isso, as empresas estão pensando em alternativas, como comercializar as bebidas em latas.

Pensando nessa alternativa: a Lovin' Wine amplia linha de vinhos em lata e lança o espumante Brut White. A marca brasileira de vinho em lata Premium já oferece cinco opções de rótulos: Rose Dry, Rose Wine, White Wine, Red Wine e White Dry e o espumante chega para completar o portfólio, que vem atraindo consumidores jovens que apreciam vinho, mas querem mais descontração e praticidade na hora de saboreá-lo.

João Sattamini, CEO da marca, afirma que a Lovin' percebeu a necessidade de atender à demanda de clientes que preferem algo mais seco e perfeito para o Verão. "Nós temos dois frisantes e três dry, e agora incluímos o espumante Brut White, assim agradamos todos os públicos e paladares", completa.

As latinhas brasileiras têm chegado ao mercado em versões de 269 ml – o equivalente a quase uma taça





DP Empório: Adega especializada na Ceagesp com uma grande variedade dos melhores vinhos



da Páscoa e a gente está se organizando para trazer ofertas, variedades para os nossos clientes”, disse Eduardo Almeida, supervisor comercial da D.P. Empório.

Nos Festivais Gastronômicos Ceagesp o vinho é sempre um ótimo acompanhamento. A grande procura, naturalmente, ocorre nos meses de inverno, quando acontece o famoso Festival de Sopas Ceagesp, com a demanda maior pelos tintos, que vão muito bem com as variadas opções de sopas. Mas a bebida também acompanha bem os pratos servidos no Festival do Pescado e Frutos do Mar Ceagesp.

“As harmonizações com peixes e frutos do mar recaem mais sobre os brancos e espumantes. Na carta de vinhos dos Festivais Ceagesp, há sempre muita oferta de nacionais e estrangeiros, que atendem a todas as preferências dos frequentadores”, explicou José Carlos Videira que atua na comunicação do Festival Gastronômico da Ceagesp.

DIFERENÇA ENTRE UVA DE MESA E UVA DE VINHO

DESCUBRA AS VARIEDADES USADAS PARA O CONSUMO E PARA INDUSTRIALIZAÇÃO

A diferença entre uvas de mesa (a uva que você compra no supermercado) e uvas de vinho, embora esses dois tipos de uvas pertencem ao

mesmo gênero, *Vitis*, elas apresentam características diferentes.

Comparando as duas espécies, as uvas de mesa podem ter sementes ou não, possuem casca fina (mais fácil de mastigar) e polpa mais firme, que faz elas serem geralmente crocantes. Essa crocância da uva de mesa não apenas a torna mais agradável e atraente para comer, como também torna possível armazená-la por um longo período (é possível armazenar alguns cultivares sem causar dano à fruta por até 60 dias) e transportá-la por longas distâncias (exportação para países da Ásia).

Já as uvas de vinho, por sua vez, são pequenas e possuem casca muito grossa, o que contribui para o sabor do vinho, já que na casca dessas uvas estão contidas as principais propriedades funcionais do vinho, como o resveratrol. Este elemento químico traz diversos benefícios à saúde quando consumido corretamente. Outra característica desse tipo de uva são as sementes grandes que ocupam boa parte do fruto. Assim, quando você morder uma baga de uva de vinho você vai se surpreender com uma semente grande e dura.

Em termos de sabor, as uvas de vinho são muito mais doces que as uvas de mesa, enquanto as uvas de vinho são colhidas com teor de açúcar em torno 24 a 26°Brix, as uvas de mesa são colhidas com 16 a 20°Brix, esse

teor de açúcar depende da variedade e é muito importante no processo de fermentação do vinho.

Brix é uma escala numérica que mede a quantidade de sólidos solúveis (entenda-se basicamente como açúcar ou sacarose) em uma fruta, numa linguagem mais simples, é considerado o grau de doçura de uma fruta.

Outra diferença existente é em nível de acidez o qual nas uvas de mesa costumam ser menor que nas uvas de vinho, isto contribui para um melhor sabor nas uvas de mesa.

