

# O ARROZ



Boletim da Associação Nacional dos Industriais de Arroz  
ANIA



## XII ENCONTRO NACIONAL DOS INDUSTRIAIS DE ARROZ

ANO IV - N.º 8 - Janeiro/Fevereiro/Março de 1999



## Importações e Exportações Portuguesas de Arroz Janeiro a Março de 1999

Arroz	Importações/Entradas			Arroz	Exportações/Saídas		
	Quantidades	Valor	Import.		Quantidades	Valor	Export.
Países	(toneladas)	(contos)	ESC/KG	Países	(toneladas)	(contos)	ESC/KG
Guiana	9.813,347	638.880,431	65\$	Holanda	1.560,690	105.307,281	67\$
Espanha	6.170,097	515.438,114	84\$	Bélgica-Luxemburgo	232,571	15.954,436	69\$
A. Holandesas	2.642,218	234.759,227	89\$	Espanha	124,296	6.642,615	53\$
Itália	2.628,390	259.617,048	99\$	Angola	53,650	8.828,958	165\$
França	2.054,485	160.015,649	78\$	França	13,248	1.935,089	146\$
Suriname	1.082,966	77.047,234	71\$	Nicarágua	10,000	1.000,000	100\$
Uruguai	43,008	4.914,192	114\$	Luxemburgo	7,705	1.386,710	180\$
Bélgica-Luxemburgo	31,623	8.250,743	261\$	Alemanha	5,189	956,914	184\$
Índia	20,700	4.236,176	205\$	Suíça	2,760	595,224	216\$
Alemanha	11,250	2.445,189	217\$	S. Tomé e Pr.	2,360	174,720	74\$
Reino Unido	8,874	3.119,107	351\$	Reino Unido	0,955	196,142	205\$
Canadá	2,020	460,229	228\$	A. P. Bord.	0,668	101,454	152\$
Holanda	0,798	94,528	118\$	Guiné Bissau	0,450	49,350	110\$
Dinamarca	0,000	0,000		Andorra	0,160	24,960	156\$
Grécia	0,000	0,000		Cabo Verde	0,143	31,668	221\$
Argentina	0,000	0,000		Itália	0,000	0,000	
Tailândia	0,000	0,000		República do Congo	0,000	0,000	
Vietname	0,000	0,000		Uganda	0,000	0,000	
Singapura	0,000	0,000		Mocambique	0,000	0,000	
Japão	0,000	0,000					
<b>Total</b>	<b>24.509,776</b>	<b>1.909.277,867</b>	<b>78 \$</b>	<b>Total</b>	<b>2.014,845</b>	<b>143.185,521</b>	<b>71 \$</b>
%	92,4%	93,0%		%	7,6%	7,0%	
(Import.-Export.)	22.494,931	1.766.092,346		(Export.-Import.)	-22.494,931	-1.766.092,346	



# Editorial



Os últimos anos foram marcados por uma catadupa de transformações que influenciaram de forma decisiva a evolução da Indústria do Arroz, não só em Portugal mas também no resto da UE. Houve empresas que fecharam, outras que foram absorvidas e outras ainda que, para sobreviverem, tiveram que mudar tudo, desde os

métodos de trabalho, aos processos de transformação, à organização interna, ao posicionamento de mercado, etc.

O mundo hoje é uma constante mudança, exigindo uma grande capacidade de adaptação por parte de pessoas e organizações. Diria mesmo que a principal qualidade que podemos ter actualmente é exactamente a capacidade de saber mudar face a uma alteração externa, ter essa capacidade é determinante para o nosso sucesso. Trata-se de um processo idêntico ao da evolução das espécies em que, face a um ambiente altamente competitivo, só as que melhor se souberem adaptar a ele sobreviverão.

Começam desde já a configurar-se no horizonte novas transformações decorrentes da nova reforma da OCM (Organização Comum do Mercado) as quais terão um impacto fortíssimo no futuro das nossas empresas caso venham a ser aprovadas. Face a isto, a UARCE (Associação da Indústria Arrozeira Europeia) depois de se reorganizar em torno da NERMA (Associação dos Países Não-Produtores) e da CORISE (Associação dos Países Produtores) tem vindo a lutar para tornar mais eficaz a tomada de decisões e a actividade de “lobbying” junto das instâncias comunitárias. É dentro desta conjuntura, que interessa esclarecer a posição que a ANIA deve defender perante a CORISE e a UARCE com vista a acautelar o futuro das nossas empresas. Depois de negociações havidas entre os seus membros, dos quais a ANIA faz parte, a CORISE vai propor à UARCE as seguintes medidas:

*Primeira medida* - Manutenção da área cultivada a arroz na União Europeia. A área cultivável de 427.623 hectares, especificada na OCM de 1995 (excluindo a Guiana Francesa), representa a soma das áreas máximas de cada Estado-membro durante o período de referência 1990-94. Esta área foi estabelecida de modo a permitir a introdução de uma compensação ao produtor por hectare cultivado. Actualmente, este limite não tem sido atingido, embora as diferenças sejam insignificantes. De qualquer forma, isto mostra que não será viável uma expansão da área cultivada na UE. O cultivo do arroz é extremamente influenciado pela natureza dos terrenos e do clima, assim como da disponibilidade de água, que cada vez é menor em certas zonas. Por outro lado, é possível que o consumo de arroz na UE venha a aumentar, devido a diversos factores: Expansão da UE a países não produtores; Diversificação do consumo devido à unificação de mercados distintos e comunicação entre povos com hábitos alimentares diferentes; Aumento da imigração de povos de baixos rendimentos e habituados a consumir bastante arroz. Este potencial de aumento do consumo encoraja a que se mantenham os limites estabelecidos para a área cultivada. Espera-se igualmente um aumento de consumo de arroz em todo o mundo, devido ao aumento de população expectável e ao facto do arroz ser um alimento saudável. Simultaneamente com a manutenção da área cultivada, é essencial dirigir a produção para os tipos de arroz mais procurados pelo consumidor, de modo a diminuir a nossa dependência em relação a países terceiros. De modo a que a lógica da produção seja orientada para o consumo, é fundamental acabar com os mecanismos regulado-

res artificiais que só a prejudicam;

*Segunda medida* - Manutenção do sistema baseado no princípio do preço de intervenção para proteger a produção orizícola europeia. Cerca de 400 milhões de toneladas de arroz são produzidas anualmente em todo o mundo. O comércio inter-países é responsável apenas por 20 milhões, ou seja 4% da produção total. Qualquer pequena variação na produção total tem assim um grande impacto nas variações de preço do produto comercializado internacionalmente, afectando a rentabilidade dos produtores dos Estados Unidos e da União Europeia. Só através da estabilidade de preços, garantida no caso da UE, por um preço de intervenção mínimo se garantirá a sobrevivência da orizicultura nestas zonas do globo. Além disso, manter o preço é essencial para garantir um sistema diferenciado de taxas de importação que proteja o mercado doméstico de importações de arroz nos vários estágios de processamento. Para além de taxar o arroz em casca, é também necessário taxar o arroz em película e branqueado de modo a garantir a sobrevivência da Indústria Arrozeira, quer em países produtores, quer em países importadores;

*Terceira medida* - Redução dos preços internos de modo a aproximarem-se dos níveis mundiais. A redução dos preços internos através de um decréscimo significativo do preço de intervenção é necessária para: Aumentar a competitividade da UE no mercado global; Simplificar o sistema aduaneiro de modo a evitar a evasão fiscal e a declaração fraudulenta das características do produto; Reduzir o interesse de países terceiros no mercado comunitário; Promover um aumento de consumo interno de arroz, face a produtos competidores como massas, batatas e pão; e Aumentar o potencial de exportação para países terceiros;

*Quarta medida* - Simplificação do sistema de taxas de importação de modo a tornar a aplicação das taxas infalível e imparcial. O sistema actual de taxas de importação é complexo e conduz a incertezas, desigualdades, evasão e fraude. O sistema de preços limiar não contempla a segmentação do mercado de arroz, nivelando os preços dos vários tipos de arroz existentes no mercado europeu. Além disso, tem sido extremamente difícil aplicar medidas de prevenção da evasão de taxas as quais foram, de qualquer modo, inúteis. Um sistema baseado em taxas fixas evitaria estes problemas e eliminaria a desigualdade de tratamento entre empresas. Muitas situações de favor se verificaram, as quais não podem ser toleradas. Por outro lado, é fundamental que regimes de excepção não continuem a proliferar. Ultimamente, apenas 30% das importações foram feitas debaixo do regime normal de taxação, tendo 70% sido feitas praticamente isentas de taxas. Só através de um nivelamento com os preços mundiais se eliminarão estes regimes de importação especiais. Estes problemas derivados do regime de importações existente impedem as empresas de planearem as suas actividades a médio e longo prazo, impedindo a optimização da sua operação.

