

Em busca de sustentabilidade



A PepsiCo iniciou o rastreamento ambiental das batatas usada nos produtos na América do Sul. No Brasil, começa a ser feito em 2011, diz Jorge Tarasuk, vice-presidente da empresa. Página B14

Sustentabilidade Múlti quer dados sobre água, solo e mata de produtor

Programa da PepsiCo vai rastrear batata sul-americana

Bettina Barros

De São Paulo

Em uma iniciativa inédita no Brasil e em suas operações no mundo, a PepsiCo deu início neste mês a um amplo processo de rastreamento ambiental de seus produtores de batatas na América do Sul. Até o fim do ano que vem, a multinacional terá em mãos dados como a qualidade de solo, água e das florestas nativas das propriedades de cada um de seus 320 fornecedores na região.

A ação faz parte da estratégia de sustentabilidade do grupo, iniciada dentro da empresa e que agora se estende à cadeia produtiva. Se tiver sucesso, a iniciativa será estendida a outras culturas — como aveia, trigo, água de coco e palma — e servirá de modelo para as subsidiárias da PepsiCo.

“Antes, o foco dos nossos agrônomos era a produtividade. Agora é a sustentabilidade”, diz Jorge Tarasuk, vice-presidente de Operações da PepsiCo Divisão Alimentos para a América do Sul, em entrevista ao **Valor**. “Temos obrigação de atuar nessa área”.

A obrigação, nesse caso, é resultado do chamado “Desempenho com Propósito”, o marco estratégico adotado pela companhia em 2007 e que deu origem à mudança de viés dos negócios.

Para tanto, a múlti americana contratou uma empresa brasileira de rastreabilidade para fazer o diagnóstico dos produtores. A diferença é que o mapeamento irá

além dos tradicionais questionamentos sobre volume de aplicação de defensivos e produtividade no campo. Tão ou mais importante é saber se os fornecedores seguem a legislação ambiental e trabalhista de seus respectivos países — em outras palavras, quão sustentáveis eles são.

Com faturamento mundial de US\$ 60 bilhões em 2009 e uma fatia significativa do mercado de salgadinhos, a PepsiCo detém as marcas de batatinhas Rufles e Namesa (Elma Chips) e Lucky.

A empresa tem atualmente 320 fornecedores na América do Sul. No Brasil, onde estão as maiores lavouras, são 18 fornecedores, localizados sobretudo em Minas Gerais. Chile e Argentina respondem por mais 25 fornecedores e o restante está pulverizado nos países andinos, com agricultura de menor escala. Juntos, eles fornecem 230 mil toneladas de batatas por ano à companhia.

Segundo Thomas Eckschmidt, diretor de desenvolvimento de novos projetos da PariPassu, empresa com sede em Florianópolis (SC) que realiza a rastreabilidade, o diagnóstico inclui o georreferenciamento das propriedades rurais — o mapeamento via satélite —, ferramenta indispensável para saber com precisão a localização não só da propriedade, mas de seus recursos naturais.

O projeto, que terá investimento de US\$ 200 mil, já foi finalizado na Colômbia e no Peru, e até o fim

do ano será concluído na Argentina, Venezuela, Chile e Equador. No Brasil, o trabalho será feito ao longo de 2011.

A rastreabilidade não é compulsória, diz Tarasuk. Mas para obter a adesão total, os agrônomos da PepsiCo iniciaram visitas técnicas para esclarecer os produtores sobre os benefícios do projeto. Cuidar da água, do solo e das florestas, afinal, é uma forma de garantir a sobrevivência das lavouras. E isso tem impacto direto na rentabilidade do produtor. “O programa não é obrigatório. Mas se o produtor não quiser dar visibilidade, a gente vai ficar desconfiado”, afirma Tarasuk.

De acordo com o executivo, não foram encontrados problemas com os fornecedores mapeados até agora. No caso de irregularidades, a empresa esclarecerá os produtores, com apoio de organizações e governos locais.

“A sustentabilidade só existe se ela é aplicada à cadeia inteira. É o mesmo conceito do gado que está em área de desmatamento na Amazônia. A PepsiCo quer que a sua batata não tenha esse tipo de interferência”, diz Eckschmidt. “Essa rastreabilidade muda totalmente a maneira de reportar a sustentabilidade. É o que chamamos de transparência radical”.

Em um primeiro momento, as informações socioambientais recolhidas serão para interesse interno da empresa. A ideia, no entanto, é disponibilizá-las também ao consumidor no futuro.

Empresa cria novo centro de pesquisa

De São Paulo

A PepsiCo fará investimento de US\$ 3 milhões ao longo dos próximos três anos na criação do Centro de Desenvolvimento Agrícola no Peru (Cedap), no Peru. Primeiro do gênero na América Latina, terá como foco o desenvolvimento de novas variedades de batatas, tubérculos e raízes.

De acordo com Jorge Tarasuk, vice-presidente de Operações da PepsiCo Divisão Alimentos para a América do Sul, o aprimoramento genético possibilitará melhorar a produtividade das colheitas. Nos países andinos, o objetivo é elevar do patamar atual de 18 toneladas por hectare a 30 toneladas hectares. “É um trabalho de oito, dez, doze anos”, diz o executivo. Segundo ele, US\$ 600 mil serão aplicados anualmente em pesquisas científicas.

É a terceira iniciativa da PepsiCo desse gênero no mundo. Nos EUA, o

Rastreabilidade da batata

Países incluídos no projeto da PepsiCo



Centro de Pesquisa e Desenvolvimento Agrícola de batatas da companhia foca o desenvolvimento de variedades adaptáveis a zonas temperadas. Já na Europa, a múlti tem uma parceria com a Universidade de Cambridge para a pesquisa agrícola.

Segundo a Associação da Batata Brasileira (Abba), a produção média de batata no Brasil é de 2,5 milhões de toneladas por ano. São plantados anualmente cerca de 100 mil hectares. “A produção tem se mantido estável, porém o número de produtores vem se reduzindo anualmente”, diz Natali-

no Shimoyama, gerente-geral da Abba. No entanto, como a produtividade tem aumentado, o nível de produção não foi alterado. “Na década de 80 e 90 a produtividade era de menos de 15 toneladas por hectare. Atualmente, a produtividade é superior a 25 toneladas por hectare”.

A produção de batatas ocorre ao longo de todo o ano e ocorre basicamente em sete Estados — Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Goiás e Bahia. Minas Gerais representa 40% da área nacional. (BB)

Valor Econômico - SP

Programa da PepsiCo vai rastrear batata sul-americana

Caderno: Empresas - Página: B14

Publicado: 30-08-2010



CLAUDIO BELL/VALOR

Jorge Tarasuk, da PepsiCo: "Antes o foco dos nossos agrônomos era a produtividade. Agora é a sustentabilidade"