É possível fabricar vinhos com algumas uvas de mesa, a exemplo da uva Thompson Seedless, entretanto esses vinhos não apresentam a mesma qualidade dos que são fabricados com uvas apropriadas para esta finalidade. Na região do São Francisco, uva Itália é utilizada na produção de espumante.

Além das diferenças genéticas entre uvas para vinho e uvas de mesa, há diferença significativa no modo como as videiras são tratadas, as estruturas de condução das plantas para uvas de vinho (espaldeira) são feitas para facilitar a exposição dos cachos ao sol, já que isso contribui para elevar o teor de açúcar da fruta. A colheita também é realizada de forma diferente, as uvas de vinho geralmente são colhidas de forma mecanizada, no entanto, em proprieda-

des familiares a colheita ainda é feita manualmente. As uvas de mesa são colhidas manualmente e com muito cuidado para não causar dano na fruta, tais danos podem interferir na qualidade de armazenamento e comercialização da fruta.

SAFRA DA UVA 2021 INVESTIMENTO TECNOLÓGICO NO SETOR FAVORECEU PARA A PRODUÇÃO DA FRUTA

De acordo com o último levantamento da Organização para Agricultura e Alimentação (FAO), das Nações Unidas, as uvas participaram com 8% das 968,9 milhões de toneladas de frutas colhidas em 2019. Na liderança mundial aparece a China, com 10,8% da safra mundial, seguida de perto da Itália (10,2%) e dos Estados Unidos (8,1%).

Ficando na 15ª posição, o Brasil foi responsável por 1,4 milhão de toneladas, o que corresponde cerca de 1,9% da produção mundial.

Já o Levantamento Sistemático da Produção Agrícola, feito recentemente pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a projeção para a safra de uva de 2021 aumentou 4,9% - um crescimento de 78,4 mil toneladas além do esperado, totalizando uma safra de 1,7 milhão de toneladas.

A uva com destino ao consumo de mesa é cultivada principalmente em

e meia. Excelente para evitar aquela situação de abrir uma garrafa inteira de 750 ml, beber pouco e esquecer o resto na geladeira. Diferente do vidro, as latas são embalagens baratas. Estima-se uma redução em 25% nos custos com recipientes, segundo representantes da Sans Wine Co, referência na produção de excelentes vinhos orgânicos em lata nos EUA. E também são mais sustentáveis: no Brasil, a taxa de reciclagem é de 98% e gera renda para milhares de famílias.

MERCADO CONSUMIDOR DE VINHO

EM MEIO À PANDEMIA DA COVID-19 E À CRISE ECONÔMICA, A COMERCIALIZAÇÃO DE VINHOS FINOS BRASILEIROS CRESCEU 75%

No país, segundo o Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), apenas 10% dos consumidores da bebida tomam vinhos finos. Os outros 90% — a maioria esmagadora! — bebem mesmo os chamados vinhos de mesa.

As vendas de vinho no mercado interno cresceram, sendo que houve uma alta de 2% entre outubro de 2020 e setembro de 2021, na comparação com o mesmo período de 2019 e 2020. Foram 492,5 milhões de litros comercializados. Segundo representantes do setor, os números apontam que o aumento no consumo de vinho registrado em 2020 veio para ficar.

Em meio à pandemia da Covid-19 e à crise econômica, a comercialização de vinhos finos brasileiros cresceu 75% entre 2019 e 2021. De janeiro a novembro de do ano passado, foram comercializados no mercado interno 25,2 milhões de litros de vinho fino, o que representa aumento de 11% sobre os 22,7 milhões do mesmo período do ano anterior. Os dados são da União Brasileira de Vitivinicultura (Uvibra) e se referem aos vinhos finos elaborados no Rio Grande do Sul, responsável por 90% da produção nacional.

“Muito investimento foi feito, o que proporcionou uma grande transformação na indústria nos últimos dez anos”, afirma Deunir Argenta, presidente da Uvibra. Segundo ele, o crescimento da venda de vinhos finos foi fora do comum. “O brasileiro está consumindo mais, e isso é um fator positivo, pois a população não tinha esse hábito como acontece em outros países.”