Estas quatro medidas, constantes da proposta da CORISE, parecem-me de tal maneira importantes para a vida das nossas empresas, que urge fazer um debate alargado entre todos os intervenientes da fileira, industriais, produtores e outros, para que os seus interesses e os do país venham a ser acautelados. Só através desse debate se poderá determinar quais as medidas mais correctas a defender durante as negociações que se avizinham.

Ernesto Morgado

Presidente da Direcção da ANIA.



## Em Destaque

Notícias do Mundo

Observatório FAO  
Mercado Mundial do Arroz  
Fevereiro de 1999

XII Encontro Nacional  
dos Industriais de Arroz  
(Quinta da Beloura Golfe - 05/03/99)

## Índice

Comércio Externo de Arroz em Portugal .....	2
Editorial .....	3
Destaque, Índice .....	4
Notícias do Mundo .....	5
Observatório FAO Mercado Mundial do Arroz Fevereiro de 1999 .....	8
XII Encontro Nacional dos Industriais de Arroz .....	9
Receita de Arroz “Arroz com queijo ralado” .....	15

## Ficha Técnica

Boletim da Associação Nacional dos Industriais de Arroz - ANIA  
Publicação Regular - ANO IV - N.º 8 - Janeiro/Fevereiro/Março de 1999  
Tiragem: 100 exemplares  
Direcção do Boletim: Ernesto Marques Morgado  
Edição e Propriedade: ANIA - Avenida da República, N.º 60, 5.º Esq.º - 1050-197 Lisboa  
Telefones: +351-1-781 58 40  
Fax: +351-1-781 58 45  
E-mail: [ania@ania.pt](mailto:ania@ania.pt)  
URL: <http://www.ania.pt>  
Coordenação e Redacção: Pedro Silva e Pedro Monteiro  
Produção e Execução Gráfica: ANIA



# Notícias do Mundo

## **Actualidade Comunitária**

O EURO entrou em vigor em 01 de Janeiro de 1999. As taxas de conversão, entre as moedas da zona euro foram fixadas irrevogavelmente pelos seus Estados-membros. As taxas de conversão agrícolas (TCA) para esses mesmos países desapareceram na mesma data. Em aplicação da regulamentação comunitária, foi decidido que 1 ECU = 1 EURO. Assim, os diferentes elementos financeiros de cálculo da PAC expressos quer em EURO quer em ECU serão convertidos pela taxa de conversão fixa de cada país. Para Portugal a taxa de conversão irrevogável é: 1 EURO = 200\$482.

## **JAPÃO / EUA**

“Os consumidores japoneses estão descontentes com o arroz americano”, segundo o ministro da Agricultura japonês. “Os EUA deverão aumentar os seus esforços para ganharem mais consumidores japoneses se quiserem aumentar as suas exportações para aquele país”.

## **França - Programa Fileira Biológica**

A ONIC, Organismo Nacional Interprofissional dos Cereais, concedeu 1 milhão de francos (30.563,30 contos) aos cinco primeiros dossiers dos cereais “bio”. A ONIC lançou um programa de apoio à fileira cerealífera “bio”, para dar resposta à procura crescente dos consumidores mas também aos industriais da fileira virados para as tecnologias biotecnológicas. Os cinco primeiros dossiers foram examinados até ao fim de Novembro e beneficiaram de auxílio global de 1 milhão de francos.

## **Indonésia - Diversificar a alimentação de base**

A Indonésia deverá procurar um produto alimentar de base alternativo ao arroz devido à estagnação da produção que se deu com a recente crise económica, estima um perito indonésio. Existem culturas alternativas, ao arroz, como o milho, a mandioca

e a batata doce. O consumo per capita de arroz da Indonésia atinge 135 kg/ano. Segundo este perito é necessário fazer baixar o consumo per capita de arroz para assim se baixar as importações deste produto. A Indonésia importou em 1998 cerca de 4 MT (milhões de toneladas) de arroz e em 1999 deverá importar cerca de 5 MT.

## **UE / CEI - Abertura de uma adjudicação de ajuda alimentar à Rússia em 02 de Fevereiro**

A UE abriu uma adjudicação em 02 de Fevereiro para fornecer gratuitamente 15.000 Ton. de arroz a título de primeira tranche da ajuda alimentar à Rússia. Assim, as 15.000 Ton. serão divididas em três fracções de 5.000 Ton. cada, tendo como origem os organismos de intervenção da Espanha, da Itália e da Grécia.

## **França - Orizicultura sindicaliza-se contra a crise**

Produtores, armazenistas e industriais franceses acabam de se reunir no seio de uma nova associação. O “Sindicato dos Orizicultores de França e Fileira”. O objectivo é relançar uma economia orizícola em crise. O conjunto da fileira, produtores, armazenistas, mas também grandes industriais, federaram-se em torno de uma política comum. Esta iniciativa marca um ponto de viragem, já que os diferentes sectores de actividade tinham a tendência histórica em se opor consecutivamente. A união faz a força e o novo Sindicato tem os poderes necessários para delinear uma política comercial para a fileira. Tratar-se-á de controlar a produção mas também o armazenamento e a comercialização do arroz sob o rótulo/marca comum “Arroz da Camarga”. Este rótulo foi criado com o intuito de reconquistar o mercado de arroz francês face à concorrência do arroz estrangeiro americano e asiático. Os grãos mais longos ou perfumados deverão substituir os grãos médios e redondos tradicionais. Para o Sindicato, trata-se de re-

novar a imagem do arroz da Camarga, mas também de melhor responder à procura dos consumidores. Depois de dois anos, os acordos da OMC abriram as portas do mercado europeu à concorrência americana. Como consequência directa, a baixa dos preços e a quebra das vendas do arroz francês encheram os silos. Quanto às fábricas, quem só transforma arroz francês aguarda a retoma económica.

## **Itália - Protestos dos Produtores**

Os orizicultores italianos, país líder europeu da produção de arroz, decidiram bloquear as transacções nas bolsas de arroz dos dias 18 a 23 de Janeiro como protesto contra a deterioração do mercado devida, segundo eles, à gestão de Bruxelas. “O arroz italiano está em perigo”, afirmaram num comunicado do Comité Intersindical dos Orizicultores Italianos (CIRI) e a Associação das Industrias Orizícolas Italianas (AIRI), que anunciaram que bloqueariam o funcionamento das bolsas de arroz de Novara, Vercelli, Pavia, Mortara e Milão. A organização comum do mercado (OCM) põe em perigo milhares de empregos no Norte do país, estimam estas organizações, acrescentando que, “sem os orizicultores, a planície ocidental do rio Pó correrá o risco de voltar a ser um pântano”. Em 1998, a produção de arroz da Itália ultrapassou 1,3 MT, mas a baixa constante dos preços obrigou os produtores a armazenar cerca de 335.000 Ton. (±26%). Segundo os profissionais, a Comissão de Bruxelas é “responsável” pelo recuo de 30% dos preços porque autorizou, ao longo dos últimos anos, importações consecutivas de arroz de países terceiros. A crise tem como origem os péssimos resultados do “Uruguai Round” e as concessões à importação dadas a países terceiros, como a que foi negociada em Dezembro com os EUA, que custou cerca de 25,8 EUR/Ton. (5.172\$436/Ton.) aos



cofes da UE.

