

IDENTIFICAÇÃO

O rótulo agora é obrigatório!

Veja as informações que devem constar nas embalagens:

- ✓ Nome e variedade do produto;
- ✓ Nome do produtor;
- ✓ Endereço completo;
- ✓ Inscrição de Produtor ou CPF (se pessoa física) ou CNPJ (se pessoa jurídica);
- ✓ Data de embalagem;
- ✓ Peso líquido:

O peso líquido é exigido pelo INMETRO e fiscalizado pelo Instituto de Pesos e Medidas (IPEM) de cada estado. A altura das letras e números que indicam o peso líquido no rótulo são determinados pela quantidade do produto na embalagem:

- Até 50 gramas - 2mm
- De 50 a 200 gramas - 3mm
- De 200 a 1000 gramas - 4 mm
- Maior que 1000 gramas - 6 mm

Altura mínima da unidade de medida (g ou kg) - 2/3 da altura dos algarismos

PRODUTO

VARIEDADE

DATA

PESO

DADOS CADASTRAIS DO PRODUTOR

Para que a campanha de rotulagem alcance seus objetivos, a norma precisa ser revista e estendida até o consumidor final

Por *Rafaela Cristina da Silva e Aline Vitti*

Com a obrigatoriedade da rotulagem dos produtos vegetais, os hortifrutícolas passaram a ter identidade. A implementação dessa nova regra de comercialização foi dividida em cinco etapas e, em cada uma delas, foi concedido um prazo para que produtores e atacadistas se adequassem à lei. A data limite para o ajuste às normas de rotulagem foi 15 de março de 2004 e, desde então, só devem entrar nas ceasas nacionais hortifrutícolas devidamente rotulados.

A **Hortifruti Brasil** entrevistou 208 agentes responsáveis pela produção, beneficiamento e/ou comercialização de nove hortifrutícolas (tomate, mamão, manga, uva, batata, cebola, banana, laranja e melão), entre os dias 02 e 20 de fevereiro, para conhecer suas ações de adaptação à lei.



AGORA É LEI!

A partir de março de 2004, o produtor e/ou beneficiador devem identificar na embalagem dados sobre o produto e sua origem.

Foram consultados pela **Hortifrufruti Brasil** também o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) e o Movimento das Donas de Casa e Consumidores (MDC) de Minas Gerais e do Rio Grande do Sul, para desvendar os reais problemas e benefícios da rotulagem dos hortifrutícolas para o consumidor brasileiro.

Apesar dos esforços de alguns agentes para se adaptar à regra, problemas como rótulos incorretos e ilegíveis, adesão parcial dos produtores e atacadistas e o fato da campanha não se estender até os supermercados, varejões e feiras livres estão prejudicando a eficácia da rotulagem.

Já que a lei não obriga a comercialização de produtos rotulados nos pontos finais de venda, mesmo que todos produtores identifiquem seus hortifrutícolas corretamente, o consumidor não terá acesso à essa informação. Assim, um dos principais benefícios citados na campanha, que é a possibilidade de interação entre todos os elos da cadeia de comercialização, não poderá ser concretizado pela lei atual.

Do ponto de vista do consumidor final, a medida propiciaria ganhos em termos de qualidade e segurança do alimento. Porém, para que esses benefícios sejam efetivados, é fundamental que a campanha seja estendida até os pontos finais da comercialização dos hortifrutícolas.

Os produtores são a favor da medida

Entre os 130 produtores que responderam à entrevista da **Hortifrufruti Brasil**, 74% são favoráveis à rotulagem. Segundo esses agentes, a medida deve beneficiar o bom produtor, valorizando sua marca e contribuindo para o aumento do número de pedidos e de clientes. Com isso, os agricultores que disponibilizam mercadorias inferiores serão forçados a

investir em suas produções se quiserem continuar no setor. Dessa forma, a qualidade e o padrão dos produtos ofertados tende a melhorar. Além disso, a rotulagem pode ser o início de um processo de profissionalização e modernização de toda a cadeia, contribuindo para a tecnificação agrícola tanto em termos de produção quanto de pós-colheita.

Apesar desses benefícios, até mesmo os produtores que já se adequaram à lei criticam algumas de suas exigências, pois muitas vezes os rótulos se perdem no

Agentes acreditam que a rotulagem beneficia o bom produtor e obriga os agricultores a investir em suas produções, caso queiram se manter no mercado.

varejo ou se misturam a hortifrutícolas de diferentes propriedades.

Os 26% dos produtores contrários à rotulagem acreditam que o aumento nos custos referentes à rotulagem será repassado ao consumidor final, inibindo as vendas. Explicam que seria necessário aumentar o número de empregados e o tempo de trabalho, encarecendo o produto. Além disso, o risco da propaganda desfavorável também contraria esses produtores, já que, ao rotular o produto, o agricultor está se responsabilizado por sua qualidade no ponto final de venda, sem que possa controlá-la.

A reutilização de caixas plásticas e de madeira, ainda muito praticada nos atacados e nas proprie-

dades rurais, também prejudica a viabilidade dos propósitos da lei. Seria necessária uma padronização das embalagens, de tal forma que não pudessem ser reutilizadas, para garantir a veracidade das informações contidas no rótulo. Essa medida, contudo, encareceria ainda mais o produto final.

