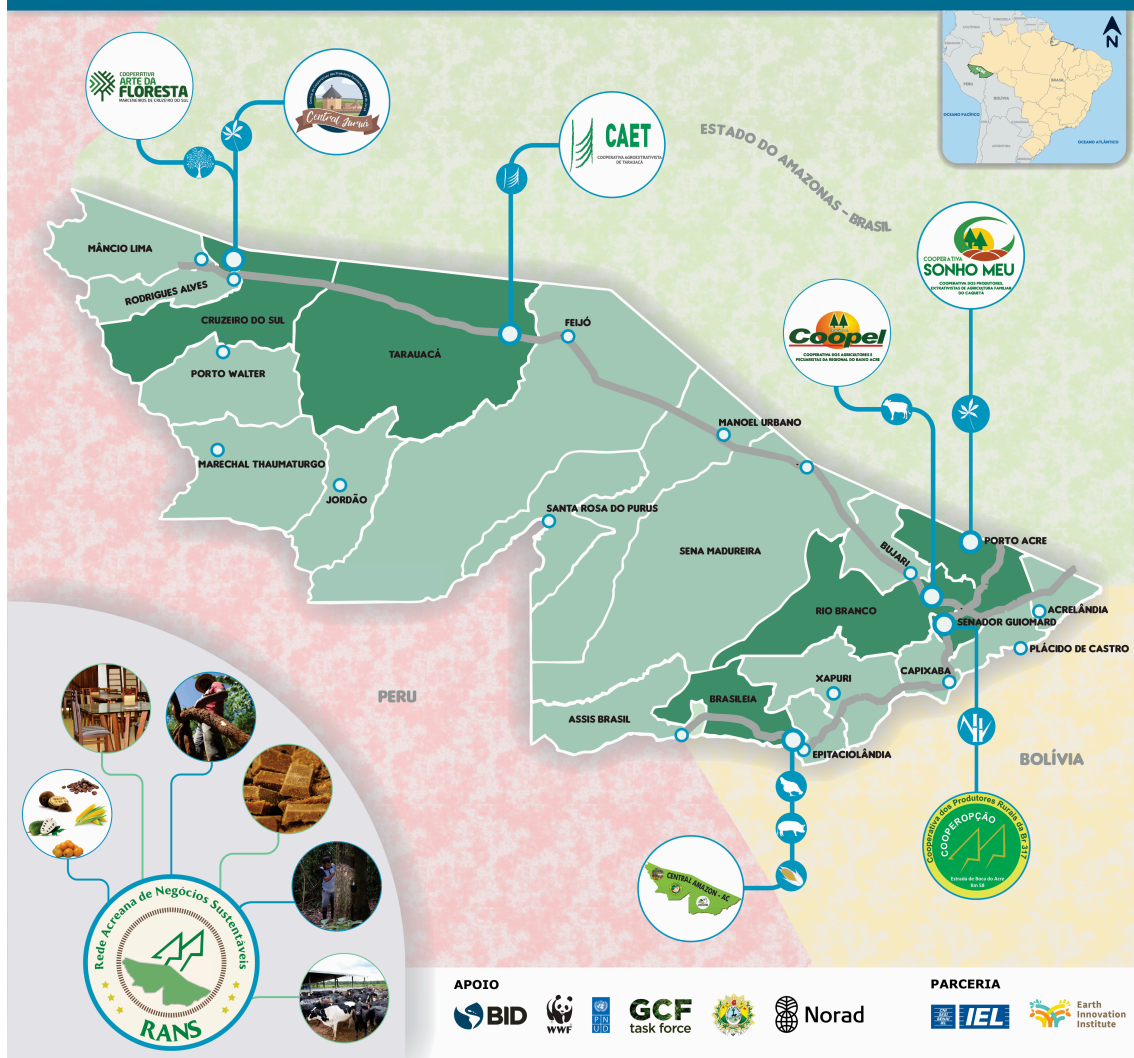


# RELATÓRIO

## ENCONTRO

04 ABRIL 2019  
RIO BRANCO - AC

## DIÁLOGO PARA FUTUROS NEGÓCIOS DO ESTADO DO ACRE



LOCAL DO EVENTO – RIO BRANCO, Hotel Nobile Suítes Gran Lumni

Rio Branco – Abril 2019

## **ENCONTRO DE DIÁLOGO PARA FUTUROS NEGÓCIOS DO ESTADO DO ACRE**

**Objetivo geral do encontro:** Identificar oportunidades comerciais às cooperativas do Acre, trazer um diálogo entre os dois componentes. “Produtores e empresários”.