### **França - Na Camarga a cultura do arroz perde terreno**

Pela primeira vez em 17 anos há menos arroz que trigo na Camarga. Dos cerca de 20.000 ha cultiváveis do Parque Natural, 7.000 são de arroz. A produção francesa de arroz ocupa cerca de 18.000 ha, mas poderá cair para menos de 10.000 ha nos próximos anos. Um perigo para a Camarga já que o equilíbrio ecológico da região depende em grande medida da irrigação feita pelos orizicultores. Para outros, mais optimistas, a área deverá estabilizar nos 20.000 ha. A baixa de preços obrigou à entrega para a intervenção de arroz pela primeira vez em muitos anos. Escoamento de 35.000 Ton. pelo canal da ajuda humanitária. Na Camarga produzir um hectare de arroz custa cerca de 11.400 FRF (348.421\$60/ha), vendendo a 1,70 FRF/kg (51\$96/kg) e uma produção de 5,5 Ton./ha. Logo, as receitas de produzir um hectare rondam 9.350 FRF (285.755\$90/ha); juntando ajudas de 1.200 FRF/ha (36.675\$96/ha), dá uma receita total por hectare de 10,550 FRF (322.442\$80/ha), o que mesmo assim não cobre as despesas, ficando um déficit de 850 FRF/ha (25.987\$80/ha). As causas das dificuldades são relativamente simples: “Há dois anos, a Europa assinou os acordos de Marraqueche no âmbito do GATT. Os EUA conseguiram impor uma parte da sua produção orizícola ao mercado europeu. Devido a isto, a oferta de arroz no mercado europeu excedeu a procura, e como consequência os preços caíram”, explica o presidente do Sindicato dos orizicultores franceses. Mas outro fenómeno veio a verificar-se sobre esta transformação económica: a monocultura de arroz, frequente durante estes dez últimos anos teve, consequências ecológicas nefastas, que os produtores ignoraram até ao presente. O arroz selvagem invadiu algumas parcelas, o que teve como consequência, a extinção do arroz nes-

sas parcelas e a quebra da produção. A solução para eliminar o *parasita* consiste em praticar uma rotação de culturas substituindo o arroz pelo trigo. Poderá o trigo representar o futuro da Camarga? O arroz é absolutamente indispensável à Camarga, pois a irrigação das terras impede a entrada do sal nestas. Dois anos sem arroz e as terras ficarão esterilizadas e inutilizáveis. Mesmo o trigo, não representa um futuro promissor para a região em comparação com o arroz. Segundo os representantes da região, o arroz deverá ser apoiado pela UE para a manutenção da policultura, através de novas ajudas à produção.

### **Índia - Rice Tec retira a marca “Texmati”**

O grupo americano Rice Tec retirou-se da batalha jurídica em volta da sua marca “Texmati” para utilizar esta marca no Reino Unido. Os peritos indianos em produtos alimentares consideram que esta foi uma primeira vitória para a Índia sobre as companhias estrangeiras que plagiam o nome “basmati” por motivos comerciais. Depois de mais de um ano - a firma americana tinha decidido introduzir no mercado do Reino Unido o seu arroz “Texmati” -, a Índia actuou na justiça contra a Rice Tec pelo motivo do nome da marca se assemelhar ao “basmati” e o arroz vendido nessas embalagens não ser cultivado quer na Índia quer no Paquistão, de onde é originário o arroz “basmati”. A Rice Tec recentemente retirou voluntariamente a sua pretensão, argumentando que “não quer mais prosseguir com este assunto”. No entanto, a Rice Tec continua a afirmar que *basmati* é uma referência a um tipo de arroz no sentido genérico do termo, da mesma maneira que os termos *japónica* e *índica* são termos genéricos para outros tipos de arroz. Segundo a mesma empresa: “a marca Texmati tem vinte anos de comercialização nos EUA com muita popularidade, sem que ninguém a tenha contestado até aqui, senão a Índia. A origem americana deste arroz sempre foi

identificada de maneira clara nos pacotes vendidos nos EUA, e a mesma indicação figurava nas embalagens no Reino Unido”.

### **ÁSIA - Inovações Genéticas & Escassez de Água**

Durante uma reunião do Instituto Internacional de Investigação do Arroz (IRRI) e da Fundação Rockefeller sobre as melhorias genéticas do arroz cultivado em ambiente de escassez de água, foi estimado que não se poderá transformar o conjunto das regiões da Ásia em ecossistemas irrigados. A escassez de água, os solos inadaptados em certos sectores e os custos elevados para a irrigação são alguns dos obstáculos existentes. Cerca de 55% da superfície cultivada com arroz beneficia de infraestruturas de irrigação, sendo o resto totalmente dependente das chuvas. Foi ainda lembrado que os problemas da seca não se combatem somente com o aumento das infraestruturas de irrigação, mas também, na melhoria das variedades de arroz mais adaptadas a um ambiente de escassez de água, através de modificações genéticas e da adopção de estratégias de selecção de variedades apropriadas para estas áreas.

### **Tailândia - Utilização de Novas Estirpes de Arroz Perfumado**

A Tailândia, primeiro exportador mundial de arroz, espera aumentar a sua produção este ano devido a uma nova estirpe de arroz perfumado de alto rendimento. Segundo as autoridades tailandesas, foram produzidas 1.300 MT dessas novas sementes para serem distribuídas pelos agricultores para a próxima campanha. As novas estirpes - “Khlong Luang” e “Suphan Buri” - deverão conseguir dobrar os rendimentos das estirpes tradicionais de arroz perfumado, que têm um rendimento à volta das 2,5 Ton./ha. Mas no início o governo só poderá distribuir sementes para 640.000 ha. Estas novas variedades poderão ser igualmente produzidas quer na estação das chuvas quer na estação seca, enquanto as variedades anteriores de arroz perfumado só podiam



ser produzidas durante a estação das chuvas. O preço das sementes destas novas variedades apesar de mais caro do que as variedades tradicionais mais do que compensa pelos rendimentos obtidos.

**A França Mobiliza-se para Explorar os Genes dos Cereais**  
Pela primeira vez, os laboratórios públicos e as grandes firmas implicadas em genética de plantas juntaram-se num grupo de interesse científico "Genoplante", para um ambicioso programa de genética vegetal. A Genoplanta reagrupará o Instituto Nacional de Investigação Agronómica (INRA), o Instituto para a Pesquisa e Desenvolvimento (IRD), o CIRAD e o CNRS, do lado público; Biogemma (filial da Limagrain e da Pau Euralis), Bioplante (que reúne a Desprez e a Cesarem), e a Rhône-Poulenc, da indústria. O seu objectivo consiste em acumular novos conhecimentos sobre a estrutura e o funcionamento dos códigos genéticos das grandes culturas, a partir de duas plantas modelo que são a crucífera *Arabidopsis* e o arroz, afim de poder valorizá-las sobre a forma de licenças e de novas variedades.

#### **França - Primeiro Arroz Transgénico**

Muitas variedades de arroz transgénico só esperam a luz verde da parte dos poderes públicos para inundarem os mercados japoneses e americanos. Mas ainda nenhum fez alguma tentativa para a sua larga difusão. Em França, os testes em estufa são actualmente conduzidos no "Cirad de Montpellier", sobre as variedades modificadas para inibir a enzima digestiva da piraleta (insecto) do arroz, que afecta muito o arroz mediterrânico e asiático. Um arroz tolerante aos herbicidas e um arroz adaptado aos meios com sal também serão ensaiados em estufa brevemente, no quadro de um programa europeu. Durante Junho, o Cirad em conjunto com o Centro Francês do Arroz, iniciará os testes em campos experimentais da

Camarga, de uma variedade de arroz anti-piraleta ou piraletide.

#### **China - Arroz Cósmico para Melhorar os Rendimentos**

Sempre em busca de inovações para nutrir a sua população de 1.200 milhões de habitantes, a China imaginou fabricar sementes de arroz e trigo no espaço, a fim de aumentar os rendimentos, foi anunciado pela agência de notícias do Estado. Durante 7 vezes nos últimos 11 anos, a China enviou para o espaço satélites e balões transportando sementes para as partes mais altas da atmosfera terrestre com a finalidade de as expor a fortes radiações solares. As sementes irradiadas e semeadas deram no mínimo um rendimento superior a 10% em relação aos rendimentos normais: "as sementes submetidas a radiações solares a altitudes compreendidas entre os 20 e os 400 Km assim como outras formas de tratamentos especiais dão melhores rendimentos". As sementes assim condicionadas foram plantadas sobre 70.000 ha na província de Heilongjiang no nordeste, em Jiangxi e Shandong a leste de Huanan na China central. A China exportou 280.000 T de arroz durante Janeiro de 1999, um acréscimo de 455% em relação a 1998; as importações chinesas de Janeiro, elevam-se a 30.000 T, uma aumento de 42,5% em relação ao mesmo período do ano passado.

#### **JAPÃO - Os Investigadores Introduzem Ferro no Bago do Arroz**

Um ou dois grãos de arroz geneticamente modificados asseguram por dia aos consumidores todo o ferro de que o seu organismo necessita, segundo investigadores japoneses, que descobriram uma maneira de produzir um arroz naturalmente enriquecido com ferro. Cerca de 30% da população mundial sofre de um déficite alimentar de ferro.