EXPORTAÇÃO DE VINHO ORGULHO NACIONAL: VINHOS BRASILEIROS CHEGANDO ÀS PRATELEIRAS NO MERCADO EXTERIOR

Já em relação às exportações de vinhos e espumantes nacionais deram um salto neste ano em relação a 2020. Entre janeiro e setembro de 2021, o país vendeu 690,4 mil caixas de nove litros de vinhos e espumantes,

o que representa aumento de 62% em relação ao mesmo período do ano passado. No mercado interno, vinhos e espumantes rosé viraram queridinhos do consumidor.

Os dados são da Ideal Consulting, uma empresa de auditoria de importação e inteligência de mercado, e foram divulgados pelo Consevitis-RS (Conselho de Planejamento e Gestão da Aplicação de Recursos Financeiros para Desenvolvimento da Vitivinicultura do Rio Grande do Sul).

De acordo com Maurício Salton, presidente da vinícola, o bom resultado pode ser atribuído ao câmbio favorável e ao “reconhecimento da qualidade do produto brasileiro”. “O espumante brasileiro está se consolidando lá fora, com reconhecimento de qualidade”, diz.

Ele também afirma que a cotação alta do dólar ajudou. As exportações são favorecidas quando o dólar sobe porque o importador compra mais produtos brasileiros com a mesma quantidade de dólar.

Os Estados Unidos e a China são os principais compradores dos vinhos nacionais. Sendo que somente, os dois países fizeram a balança comercial saltar de uma forma significativa com um aumento considerável de mais de 325%, nos últimos cinco anos.

VINHO NA CEAGESP

NA MAIOR CENTRAL DE ABASTECIMENTO DO PAÍS, VINHOS NACIONAIS E IMPORTADOS SÃO COMERCIALIZADOS

Na maior Central de abastecimento da América Latina, a Ceagesp também é possível encontrar as principais marcas de vinhos. Na empresa D.P. Empório, por exemplo, que atua na Ceasa de São Paulo, desde 1988, rótulos nacionais e importados são comercializados, em um espaço amplo e planejado.

A unidade possui uma vasta cartela de vinhos importados, algumas das principais marcas do Chile, França, Portugal, Itália, Estados Unidos e Espanha são alguns que podem ser encontrados na D. P. Empório. Desde 1988.

A empresa possui uma consultoria especializada, com um sommelier “Minha parceria como consultor fixo é trazer maior e melhor rendimento em produtos. A empresa DP Empório é muito forte e conhecida pelo granel”, mencionou sommelier consultor, Anderson Pott.

A D.P. comemora os resultados alcançados ano passado e a expectativa é animadora para este ano. “As vendas foram bem positivas, vendemos bastante vinhos. Em 2021, nós vendemos aproximadamente 80% a mais em relação ao ano anterior. Nós estamos bem otimistas para o feriado



O Festival Gastronômico do Ceasa São Paulo também possui excelentes vinhos nacionais e internacionais



Pernambuco e Bahia, onde as expectativas de crescimento para este ano são de 15,3% e 8,9%, respectivamente. Segundo a Associação dos Produtores e Exportadores de Hortifrúts do Vale do São Francisco (Valexport), essa região foi responsável por mais de 85% de toda a produção nacional de fruticultura em 2019, que é destinada principalmente para os Estados Unidos e países da Europa.

"Atualmente, a cultura da uva é a mais tecnológica no Brasil, com maior demanda de investimentos e também maior lucratividade por hectare. Para esse cultivo, o produtor investe, em média, acima de R\$ 1.500 por hectare somente em nutrição foliar. Por ser uma produção que exige muito conhecimento técnico, é necessário apurar de forma criteriosa as melhores soluções, que possam de fato garantir ao produtor maior rendimento. Nesse sentido, a Ubyfol vem se consolidando como parceira comprometida com pesquisas e novas tecnologias para apoiar o dia a dia do agricultor", destaca Danilo Ferreira, gerente regional da Ubyfol.

Arnaldo Eijnsink, Proprietário da Kuara Frutas, um dos maiores produtores de uva do Brasil, explica que é preciso estar um passo à frente e surpreender o consumidor final. "Investimos em inovação e novas variedades de uva, como as frutas sem semente. Aliando os conhecimentos da EMBRAPA de Petrolina e cruzamentos genéticos, temos cerca de 20 variedades especiais. Todo ano tem lançamento de até cinco variedades", explica.