**Objetivo específico do encontro:** promover a conexão entre os empreendimentos e produtores para desenvolver oportunidades de negócios, com vistas à ampliação e agregação de valor dos produtos de baixas emissões.

**Participantes:** EII, WWF, Cooperativas locais, IMC, SEMA, SEET, SEICT, SEPLAN, Supermercados Araújo, Mercale e Café Contri.

**Palestrantes:** Dr. Carlito Cavalcanti – IMC, Luzivan de Melo Lopes – RANS, Adem Araújo - Supermercado Araújo, Cássio Gerônimo – Cooperacre, França Frysthm da Silva - Supermercado Mercale, Beto Moreto - Café Contri.

**Moderadora** – Elsa Mendoza/EII

**Relatoria** – Charles Henderson/IMC

### **Abertura e componentes da mesa:**

- Atila de Araújo Magalhães, representante do Meio Ambiente
- Carlito Cavalcanti, Diretor do IMC
- Nazaré Macedo Coordenadora do Programa de Tutoria
- Elsa Mendoza, Coordenadora do EII – Acre
- José Luiz Gondim, representante da SEICT
- Rocio Chacchi Ruiz, representante WWF
- Marjha Braga de Souza Representante do IEL
- Luzivan de Melo Lopes, Representante da RANS
- Erlailson Costa dos Santos Coordenador do PDSA

(Nazaré/Tutora RANS) – Menciona a importância de se criar parcerias entre os envolvidos e buscar apoios não fragmentados a longo prazo.

(Luzivan/RANS) – Falou da criação da rede em Cruzeiro do Sul, e comentou que seus produtos devem ser reconhecidos e melhor comercializados para continuidade do projeto

(Atila/SEMA) – Comentou sobre a importância da organização para avanço do desenvolvimento e que a SEMA vem contribuindo neste processo com apoio a produtos não madeireiros comercializados. Promover o desenvolvimento sustentável dentro dos nichos sustentável para agregar renda e melhoria da produção.

(José Gondim/SEITC) – É necessária eficiência na aplicação dos recursos públicos, a REDE vem ajudando na estratégia de produção sustentável. O gargalo são os recursos a ser transferido as entidades e que o estado estar em uma reestruturação para melhorar os incentivos.

(Dr.Carlito/IMC) – Mencionou a importância do evento para o diálogo dos atores, e que não é simples fazer algo relevante para que no final der certo, O diálogo é fundamental principalmente para o reconhecimento dos atores envolvido, é necessário que se tenha o conhecimento de que os recursos são finitos, e que agora temos que produzir com baixas emissões para vida do planeta, o mercado começar a exigir produtos inseridos neste contexto. E que o caminho é este e que o governo está com estas visões.



## **Apresentações:**

### **Política para Negócios Sustentáveis no Estado do Acre –**

- (Dr. Carlito Cavalcanti/Diretor do IMC) - Explanou sobre a política do SISA e informou que o ela, não é a política de desenvolvimento econômico acreano, a política de desenvolvimento do Acre é o agronegócio com qualificação da produção com baixas emissões. E que o SISA mediante seu alinhamento com políticas internacionais e nacionais, tem investimentos como o Programa REM para apoiar o desenvolvimento de políticas de redução de emissões.

## **Painel I**

### **1. Dos Empreendimentos – Lançamento RANS**

- (Luzivan/RANS) - informou sobre a criação da RANS como se deu e o porquê, criada em 2018, onde, inicialmente foi feito um diagnóstico e um intercâmbio até chegarem num denominador comum para criação da REDE. Participam 13 cooperativas de vários municípios do estado Acre, com objetivo de empreendimentos para gerir melhor os produtos que estão vinculados a estes atores.