#### **FAO - A "BIO" e os PVD (Países em Vias de Desenvolvimento)**

Um relatório da FAO, apresentado durante uma reunião do Co-

mité de agricultura em 25 a 29 de Janeiro último, sublinha que a procura de consumo por produtos alimentares obtidos por métodos biológicos oferece possibilidades comerciais aos agricultores e empresas em países desenvolvidos e em vias de desenvolvimento. Este relatório recomenda igualmente aos operadores comerciais para não apontarem exclusivamente para os mercados dos países desenvolvidos. As possibilidades de comercialização de produtos da agricultura biológica nos mercados domésticos de países em vias de desenvolvimento deverão ser exploradas. A diversificação desta produção permitirá o aumento, segundo a FAO, dos rendimentos e da segurança alimentar das famílias rurais.

#### **JAPAN TOBACCO Alia-se com ZENECA para Produzir Arroz Geneticamente Modificado**

O fabricante japonês de tabaco Japan Tobacco vai aliar-se com o grupo britânico Zeneca (ciências da vida) para produzir arroz geneticamente modificado. Os dois grupos vão criar para esta tarefa uma filial comum detida em partes iguais com um capital de 77 milhões de EUR (15,437 milhões de contos). JT e Zeneca tentarão criar uma nova variedade deste cereal oferecendo rendimentos mais elevados em relação às variedades existentes. Estas empresas querem ainda desenvolver um arroz utilizável como forragem.

#### **Reino Unido - Uma Farinha sem glúten feita à base de arroz**

A empresa Doves, especialista em produtos caseiros para apreciadores, lançou um novo produto para quem exclui do seu regime alimentar o trigo e o glúten. A nova farinha é uma mistura composta por arroz branqueado, batata, trigo mourisco e milho, produtos onde o glúten está ausente. A diferença em relação às outras farinhas sem glúten, é que devido à sua fórmula não é necessário adicionar às receitas elementos flexíveis ou emulsificantes artificiais.



# Observatório FAO do Mercado Mundial do ARROZ

## Fevereiro de 1999

### Retrospectiva a 1998

As últimas estimativas da FAO para a produção mundial de arroz paddy apontam para 560 MT, valor mais baixo em 17 MT comparando com o recorde de 1997. A queda é largamente atribuída a problemas relacionados com o clima que afectaram as culturas nos países maiores produtores, particularmente na China (Continental) e no Bangladesh. Noutros casos, como o Japão e o Egipto, a baixa produção foi um resultado das políticas domesticas designadas para limitar as áreas destinadas ao arroz.

O comércio mundial de arroz em 1998 foi estimado que tenha subido a um máximo de sempre com 26,8 MT, aproximadamente mais 8 MT do que os carregamentos efectuados em 1997 e cerca de 6 MT mais do que o recorde anterior em 1995. Este recorde no comércio foi o resultado de uma combinação de colheitas menores em 1997 e/ou 1998 num número grande de países importadores, atribuídos a problemas climáticos relacionados com o "El-Niño", e o simultâneo aumento das colheitas em países maioritariamente exportadores que tornaram possível o aumento das exportações de maneira a satisfazer uma procura excepcionalmente elevada no mercado internacional.

Os preços internacionais do arroz da maioria das origens estiveram numa tendência de alta durante a maior parte do ano de 1998 sus-

tentados pelo recorde da procura internacional de importações descrito em cima. Os preços subiram durante o terceiro trimestre quando as cheias destruíram culturas de arroz em alguns países exportadores e importadores. No entanto, os preços caíram para o final do ano, maioritariamente devido à chegada da oferta de novas colheitas no mercado fazendo descer a procura por importações. As flutuações estão ilustradas nos movimentos dos índices dos preços de exportação de arroz da FAO (ano base 1982-84) que chegaram a um máximo anual de 132 pontos durante Julho até Setembro, antes de caírem para 124 pontos em Novembro e Dezembro. No seu conjunto, o índice atingiu uma média de 127 pontos durante 1998, resultado similar à média de 1997.

### Perspectivas para 1999

As previsões da FAO para 1999 prevêem um ligeiro aumento de 1 a 2%, para a produção mundial de paddy, em relação aos 560 MT de 1998, atingindo as 570 MT possivelmente. Estes valores são baseados nas intenções de semear dos países maiores produtores do hemisfério norte e a área plantada actualmente e as condições de crescimento observadas em países do hemisfério sul e ao longo da linha equatorial.

Para 1999, o comércio mundial de arroz previsto cairá em relação ao valor recorde de 1998 em cerca de 5,3 MT para 21,5 MT o que, se

atingido, será ainda o segundo melhor valor de todos os tempos. Isto é baseado na melhoria das produções de 1998 e/ou a expectativa de um aumento da produção em 1999 em muitos dos países importadores.

Os preços internacionais de arroz da maioria das origens têm permanecido com uma tendência para caírem desde o princípio do ano, pressionados principalmente pela existência de ofertas de exportação superiores à procura de importações. Os índices dos preços de exportação de arroz da FAO atingiram uma média de 120 pontos em Fevereiro de 1999, menos 5 pontos do que no mês anterior. Para o resto de 1999, espera-se que os preços internacionais do arroz se mantenham em baixa devido principalmente à fácil oferta face à procura, assumindo condições normais de crescimento para o resto do ano.

Os stocks globais para o encerramento das campanhas comerciais que finalizam em 1999 estão previstos pela FAO que atinjam as 50 MT, valor mais baixo em cerca de 9% em relação aos stocks existentes no final das campanhas terminadas em 1998. A quebra verificada de ano para ano na quantidade dos stocks é maioritariamente devida aos países produtores que viram as suas produções severamente atingidas por más condições atmosféricas, particularmente a China (Continental), o Bangladesh e a Indonésia.

### Preços Mundiais e Índices de Preços FAO

(preços: USD/ton.)	Tipos de arroz	Preços de Exportação						Média 94/98	Variação 97/98
		1994	1995	1996	1997	1998	1999*		
<b>Preços de Exportação</b>	<b>Thai/100% (1)</b>	289,0	336,0	352,0	316,0	284,0	296,0	312,2	4,2%
	<b>Thai/Trincas (2)</b>	186,0	268,0	210,0	214,0	234,0	223,0	222,5	-4,7%
	<b>US Long Grain (3)</b>	379,0	361,0	414,0	439,0	403,0	385,0	396,8	-4,5%
<b>Índices FAO (82-84=100)</b>	<b>Baixa Qualidade</b>	104,0	146,0	136,0	120,0	125,0	116,0	124,5	-7,2%
	<b>Alta Qualidade</b>	118,0	124,0	136,0	129,0	123,0	121,0	125,2	-1,6%
	<b>Total</b>	114,0	129,0	136,0	127,0	124,0	120,0	125,0	-3,2%

(1) Arroz branqueado, 100% second grade, f.o.b. Bangkok, preços indicativos das transacções.

(2) A1 super, f.o.b. Bangkok, preços indicativos das transacções.

(3) US N°2, 4% trincas f.a.s.

\* Fevereiro de 1999





# XII Encontro Nacional dos Industriais de Arroz

Decorreu na Quinta da Beloura Golfe no passado dia 05 de Março de 1999, o “XII Encontro dos Industriais de Arroz”, que contou com uma grande audiência motivada pelo interesse suscitado para o sector, dados os temas abordados pelos intervenientes.

## Pontos do Programa:

**I. “Certificação e Qualidade, pelas normas ISO 9000”, pela Eng.<sup>a</sup> Manuela Andrade do IPQ - Instituto Português da Qualidade;**

**II. “Distribuição Moderna vs. Indústria Agro-Alimentar”, pelo Eng.<sup>o</sup> João E. Pinto Ferreira da Centromarca;**

**III. “Análise do sector agro-alimentar do arroz em Portugal e levantamento das principais tendências de evolução”, pelo Prof. Doutor Jorge Oliveira da Sociedade Portuguesa de Informação, estudo promovido pela ANIA e participado pelo PEDIP II;**

**IV. “Caso prático de certificação da Qualidade na Indústria Agro-Alimentar”, pelo Eng.<sup>o</sup> Carlos Ruivo da empresa Nestlé Portugal;**

**V. “Evolução dos Mercados do Arroz e Massas Alimentícias”, pelo Dr. Francisco Ramos de Carvalho pela empresa A.C. Nielsen, S.A.;**

A sessão de abertura do encontro foi presidida pelo Professor Doutor Ernesto Morgado, Presidente da Direcção da ANIA, que desde logo desejou as boas vindas a todos os presentes que compunham a numerosa assistência do Encontro.