O manejo adequado no cultivo da uva pode impactar diretamente no

aumento do valor nutricional das frutas para o consumidor. É o que mostra estudo realizado durante a última safra na cidade de Bento Gonçalves (RS), em parceria entre a Embrapa Uva e Vinho e a Alltech Crop Science.

Entre os resultados apresentados, parreiras que receberam suplementação com soluções naturais à base de potássio e aminoácidos tiveram concentração de polifenóis 30,7% superior a de plantas não tratadas, enquanto a presença de antocianinas foi 44% maior.

Ambas as substâncias são altamente antioxidantes, trazendo melhorias para a saúde cardiovascular, como explica a nutricionista clínica funcional Aline Andretta Levis.

"Os polifenóis, entre eles as antocianinas, são encontrados principalmente na casca das uvas, mas também nas folhas das videiras e nas sementes. Derivados dessa fruta, como vinhos, tem efeito na diminuição do colesterol ruim e aumento do colesterol bom, relaxamento dos vasos sanguíneos e consequente diminuição da incidência de doenças do coração. Além disso, suas substâncias antioxidantes como o resveratrol neutralizam radicais livres no organismo, e levam ao aumento da longevidade", afirma Andretta Levis.

Como ressalta o engenheiro agrônomo Marcos Revoredo, gerente técnico especializado em hortifrúti da Alltech Crop Science, a quantidade de nutrientes presentes nas frutas vai depender diretamente do manejo realizado pelo produtor durante o cultivo.

"Das estruturas de reservas das videiras, como as folhas e ramos, para

os cachos de uvas, serão transferidos os açúcares, aminoácidos e nutrientes aplicados durante o cultivo para a formação desses compostos orgânicos benéficos. Além disso, os polifenóis também contribuem para características da própria uva, como sabor e cor. Quanto melhor o processo de nutrição das plantas, além de tempo adequado de desenvolvimento e maturação, maiores serão os benefícios para o produtor e o consumidor".

Os produtores de uva do Paraná já trabalham na colheita da fruta, cuja atividade se estende de janeiro a março, dependendo da região e da cultivar. O Estado é o sexto maior produtor nacional dessa que é a quinta fruta mais produzida no mundo.

UVA NA CEAGESP

VENDAS VÊM CRESCENDO CONSIDERAVELMENTE, NOS ÚLTIMOS DOIS ANOS

A uva é um dos alimentos mais vendidos, em geral, na Ceagesp. De acordo com o levantamento realizado pela SEDES - Seção de Economia e Desenvolvimento, somente, em 2021 foram comercializadas mais de 62 mil toneladas da fruta. Tendo a variedade Thompson como a mais vendida, entre elas com 18,4 mil t. Vale destacar que logo em seguida, Vitória e Niágara, com 11,7 e 10,3, respectivamente.

Em comparação com o ano anterior, por exemplo, em 2020, foram 51 mil t. Um aumento considerável de cerca de 21%, nas vendas de uvas. Ressaltando que a Ceagesp vem sofrendo ao longo do tempo, por diversas complicações naturais e econômicas, sendo a greve dos caminhoneiros, en-

chente, a disparada da moeda americana, a Covid-19. Mesmo com todas essas adversidades, a comercialização de uvas nacionais e importadas tiveram resultados surpreendentes.

As principais variedades da fruta vendidas na Central de abastecimento de São Paulo são: Thompson, Isabel, Estrangeira crimson, Centennial, Itália, Niágara, Rubi, Estrangeira Globe, Red Globe, Benitaka e Brasil. Tendo as principais cidades que enviam, por exemplo, uva niágara, para o Entrepósito paulista: Jundiá - SP (13%), Indaiatuba - SP (13%) e São Miguel Arcanjo - SP (9%).

No Entrepósito paulistano, por exemplo, na empresa Bella Vista, que fica localizada no Pavilhão MFE B - Mod. 594, são comercializadas diversas uvas, como do tipo: Red Globe, Itália, Benitaka e a principal: Thompson. Sendo que essa última relacionada é vendida em caixas de 5 kg ou 8 kg.