### **2. Dos Empresários:**

#### ***O segredo para um produto chegar às prateleiras de um supermercado***

- (Adem Araújo/Supermercados Araújo) - Comentou sobre a importância para o desenvolvimento dos produtos do pequeno negócio, e que eles precisam estar inseridos no tripé do produto: qualidade, preço e perenidade. Citou como exemplo alguns produtos inseridos no contexto que tem um grande potencial de mercado, mas que ainda precisam ser melhorados.

Ex: Açaí, precisamos avançar para se ter um produto com melhor qualidade, goma de tapioca se tem muita demanda, podemos avançar ainda mais na oferta deste produto,

Inserir novos produtos de tendências, são oportunidades de negócio com produtos regionais. Ex: público veganos e vegetarianos. O desafio é superar a falta de opção para ofertas de produtos saudáveis.

Os produtos devem seguir alguns requisitos, precisamos de produtos com código de barra e produtos aptos a entrar no supermercado ex: rótulo etc.

#### ***Desafios de comercializar produtos não madeireiros***

- (Cássio Gerônimo/Gerente comercial – Cooperacre) – O principal produto e o cargo chefe da Cooperacre é a castanha com potencial de mercado tanto na Europa quanto na Ásia, mas o foco é o mercado interno. Criada em 2001 com participação de 150 família com o propósito de comercialização mais eficiente dos produtos de seus cooperados, hoje ela atende 2000 famílias diretas e indiretas aproximadamente 3000 famílias.

Sua produção visa valor agregado no contexto de responsabilidade ambiental e conservação da floresta. A entrada da Cooperacre no mercado da castanha tornou o produto competitivo no mercado com o Peru e Bolívia.

A Cooperacre vem trabalhando para que no futuro possa oferecer um produto de açaí com melhor qualidade em uma forma pastosa com visão de acesso a um mercado europeu.

O desafio é alcançar mercados que valorize mais a floresta entre outras perspectivas.

### ***Como levar produtos ao consumidor final***

- (França Frysthm/Supermercado Mercalle) – relatou que é necessário se fazer estudos de nível de organização dos atores no mercado, e que este produto deve seguir 2 etapas para chegar no consumidor final.

1° etapa - é a organização dos fornecedores dos produtos regionais, o produto tem que ter viabilidade para ser oferecido no varejo com suas devidas informações e norma para chegar ao varejo do supermercado.

2° etapa - o produto a ser oferecido tem que ter viabilidade de preço e acessibilidade para negociação. A embalagem é imprescindível para o fornecimento do produto e deve estar bem adequada para o tipo do produto que se vai oferecer.

Pontos críticos é a falha na fiscalização de produtos no mercado de acesso livre (feira etc.), mas no supermercado é muito eficiente.

### **Perguntas e próximos passos:**

Luciana/Café Contri – nos acreanos temos que valorizar os produtos locais, como fazer para remunerar melhor o produtor? Adem – diversificar os produtos inovando pode ser uma alternativa. França - a organização, e cobrar o governo por incentivos.

Carlito/IMC – câmara setorial na questão fiscal, encaminhar isso para as pessoas corretas, temos que criar um ambiente de negócio favorável.

Jalícia/SEET – Certificação dos produtos, precisamos ficar atentos e nos organizarmos para introdução dos produtos no mercado com certificação.

## Painel II

### 1. Dos Empresários:

#### *A experiência de ser empresário no Acre*

- (Beto Moreto/Café Contri) – informou que sua indústria, se preocupa com o meio ambiente, mas que nossas leis são desestimuladoras e isso é difícil. ex: ICMS do Alto Acre muito menor que da região do Baixo Acre.

Antigamente nossa indústria produzia 16 kg de café para pagar 1 salário mínimo, agora são necessários 64 kg. A superação estar no avanço com produção com introdução de tecnologias pode parti de 30 sacas para 200 sacas de café por hectare.

Mencionou que os principais desafios para sua indústria, é a entrada de produtos de café clandestinos que entram no Acre por ramais e que com isso o Estado não arrecada. E que a fiscalização só funciona para alguns, pois aqueles que não tem um endereço fixo ou que estão na clandestinidade, não são fiscalizados.

Participantes :