As primeiras palavras do Presidente da Associação foram marcadas pelas transformações que o sector tem sofrido nos últimos anos, não só em Portugal mas também no resto da UE. A alteração da composição empresarial do sector, com empresas que fecharam, outras a serem compradas e outras que conseguiram manter a sua posição no mercado numa atitude de sobrevivência muitas vezes

à custa de muitos esforços, são preocupações que afectam todos os intervenientes deste mercado.

Cada vez mais as empresas que actuam em pequenas economias abertas ao exterior, como é o caso da economia portuguesa, são confrontadas com muitas “forças” exógenas para além das próprias alterações domésticas. Assim, neste ambiente em constante mutação exige-se aos agentes económicos uma grande capacidade de adaptação, que é sem dúvida a melhor arma para fazer face às alterações do meio que os rodeiam.

Um assunto querido ao palestrante si-

mente em Portugal (34.000 ha); manutenção do sistema baseado no preço de intervenção à produção; redução dos preços internos para os níveis internacionais e simplificação do sistema de taxas de importação.

Sem dúvida, face aos problemas do passado, o futuro da indústria nacional dependerá da capacidade dos agentes para fazerem face a um conjunto de novas realidades, como são o caso da Reforma da PAC e a Agenda 2000 para o septénio 2000/2006, as negociações para a abertura da UE a 10 novos Estados-Membros (6 na fase inicial) pertencentes à Europa de Leste, e Central os chamados PECO e, a nível internacional, as novas negociações GATT da OCM.

## **I. “Certificação e Qualidade, pelas normas ISO 9000”**

O primeiro ponto do nosso programa contou com a presença do IPQ, representado pela Eng.<sup>a</sup> Manuela Andrade do IPQ - Instituto Português da Qualidade, que numa apresentação muito clara contribuiu para o esclarecimento de todos os presentes, patenteado pela quantidade de questões formuladas.

Da apresentação podemos retirar um conjunto de ensinamentos que nos permitirão compreender melhor o universo da Qualidade. Esta poderá ser definida: pela adequação ao uso; pelo preço; e pelo prazo de entrega.

A concretização da Qualidade assenta na conjunção de três factores: Política da Qualidade; Gestão da Qualidade; e Sistema da Qualidade. Abordando agora cada um dos factores de per si: a Política da Qualidade define a Direcção / Estratégia que a empresa pretende seguir para atingir os Objectivos da Qualidade; a Gestão da Qualidade faz parte da Gestão Global da empresa que determina a Política da Qualidade, os Objectivos e as Responsabilidades de cada um e os implementam através de Meios (para o Planeamento, Controlo, Garantia e a melhoria da Qualidade no



tuva-se na esfera da reforma da OCM - Organização Comum do Mercado do Arroz, que se aproxima à medida que as negociações da PAC na Agenda 2000 e as reformas da OMC - Organização Mundial do Comércio forem decorrendo no futuro próximo, as alterações daqui decorrentes podem implicar um forte impacto no futuro da empresas deste sector. É neste contexto que a ANIA, através das sua representantes europeias CORISE (Associação dos Países Produtores) e UARCE (Associação da Indústria Arrozeira Europeia), tem vindo a defender os interesses da indústria arrozeira nacional.

Para a defesa da indústria nacional junto destas sedes de decisão, a ANIA irá propor várias medidas: apoio à área cultivada de arroz na UE e consequente-

Âmbito do Sistema da Qualidade - SQ). O Sistema de Qualidade é o conjunto da estrutura organizacional, dos procedimentos, dos processos e dos recursos necessários para implementar a gestão da Qualidade, de forma a atingir os Objectivos da Qualidade, que são:

- Um processo de melhoria: na prevenção dos defeitos; no lançamento de novos produtos; e na redefinição dos objectivos;
- Um processo de controle: dos objectivos traçados; dos custos; da qualidade e da Não-Qualidade; e dos processos de produção e dos equipamentos;
- Um processo de confiança: nas relações externas (entre clientes e fornecedores); e nas relações internas (entre departamentos e pessoas).

A grande pergunta reside - "Como se implementa um Sistema de Qualidade?" Através das normas NP EN ISO 9000, dividindo-se em duas áreas específicas:

- NP EN ISO 9001 - modelo de garantia da Qualidade na concepção / desenvolvimento, produção, instalação e assistência após venda. A aplicar quando, a organização já detém uma actividade de concepção e desenvolvimento de produtos, em que o controlo da conformidade tem de ser demonstrado desde a fase de concepção dos produtos, produção, instalação até à assistência após venda;
- NP EN ISO 9002 - modelo de garantia da Qualidade da produção, instalação e assistência após venda. A aplicar quando, a organização não detém uma actividade de concepção e desenvolvimento de produtos, em que o controlo da conformidade tem que ser demonstrado para os processos de produção, instalação e assistência após venda;
- NP EN ISO 9003 - modelo de garantia da Qualidade na inspecção e ensaios finais. A aplicar quando, a organização não detém uma actividade de concepção e desenvolvimento de produtos, em que o controlo da conformidade tem que ser demonstrado apenas para as inspecções e ensaios finais. O processo de Certificação é de um procedimento pelo qual uma terceira parte (Organismo de Certificação - OC) dá a garantia escrita, que um produto, processo ou serviço está em conformidade com os requisitos especificados (NP EN 45020 de 1995).



A Certificação aplica-se: a produtos; a processos; e a serviços.

Porquê a Certificação?

Para fazer frente à pressão dos clientes; Para melhorar a competitividade da empresa; Porque os concorrentes também se certificam; Por razões de "marketing" e de imagem; e Para aceder a determinados mercados e concursos.

Certificação de SQ (empresas), Sistema N.º 6: avaliação do SQ implementado com base na NP EN ISO 9001/2/3 através de auditoria; não são efectuados ensaios ao produto; evidência da certificação: certificado de conformidade e símbolo de empresa certificada; acompanhamento da manutenção da conformidade através da realização de auditorias ao SQ.

Certificação de Produtos, Sistema N.º 5: avaliação do SQ implementado (controlo da produção) que garanta conformidade com a norma do produtor através de auditoria; ensaios ao produto para verificar a conformidade com a norma aplicável; evidência da certificação: licença da marca produto certificado e marca no produto; acompanhamento da manutenção da conformidade através de ensaios ao produto e auditoria ao SQ.

Processo de Certificação de SQ - Empresas:

O Organismo Certificador (OC) analisa, constitui a Equipa Auditora (EA) e marca a auditoria; Apresentação da documentação requerida pelo OC; A EA realiza a auditoria e elabora o relatório; A empresa responde e informa sobre o plano de acções correctivas às deficiências encontradas pela auditoria;

O OC analisa o relatório da EA e a respectiva resposta da empresa auditada e decide (em algumas situações, poderá realizar-se uma auditoria de seguimen-

to); O OC emite um certificado válido por três anos e a empresa passa a estar sujeita às acções de acompanhamento previstas.

Vantagens da Certificação:

Maior satisfação do cliente/consumidor; Aumento da competitividade relativamente à concorrência; Acesso a concursos que exijam certificação; Valorização da imagem da empresa (Notoriedade) a nível nacional e internacional. Vantagens internas à empresa na Certificação:

Motivação e valorização profissional dos recursos humanos; Sistematização crescente da organização; Redução dos custos da não qualidade; Melhoria da qualidade dos serviços prestados.

Regime de apoio à promoção da Qualidade Industrial - Despacho Normativo N.º 550/94 de 27 de Julho.

No âmbito do PEDIP II insere-se no Sistema de Incentivos a Estratégias de Empresas Industriais - SINDEPEDIP. Este regime de apoio é constituído por dois tipos de acções:

- Acção A - apoio à certificação e calibração;
- Acção B - apoio à implementação de sistemas de gestão pela qualidade total.

#### **Certificação de Produto Alimentares - Marca Produto Certificado. Certificação de Produtos**

A comprovação da conformidade de um produto com as normas ou especificações técnicas que lhe são aplicáveis é factor decisivo para a sua diferenciação. A forma mais eficaz de evidenciar a certificação é através da colocação da marca de conformidade do OC em todos os produtos fabricados.

Para a concessão da marca produto certificado efectua-se: avaliação da conformidade do produto com as normas (re-



alização de ensaios em laboratório acreditado); verificação dos meios de controlo de fabrico implementados (realização de uma auditoria).