Elas são encontradas facilmente, em embalagens EPS - Isopor, que conserva mais o alimento e aumenta o tempo de exposição nas gondolas em até 30%. "Nossas soluções proporcionam ganhos efetivos e aumento da competitividade para os fruticultores, distribuidores e varejistas. Pensando na cadeia logística como um todo é uma solução diferenciada e inovadora para este mercado", reforça Nivaldo de Oliveira, Superintendente da empresa DaColheita.

O Jornal Entrepósito já realizou um especial sobre o tema. Vale a pena conferir a edição na íntegra, no portal do JE: https://bit.ly/je_uva_especial.

JE ENTREVISTA O SOMMELIER CONSULTOR, ANDERSON POTT

FORMADO PELA ABS - SP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SOMMELIER'S, COM VASTA EXPERIÊNCIA NO SEGMENTO DE VINHOS, JÁ TRABALHOU EM RESTAURANTES CONCEITUADOS EM SÃO PAULO

JE - HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ TRABALHA NESTA ÁREA DE VINHOS?

ANDERSON POTT - Nesta área, eu já atuo, praticamente, há sete anos. Sendo que na empresa DP Empório um pouco mais de um ano.

JE - QUAL A VANTAGEM PARA UMA EMPRESA TER UMA CONSULTORIA?

ANDERSON POTT - Visamos ter uma adegas variada, com um preço justo, vinhos para todos os bolsos e gostos: secos, suaves, frisantes, etc. Estamos sempre trazendo novidades para o nosso cliente habitual sempre ter algo novo para experimentar.

JE - HÁ MUITA DEMANDA PARA OS VINHOS NACIONAIS?

ANDERSON POTT - Acredito que os vinhos brasileiros estão em constante crescimento, no caso da DP Empório, igualmente (importados e nacionais): nós tivemos um cuidado de manter um bom mix de vinhos suaves de extrema qualidade, para atender este público que gosta somente deste estilo.

JE - COMO É TRABALHAR COM AS VARIEDADES DE IMPORTADOS?

ANDERSON POTT - Os importados, eles são sempre necessários para aumentar e trazer novidades. Os apreciadores e novatos sempre buscam conhecer e apreciar vinhos, por exemplo, europeus, pois, eles são mais frutados, mais fáceis de saborear.

JE - POR CONTA DO AUMENTO DA MOEDA AMERICANA ISSO IMPACTOU

NO VALOR E NAS VENDAS?

ANDERSON POTT - Sim, a alta do dólar e também a do euro, impactou de fato diretamente nos valores. É difícil equilibrar o valor quando se tem a proposta de manter o melhor preço com uma margem baixa de lucro, comparada com a concorrência do mesmo nível de adegas. Vale ressaltar que o ICMS tem sido outro vilão nesta fase.

JE - COMO FUNCIONA ESSA PARCERIA COM A D.P. EMPÓRIO?

ANDERSON POTT - Minha parceria como consultor fixo é trazer maior e melhor rendimento em produtos. A empresa DP Empório é muito forte e conhecida pelo granel. Nós queremos ser fortes na cultura de vinhos e queijos. Ter um Sommelier à disposição ajuda muito aos consumidores que são carentes de informação de consumo, como comprar o melhor, qual atende melhor em cada ocasião.

JE - COMO É TRABALHAR PARA UMA EMPRESA DA CEAGESP?

ANDERSON POTT - É algo novo, a Ceagesp é sempre uma loucura, muita gente vinda de todo o Brasil. Muita gente batalhadora, aprendendo muito. E a empresa que trabalho é uma das melhores que já trabalhei. Equipe boa, bem integrada, uma empresa que proporciona ótimas condições de trabalho, respeita seus colaboradores, somos tratados com carinho.



Uvas na Ceagesp: Diversidade e qualidade





PRIMEIRA UVA GOURMET DO BRASIL É DE SÃO PAULO

Pilar do Sul, na região de Sorocaba, contou com um sábado especial. No dia 25 de janeiro, foi realizada, pelo segundo ano consecutivo e com a presença de 300 pessoas, a segunda cerimônia de colheita da uva Pilar Moscato, a primeira uva gourmet do Brasil.