#### **Áreas de intervenção da Certificação de Produtos:**

Aprovisionamento; Identificação e rastreabilidade do produto; Controlo dos processos; Inspecção e ensaio; Controlo do equipamento de inspecção, medição e ensaio; Estado de inspecção e ensaio; Controlo de produto não-conforme; Manuseamento, armazenagem, embalagem, conservação e expedição de produto; Controlo dos registos de Qualidade; Reclamações; e Técnicas estatísticas.

Após a Certificação, o IPQ emite uma licença para uso da marca de conformidade. O IPQ estabelece um contrato com o fabricante, sendo a licença válida por 5 anos, e podendo o fabricante marcar todos os produtos certificados; Durante o período da validade são efectuados ensaios parciais e auditorias para verificar se as condições iniciais se mantêm.

## **II. “Distribuição Moderna vs. Indústria Agro-Alimentar”, pelo Eng.º João E. Pinto Ferreira da Centromarca**

O esquema da apresentação desenrolou-se por três pontos: Envolvente macroeconómica e quadro jurídico; Diagnóstico; e soluções.

A envolvente macroeconómica e quadro jurídico tem-se caracterizado pelos seguintes factores:

Queda das fronteiras internacionais e crescente globalização dos mercados; Emergência das economias centradas do lado da procura (no consumidor); Coexistência da “nova economia” com quadros legais decorrentes de outra realidade.

Os mercados distintos a considerar:

Entre uma produção cada vez mais à escala global e um consumidor local, a distribuição tende a ser cada vez mais global (multinacionais);

O conceito de mercado relevante nas análises é muito importante. Por exemplo: o mercado retalhista (para jusante) é local (os consumidores normalmente não percorrem grandes distâncias para realizarem as suas compras diárias, semanais, quinzenais, mensais, etc.); o mercado grossista (para jusante) que abastece o retalho é regional; e o mer-

cado de abastecimento (para montante/produtores) é nacional. Destas diferentes escalas resultam forças negociais muito díspares entre os agentes económicos, criando zonas de tensão negoci-al.

#### **O Diagnóstico.**

A redução do número de pontos de venda (principalmente devido à redução do número de lojas do comércio tradicional, havendo em 1966 5,6 lojas por 1.000 habitantes e tendo em 1995 esse número caído para 3,6) levou à concentração das vendas locais. O número de lojas do INA - Índice Nielsen Alimentar era em 1988 de 40.180 e em 1996 passou para 31.993 (-23% em 8 anos). Substituição de pequenas lojas por menos mas maiores e fora dos centros das cidades (para a periferia). As visitas às lojas envolvem “planeamento” com investimento pessoal em tempo e deslocações (normalmente de carro), tendo havido um desincentivo à repetição das visitas diárias ou quando era necessário, criando-se uma discriminação entre consumidores (os que não podem ir vão pagar mais). Há uma menor exposição dos consumidores, às marcas dada a redução destas e do seu espaço junto do consumidor. No curto prazo, o retalho especializado tende a desaparecer, apesar da tendência para criar “secções” especializadas nas Grandes Superfícies (GS), com GS especializadas. As lojas dos três grandes grupos da distribuição moderna controlam o mercado nacional (em Portugal têm uma quota de 55% do mercado nacional), podendo a dependência do lado da oferta em relação a uma cadeia de distribuição pode ser quase total (70% a 90%) em relação a certos mercados onde só essa sigla opera. A velocidade da concentra-

ção do lado da procura foi muito rápida e consentida pelas autoridades. A importação dos modelos franceses e a expansão das cadeias francesas no nosso mercado foi notória, beneficiando da experiência adquirida noutros mercados. O quadro legal de condicionamento da abertura de novas lojas favoreceu a concentração das GS;

A pressão que a procura multinacional (grande distribuição) exerce sobre a oferta nacional (fábricas, marcas e produtores) é cada vez maior dada a desigualdade de escalas. Esta pressão manifesta-se pela procura de tratamento preferencial e tem como consequência a redução dos níveis de I&D (novos produtos implicam novas referências, etc.). A distribuição procura permanentemente obter vantagens competitivas (preços e condições comerciais, acções de marketing e/ou promoções, etc.) junto dos fornecedores;

A redução da Investigação e Desenvolvimento (I&D) de novos produtos, dada a escassez de fundos necessários às políticas comerciais. A pressão do lado da procura chega a concessões não relacionadas com custos do produtor (a pressão negocial é maior dada a crescente concentração). O fornecedor enfrenta o dilema de como compatibilizar lucros de 15% sobre vendas com a perda de um cliente que vale 20% das vendas? Como resultado as empresas começam a cortar o que não afecta a eficácia operacional imediata, a I&D; na luta pela sobrevivência, as empresas preferem abdicar do lucro hoje para sobreviverem amanhã. A redução de I&D implica menos produtos novos, menos melhorias nos produtos existentes, redução de empregos altamente especializados.



O declínio das marcas secundárias que são postas de parte em certos mercados devido ao aumento das marcas próprias (MP), reduzindo o espaço das outras marcas em benefício destas. A tendência internacional aponta para a existência de uma marca líder, uma seguidora, uma primeira preço e uma MP, levando à polarização entre marca líder e MP. Como a MP não tem I&D, a inovação apenas virá da marca líder, que o fará cautelosamente procurando reaver o seu investimento antes de ser imitada. Há uma substituição do estímulo da inovação competitiva pela protecção a um investimento histórico;

A distribuição comporta-se como “agente duplo”, fazendo um jogo perigoso, como proprietário das suas marcas próprias e como produtor (agente da marca do fabricante). Coexistem no mercado concorrência vertical (entre oferta e procura) e horizontal (entre as marcas e as MP). O consumidor depara-se com uma menor possibilidade de comparar preços, dada a escassez de produtos existentes e muitas vezes não directamente comparáveis;

As estratégias dos produtos similares “look alike”, em que os produtos da marca da distribuição muitas vezes se confundem com os produtos de marca através da sua forma e/ou cor, trata-se do aproveitamento da equidade da marca e de enganar o consumidor. Mesmo com legislação em vigor, torna-se muito difícil o recurso a esta.

#### **As soluções**

É preciso recentrar as forças de mercado, os monopsonios (monopólios do lado da procura) são tão ou mais perigosos que os monopólios (do lado da oferta). As autoridades têm que ser sensibilizadas (*lobbying* constante), é necessário criar novos quadros legais que evitem o abuso de posições dominantes, é necessário informar cada vez mais o consumidor e tratá-lo como o elemento preponderante de toda a cadeia, e os fornecedores têm que reflectir sobre as suas estratégias e enquadrá-las com os seus objectivos de curto, médio e longo prazo.

**III. “Análise do sector agro-alimentar do arroz em Portugal e levantamento das principais tendências de evolução”, pelo Prof. Doutor Jorge Oliveira da Sociedade Portuguesa de Informação, estudo promovido pela**

## **ANIA e participado pelo PEDIP II.**

Esta apresentação prévia do estudo que está a ser realizado pela SPI pretendeu retratar o estado em que se encontra o estudo a ser concluído até ao final deste ano. O conteúdo da apresentação da SPI - Sociedade Portuguesa de Inovação focou quatro pontos: Objectivos, metodologias, e resultados do estudo; Acções desenvolvidas; Acções a desenvolver; e Uma “visão de águia” do sector.

### **Objectivos:**

Caracterização geral do sector; Visão económica para os próximos anos; Competitividade face a: produtores do Sul da Europa (FR, ITA, ESP.); industriais do Norte da Europa; e produtores não-europeus (EUA). Perspectivas dos acordos GATT e PAC e impactos previsíveis; Mercados do norte da Europa e EUA; Produtos concorrenciais (batata, massas); Linhas de acção e planos estratégicos.

O conteúdo do trabalho aborda: uma visão geral do sector; os assuntos prioritários; as tendências de evolução dos mercados; análise comparativa com outros países (indústrias e mercados); linhas de acção e estratégias para o sector.

### **Metodologias a utilizar:**

Levantamento e recolha de dados; Realização de entrevistas: a empresas nacionais; a empresas de distribuição; a entidades oficiais; a Associações industriais estrangeiras; e Associações e empresas Norte-Americanas; Análise dos dados recolhidos.

Dos resultados obtidos pode-se:

Tirar ideias; Programar linhas de acção; desenvolver planos estratégicos; e fomentar o “lobbying”.

Acções até agora desenvolvidas: recolha de dados estatísticos e entrevista várias.

Acções a desenvolver: recolha de dados e entrevistas.