A ação teve como objetivo agradecer a natureza pela boa safra e pedir aos Deuses uma colheita farta, que tem início em janeiro e segue até o fim de abril. Após quase 10 anos de pesquisas realizadas por integrantes da Cooperativa Agroindustrial APPC (Associação Paulista de Produtores de Caqui), que conta atualmente com 35 cooperados, surgiu, em 2015, a uva Pilar Moscato.

Essa variedade nasceu da necessidade mercadológica de oferecer produto de excelência, qualidade e total segurança aos consumidores. Hoje, a Pilar Moscato é o carro chefe dos produtos comercializados pela APPC, entre eles caqui, ameixa, atemoia, decopom, entre tantas outras frutas.

“Tenho orgulho de afirmar que esta variedade foi a primeira uva gourmet lançada no mercado brasileiro, produto esse norteador das fruticulturas paulista e brasileira. Com isso, paradigmas até então vigentes nesta cadeia foram quebrados: enquanto antes pensava-se ape-

nas em quantidade, hoje há uma busca incessante pela qualidade do produto. Qualidade esta que pode ser traduzida em sabor, coloração, tamanho e principalmente segurança”, emociona-se Paulo Toyoda, vice-presidente da Cooperativa, que enaltece a importância deste trabalho para a permanência dos jovens nos campos, para a geração de empregos e o progresso da nação brasileira.

E por que esta uva é considerada tão especial a ponto de integrar o mercado gourmet? Seus principais diferenciais são a aparência, com bagos grandes, brilhantes e sem sementes, e o sabor bastante adocicado.

“Antes da colheita, analisamos cada cacho que deve estar com no mínimo 18 brix (grau de doçura da fruta) contra 14 graus brix das uvas tradicionais e todo o processo — do plantio à colheita — tem acompanhamento técnico integral, proteção e cuidados especiais em todas as etapas de cultivo”, explica Claudio Shoitlito, presidente da APPC.

BRASIL AUTORIZA IMPORTAÇÃO DE UVA DO EGITO

Após o Egito abrir o mercado para os produtos lácteos brasileiros, o Brasil irá iniciar o processo de importação de uva e alho egípcios. A decisão foi comunica-

da no dia 15 de setembro, pela ministra Tereza Cristina (Agricultura, Pecuária e Abastecimento) em reunião com o ministro da Agricultura e Recuperação de Terras do Egito, Ezz el-Din Abu Steit, no Cairo.

Em discurso, a ministra ressaltou que 75% das exportações para o Egito estão concentradas em carne bovina, açúcar e milho, e que a pauta agrícola entre os países pode ser diversificada, com a venda de café e suco de frutas, por exemplo. “O potencial de comércio e investimentos entre Brasil e Egito é enorme e precisa ser aprofundado”, afirmou.

Tereza Cristina destacou que a produtividade da agropecuária brasileira cresceu significativamente nas últimas décadas, caminhando junto com a sustentabilidade. Quanto às queimadas na Amazônia, está é uma preocupação do governo federal, assim como dos produtores rurais, e medidas de combate estão sendo tomadas.

“O Brasil nunca deixou de reconhecer a gravidade da questão [das queimadas]. Entretanto, associá-la à produção agropecuária brasileira é um oportunismo criminoso. O que é preciso fazer, e está sendo feito, é identificar e punir os verdadeiros culpados. A preservação ambiental é uma preocupação não ape-

nas do governo brasileiro, mas dos próprios produtores rurais”.

E declarou que a ambição do país “é continuar a divulgar a imagem internacional da agricultura brasileira, de forma a apresentá-la a parceiros exatamente como ela é: inovadora, dinâmica, responsável, lucrativa e sustentável”. Segundo o presidente da Federação das Câmaras Egípcias de Comércio, Ibrahim Al-Arabi, 11% dos produtos alimentícios consumidos no Egito são provenientes do Brasil.

Para ele, é preciso fortalecer a logística e o transporte para ampliar a relação bilateral. Ele mencionou o acordo de livre comércio com o Mercosul, firmado em 2010, como forma de favorecer os negócios.

“Os ventos da Primavera trouxeram mais investimentos para o Egito e o Brasil é parceiro neste caminho”. Já o presidente da Câmara de Comércio Árabe-Brasileira, Rubens Hannun, defendeu menos burocracia nas exportações, custos mais baixos e prazos menores nos trâmites. No último dia 5, de acordo com ele, a Liga dos Estados Árabes abriu linha direta de diálogo com o Brasil, especialmente o Egito.

EMPRESA BRASILEIRA É DESTAQUE NAS VENDAS DE VINHOS NACIONAIS

A Bra.Wine foi iniciada recentemente, em novembro de 2020, sendo uma empresa que atua no e-commerce. A proposta do empreendimento é muito diferente do mercado atual, com o direcionamento voltado exclusivamente, na carta de vinhos e espumantes 100% nacionais, e com o propósito de desmistificar a ideia de que somente o importado é um produto bom e de qualidade. Assim difundindo e divulgando o que há de melhor no País.

A empresa brasileira surgiu, em plena ascensão da pandemia da Covid-19, mas através de um planejamento estratégico e adequado foi possível iniciar as atividades de uma forma consciente.

“Estávamos cientes de que o consumo de vinhos na pandemia havia aumentado, e também que as compras via Internet eram uma alternativa inteligente para as pessoas manterem o distanciamento social. Foi e está sendo uma aposta, mas que vem sendo construída com muito carinho e robustez. Temos ciência de que o crescimento se dá com muito trabalho e que a confiança vem com o tempo”, mencionou Ligia Borsato, diretora proprietária da Bra.Wine.

Já inserida nas plataformas digitais, o que contribuiu para o fortalecimento e exposição da marca, a dinâmica com o cliente, a distribuição ágil para todo o Estado de São Paulo, por exemplo, a empresa utiliza essas ferramentas como o seu diferencial.

Vale ressaltar que o comportamento do consumidor mudou drasticamente, por conta das medidas de prevenção do coronavírus. Comprar pela internet, tornou-se uma necessidade e uma forma de aquisição que veio para ficar. A tática não é só comercializar e entregar de uma forma eficaz, mas levar a cultura da bebida e informações.

“Estamos crescendo organicamente, mês a mês, com o trabalho em redes

sociais e Internet, que visam levar informações sobre nossos melhores produtos, bem como responder questionamentos sobre harmonização, além de levar curiosidades sobre os diversos métodos de produção de vinhos e espumantes”, destacou Ligia Borsato.

As vendas de vinhos nacionais, em 2021, na Bra.Wine foi conforme o planejado pelos organizadores. Já para esse ano, o cenário continua e ainda é bem animador.

“A expectativa para 2022 é que as vendas aumentem após consolidação da marca e do e-commerce como algo confiável, através dos eixos de entrega rápida e de oferecer um serviço diferenciado, proporcionando curadoria. Desta forma, criamos uma experiência que não é simplesmente entregar os produtos em tempo ágil. Entregamos junto com os vinhos, informações enológicas, sugestão de serviço e até harmonização dos produtos”, disse Ligia.

O cenário econômico para o segmento é analisado de perto pela empresária que aposta no crescimento, por diversos fatores comportamentais e governamentais.

“Com relação às perspectivas do mercado do vinho, após a liberação da circulação de pessoas, a retomada dos eventos e encontros com os amigos: o vinho conquistou muitas pessoas na pandemia, por ser uma bebida que acompanha o alimento e também porque as pessoas perceberam que há vinhos e espumantes para todas as ocasiões: há aqueles mais jovens, propícios para se beber no dia a dia, há os vinhos que combinam bem com momentos descontraídos entre amigos e há vinhos que abrilhantam ainda mais uma ocasião especial! Sempre tem um vinho certo para o seu momento de vida!”, finalizou.



ANUÁRIO ENTREPOSTO DIGITAL:

FÁCIL, ONLINE, E GRÁTIS!



ACESSE:

www.anuarioentreposto.com.br