A “visão de águia” do sector nacional põe em evidência três variáveis centrais:

- O produto “primário” de baixo valor acrescentado - com uma dimensão reduzida e ou um perfil discreto e como consequência com uma baixa capacidade de “lobbying”;

- O mercado global - que poderá influenciar negativamente o mercado doméstico devido ao aumento da concorrência externa resultante de uma re-

visão desfavorável de acordos comerciais internacionais que levarão à necessidade de aumentar o poder de “lobbying”; e

- A distribuição moderna - que influencia directamente a concorrência e aumenta a pressão nos preços por via das marcas distribuidor.

- Destas variáveis a interacção entre elas leva, a objectivos centrados em quantidade e baixo preço, procurando uma optimização de custos, que em conjunto com a necessidade de aumento do poder de “lobbying” levará à: criação de parcerias horizontais; e/ou a processos de concentração (fusões, aquisições, falências).

Por outro lado, o facto de este ser um produto “primário” de baixo valor acrescentado, há a necessidade premente de aumentar o valor acrescentado e diversificar, através da criação de um arroz especial, de uma produção orientada para o consumidor, ou da criação de uma actividade a jusante. Da produção orientada para o consumidor e da actividade a jusante poderão surgir as primeiras parcerias verticais (entre e indústria e a distribuição), através destas actividades a jusante poderão aparecer produtos complementares como molhos ou as refeições pré-cozinhadas, estas duas últimas em conjunto poderão abrir caminho para fornecer directamente a restauração (“Catering”).

Sendo o consumidor o elo mais importante da cadeia, com a produção orientada para este e recorrendo a parcerias verticais para uma gestão eficiente da cadeia orizícola será possível adquirir um maior conhecimento dos hábitos do consumidor através de estudos próprios. Uma necessidade decorrente desta aproximação ao consumidor final é a de produzir flexível e agilmente em escalas mais pequenas e personalizadas. Resumindo: o produto primário, o mercado global e a distribuição moderna levam as empresas a vender muita quantidade a baixo preço, a sofrerem pressões de escala face à concentração a jusante e o baixo grau de diferenciação do produto e das marcas constituem um ponto fraco do mercado.

A diferenciação que é essencial nos mercados mais evoluídos e competitivos poderá passar: pela criação de um arroz especial (nutrição, natureza, saúde); pelo desenvolvimento de actividades a jusante (molhos, restauração, re-



feições pré-cozinhadas); e principalmente pela produção orientada para o cliente (proximidade e parceria com os consumidores, gestão eficiente das cadeias, ECR - Efficient Consumer Response / resposta eficiente ao consumidor). Mas tudo isto só terá “pernas” para andar se forem feitas parcerias verticais (Organismos Interprofissionais). Os novos produtos baseiam-se em princípios fundamentais muito divergentes dos existentes actualmente: a quantidade é pequena; o preço é elevado (elevado valor acrescentado); a qualidade é muito grande (certificação de produtos e empresas); o factor conveniência é bastante explorado pelas políticas de marketing das empresas.

Muitas marcas internacionais como a Riceland Foods, Lundberg e a Uncle Ben possuem uma gama de produtos com bastantes linhas de variedades e produtos acrescentados: arroz integral; arroz branqueado (índica e japónica); arroz selvagem; arroz vaporizado; arroz vaporizado condicionado; arroz aromatizado (especiarias); arroz fácil (5 minutos) com sabores; óleo de casca de arroz; arroz basmati ou jasmim; misturas de arroz; bolos de arroz; pudim de arroz; farinha de arroz; variedades especiais; arroz que é fabricado por encomenda; arroz pré-cozinhado; sopas de arroz; arroz com feijão; etc. Trata-se de entrar em todas as áreas agro-alimentares em que se aplique o produto primário.

Em Portugal existe uma grande especificidade em relação ao consumo de arroz na Europa: o arroz é um produto alimentar básico (tem uma grande rendimento na panela quando comparado com outros produtos substitutos como as massas e a batata); o gosto do consumidor tradicional português é muito apurado, apreciam-se pratos confeccionados com sabor sofisticado (arroz de marisco, cabidela, etc.); para os agricultores esta é mais uma cultura que gera bem-estar regional. A cultura do arroz tem aliados valores culturais, tradicionais e sociais.

Voltando à necessária diferenciação do produto, em Portugal já existe a maté-

ria-prima necessária, trata-se do arroz Carolino nacional, que goza de características únicas na Europa que terão que ser evidenciadas e mostradas ao consumidor português que ainda se encontra pouco informado sobre esta riqueza ambiental nacional.

#### **IV. “Caso prático de certificação da Qualidade na Indústria Agro-Alimentar”, pelo Eng.º Carlos Ruivo da empresa Nestlé Portugal**

A Qualidade Alimentar através da Higiene na Indústria Agro-Alimentar pelo Controlo de Pontos Críticos foi o tema abordado nesta palestra.

A qualidade alimentar é tradicionalmente efectuada pela produção (prioritariamente actividades de fabricação, marginalmente relacionava-se com aspectos de qualidade) e pelo laboratório (so-



mente o controlo da qualidade do produto final, que era dividido entre aceitável e não aceitável). O laboratório possuía a responsabilidade da Qualidade; no entanto, não possuía toda a informação considerada actualmente como relevante. Muitas vezes trabalhavam, sem se aperceberem, em sentidos divergentes.

Actualmente, a produção tem a seu cargo a fabricação e o controlo de qualidade e, muito importante, tem uma consciência da Qualidade. O laboratório, garante a Qualidade e o controlo da qualidade e fornece este serviço. Assim, o laboratório complementa a produção num esforço conjunto para assegurar que os produtos são seguros e cumprem as normas. Todos em conjunto, laboratório, produção e serviços técnicos estão imbuídos do espírito da QUALIDADE.

Na Nestlé, a Qualidade Alimentar é de-

fendida pelo Sistema de Qualidade (SQ), que por sua vez engloba o BPF (qualidade nas instalações / fábricas da Nestlé) e este contém o sistema HACCP (Sistema de Análise de Risco e Controlo de Pontos Críticos). O HACCP na produção de alimentos, consiste numa metodologia sistemática aplicada à totalidade da cadeia de determinado alimento, como meio de assegurar a sua segurança (que não possa causar danos na saúde do consumidor). A equipa HACCP trabalha sobre a linha de produção para avaliação dos riscos e identificação dos pontos críticos de controlo (PCC). Assim, cria-se um sistema de controlo dos PCC e estabelecem-se os limites valorativos que estes podem atingir. No entanto, é necessário monitorizar os PCC e registar os seus valores, bem como criar as medidas / acções a tomar em caso de desvio desses

valores. Todo este sistema terá que ser revisto e actualizado à medida que as necessidades o obrigarem, quer através de novos produtos, novas linhas ou alterações. É importante ter a consciência que este sistema não é estanque e que a linha de produção, sobre a qual ele actua, poderá sofrer modificações necessárias e conformes para a solução dos riscos e/ou perigos para a saúde pública.

O sistema HACCP em si desenvolve-se por sete etapas: 1- Identificação dos perigos e sua classificação em termos de gravidade; 2- Determinação dos PCC para controlo dos perigos identificados; 3- Especificação dos Limites Críticos (LC) efectivos para o controlo; 4- Estabelecimento e implementação de procedimentos de controlo; 5- Execução das acções correctivas quando os LC não são atingidos ou são ultrapassados; 6- Estabelecimento de procedimentos para assegurar que o sistema HACCP está em funcionamento; e 7- Estabelecimento de documentação e criação de um sistema de recolha e registo de dados.

#### **As vantagens do HACCP:**

Familiarização com as linhas de produção; Auditam-se as linhas e os controlos existentes; Controlos dirigidos para a redução de custos; Melhoramen-



tos e modificações efectuadas; Maior produtividade; Maior segurança dos produtos.

#### **BPF - Segurança nas Instalações / Fábricas da Nestlé:**

Definir: serviços gerais de apoio; áreas de processo; áreas de acesso e tráfego. Separação física de acordo com critérios preestabelecidos: seco / húmido; higiene alta, média ou baixa.

Ventilação: natural ou mecânica; ar condicionado; controlo de humidade; filtração.

Construção dos edifícios: evitar ângulos vivos; evitar espaços mortos.

Superfícies: lisas; acessíveis; laváveis; materiais duráveis.

#### **V. "Evolução dos Mercados do Arroz e Massas Alimentícias", pelo Dr. Francisco Ramos de Carvalho pela empresa A.C. Nielsen, S.A.**

Mais uma vez a presença muito esperada do Dr. Francisco Ramos nos encontros da ANIA, dada a relevância das suas apresentações para todos os industriais, ilustrou a evolução dos mercados do arroz e das massas em Portugal.

#### **Passaremos agora a apresentar os dados para Portugal do INA - Índice Nielsen Alimentar:**

O número de lojas entre 1992 e 1997 passou de 37.853 para 30.407 (-19,7%) e no último ano essa quebra foi de 5%. Por seu lado o volume de vendas em milhões de contos, para os mesmos períodos, aumentou de 998 para 1.440 (+44,3%) e +7,9% respectivamente.

Varição do número de lojas entre 1992 e 1997: os hipermercados mantiveram o mesmo valor de 0,1%; os supermercados passaram de 1,2% para 3,1%; e as mercearias diminuíram de 86,5% para 84,2%. Em 1998 o número de hipermercados é de 38 e o número de supermercados atinge as 994 unidades. Dentro dos supermercados, os discounts cresceram entre 1997 e 1998 7%, as cadeias subiram 6% e os outros apenas 1%. Os Cash & Carry atingiram em 1997 186 unidades.

Quanto ao mercado do Arroz, a Nielsen exclui o canal HORECA/INCIM (Índice Nielsen Consumo Imediato) e estuda, INA (Índice Nielsen Alimentar) e deste cobre ±70% do mercado, representando o mercado total em 1999 cerca de 132.213 Ton. As vendas de arroz em quantidade no retalho Nielsen representaram em DJ'98 98.849 Ton. e em

DJ'99 94.159 Ton., o que representou um aumento de 4,9%, quanto às vendas em valor e para o mesmo período esses valores foram, 18,2 e 17 milhões de contos (-7,0%).

**As áreas Nielsen que se dividem em 5 zonas:** I. Grande-Lisboa; II. Grande-Porto; III.N. Litoral Norte, de Coimbra para cima; III.S. Litoral Sul, de Coimbra à Grande Lisboa; IV. Interior Norte (do Tejo para norte); e V. Interior Sul, Alentejo e Algarve (do Tejo para sul). As áreas de consumo de arroz em DJ'99 encontram-se ordenadas da seguinte forma: 1º III.N. - 41%; 2º I. - 17%; 3º II. - 16%; 4º IV. - 12%; 5º III.S. - 9%; 6º V. - 7%. É sem dúvida no Litoral Norte que se consome mais arroz no país, seguindo-se a grande distância as zonas da Grande-Lisboa e Grande-Porto.

**As quotas de cada tipo de arroz em volume entre DJ' 94 e DJ'99 variaram da seguinte forma:** o Carolino, passou de 68% para 56%; o Agulha, tinha 21% e passou para 38%; o Especial Médio passou de 9% para 2%; e o Estufado de quase 0% para 3%. Entre DJ'98 e DJ'99 os volumes de cada tipo de arroz também variaram: o Carolino caiu 8%; o Agulha subiu 1%; o Especial Médio caiu 15%; e o Estufado subiu 37%.

**Os preços médios de venda ao público (PMVP) de arroz por Kg em Portugal, variaram da seguinte maneira entre DJ'98 e DJ'99:** Estufado 243\$00/239\$00 (-1,7%); Agulha 196\$00/194\$00 (-1,0%); Carolino 170\$00/169\$00 (-0,6%); Especial Médio 163\$00/149\$00 (-8,6%). Analisando agora os preços dos três principais ti-

pos de arroz nos **principais canais de distribuição** temos: Hipers: Estufado 245\$00/242\$00 (-1,2%); Agulha 191\$00/188\$00 (-1,6%); Carolino 160\$00/162\$00 (+1,3%); Supers: Estufado 233\$00/229\$00 (-1,7%); Agulha 187\$00/184\$00 (-1,6%); Carolino 167\$00/163\$00 (-2,4%). Tradicionais: Estufado 261\$00/264\$00 (+1,2%); Agulha 219\$00/225\$00 (+2,7%); Carolino 179\$00/177\$00 (-1,1%). Entre DJ'94 e DJ'99 o Carolino passou de 201\$00 para 169\$00 (-16%) e o Agulha passou de 222\$00 para 194\$00 (-12,6%).

Os **Cash&Carry** entre os mesmos períodos aumentaram as suas vendas em volume 13% e as vendas em valor 12%. Os Cash&Carry representam em volume 70.731 Ton. (43%) do mercado e os alimentares as restantes 61.482 Ton. (57%), dando o total do mercado coberto pela Nielsen 132.213 Ton.

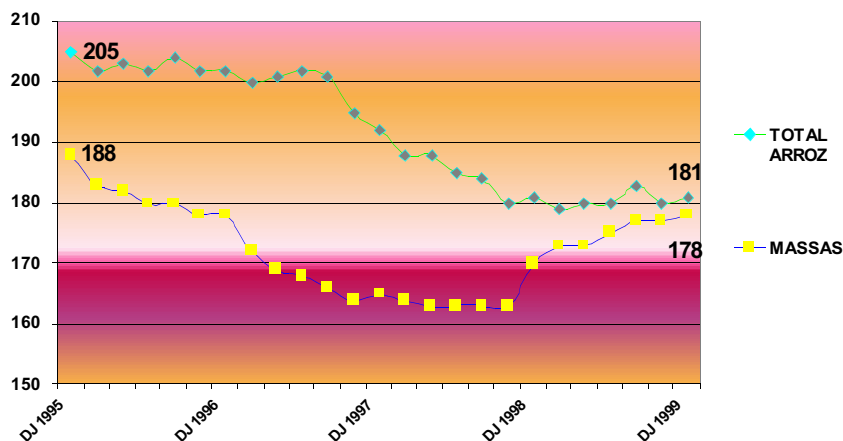
As **massas** em Portugal têm apresentado o seguinte comportamento entre DJ'98 e DJ'99: as vendas em quantidade caíram 1% (42.500/41.880 Ton.) e em valor aumentaram 6% (7.457/7.880 mil contos). Em volume e por canais: nos Hipers caíram 6%; nos Supers subiram 10%; e nos Tradicionais caíram 8%.

**Comparando os preços médios entre o arroz e as massas entre DJ'95 e DJ'99:** o arroz valia 205\$00 e passou para 181\$00 (-11,7%) e as massas valiam 188\$00 e aproximaram-se do arroz para 178\$00 (-5,3%).

No ranking dos 20 maiores mercados agro-alimentares o arroz ocupa o 9º lugar com aproximadamente 17 milhões contos.



#### **Preço Médio Arroz vs Massas**



# Receitas de Arroz



## Arroz com queijo ralado

Este prato de arroz é bastante simples de confeccionar e é também muito económico. No entanto o sabor é bastante agradável para acompanhamento de qualquer prato de carne.

### **Ingredientes para 4 pessoas:**

- 250 grs. de arroz Extra-Longo;
- 1 cebola;
- 1 dente de alho;

- 80 grs. de manteiga;
- 1 litro de caldo de carne;
- 150 grs. de queijo ralado;
- 2 colheres de sopa de azeite;
- pimenta preta em pó e sal qb..

### **Preparação:**

Cozer o arroz no caldo, com sal e umas gotas de azeite, durante cerca de 12 minutos. Escorrer e não passar por água, mas mexê-lo bem para

que não pegue. Deitar um pouco de sal.

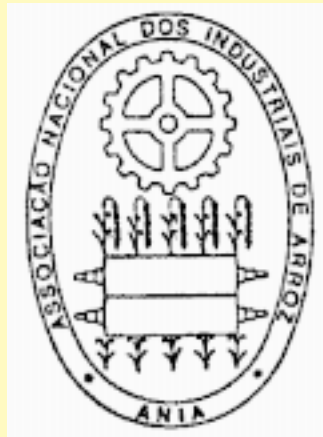
Numa frigideira com azeite fritar a cebola e os alhos (picados) e nesse refogado deitar o arroz, a pimenta, a manteiga e o queijo ralado, deixando refogar durante alguns minutos.

Todas as operações citadas atrás devem ser executadas com rapidez, para que o arroz fique no ponto e não esfrie.

## **Arroz - um alimento saudável**



O Arroz N ° 8 - Janeiro/Fevereiro/Março 1999



# ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS INDUSTRIAIS DE ARROZ

AO SERVIÇO DA  
INDÚSTRIA ARROZEIRA  
DESDE 1975

*Arroz - um alimento saudável*