Atacadistas expõem as limitações da lei

Dos 72 atacadistas ouvidos pela **Hortifrufruti Brasil**, a divergência de opiniões quanto à rotulagem dos produtos de origem vegetal também foi grande. Acreditando que a medida possibilitará a identificação das melhores origens, 68% dos atacadistas entrevistados concordam com a lei. Além disso, esses agentes apontam que ela servirá como referência para os clientes, em termos de qualidade, segurança e garantia do peso líquido descrito no rótulo.

Os 32% contrários à medida afirmam que colocar a etiqueta na caixa é “perda de tempo”, pois, na maioria das vezes, os produtos são expostos em feiras, varejões e supermercados a granel, onde o rótulo não é preservado.

Os atacadistas também consideraram que a rotulagem poderá gerar aumento nos preços dos hortifrutícolas, em virtude das despesas necessárias para se ajustar à medida. Como consequência, os clientes das ceasas podem buscar o produto diretamente da origem a fim de obter preços mais baixos.

Além disso, a necessidade de uma fiscalização mais severa que garanta a veracidade das informações contidas nos rótulos e a dificuldade em vender produtos datados, que perdem seu valor de mercado após alguns dias de prateleira, também foram citadas como barreiras à aceitação da lei de rotulagem por parte desses agentes.

Nem todos os atacados aderiram à lei. Mesmo nas centrais

ROTULAGEM

A maioria é a favor da lei

	A FAVOR	CONTRA
Produtor	74%	26%
Atacadista	68%	32%

OBS: 136 produtores/beneficiadores e 72 atacadistas foram entrevistados entre 02 e 20 de fevereiro de 2004, sendo que 6 produtores e 6 atacadistas se abstiveram da pesquisa.

Fonte: Cepea/Hortifruti Brasil

onde a rotulagem já é obrigatória (ceasas de São Paulo, Espírito Santo, Minas Gerais e do Rio Grande do Sul), alguns produtos comercializados ainda não apresentam rótulos. O atacado que apresentou maior adesão até o final de fevereiro foi a Ceagesp, onde a intensa fiscalização garantiu a boa adaptação à norma.

Grande parte dos atacadistas dessa central é a favor da rotulagem dos produtos vegetais, mas eles acreditam que as falhas existentes na campanha dificultam

um apoio maior por parte dos produtores e atacadistas. Segundo esses agentes, os produtores tiveram pouco tempo para se adequar à lei, que exige alterações no pro-

cesso de pós-colheita e capital para as embalagens e fabricação de rótulos.

A falta de uma embalagem padrão para alguns hortifrutícolas foi outro empecilho citado pelos atacadistas. Tanto que esta questão também foi discutida pelos profissionais que participaram do 1º Encontro de Técnicos das Ceasas das regiões Sul e Sudeste, realizado no final de novembro de 2003, na Ceagesp. O resultado desse evento foi de que a rotulagem é o primeiro passo para melhorar a embalagem.

INFORMAÇÕES BÁSICAS SOBRE A LEI E A FISCALIZAÇÃO DOS RÓTULOS

Apesar da campanha de identificação dos hortifrutícolas ser chamada de rotulagem, as informações também podem ser divulgadas através de carimbo, etiqueta ou impressão na embalagem. Os dados devem ser legíveis e de fácil entendimento. Os responsáveis pela identificação são o produtor ou o embalador. Porém, os dados que devem constar no rótulo são os referentes à origem.

As leis que garantem a classificação e padronização de produtos vegetais estão em vigor desde 2000 nas regiões Sul e Sudeste:

→ Lei 9.972/2000, de 25/05/2000, do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA): trata da classificação e padronização dos produtos vegetais.

→ A Instrução Normativa Conjunta SARC/ANVISA/INMETRO nº 009/02: regulamenta as embalagens destinadas ao "acondicionamento, manuseio e comercialização dos produtos hortícolas *in natura* em embalagens próprias para a comercialização, visando à proteção, conservação e integridade dos mesmos". Estabelece também, que as embalagens de produtos devem ter medidas paletizáveis, ser higienizáveis ou descartáveis e rotuladas. A Instrução Normativa Nº 009/02 leva em consideração a "necessidade de assegurar a verificação das informações a respeito da classificação dos produtos hortícolas, além da necessidade de assegurar a obrigatoriedade da indicação qualitativa e quantitativa, da uniformidade dessas indicações e do cri-

tério para a verificação do conteúdo líquido".

→ A Instrução Normativa 009/03, editada em conjunto pelos ministérios da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, da Saúde e do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, também passou a exigir a identificação de origem das hortaliças e frutas frescas.

Apesar das leis existirem desde 2000, a campanha de rotulagem começou a partir da resolução da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), editada em maio de 2002. Esta medida obriga que todo produto embalado na ausência do consumidor apresente um rótulo.

A fiscalização está a cargo do Ministério da Agricultura, da Agência de Vigilância Sanitária (Anvisa) e do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO). Segundo o Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 31, "a oferta e apresentação de produtos ou serviços devem assegurar informações corretas, claras, precisas, ostensivas e em língua portuguesa sobre suas características, qualidades, quantidade, composição, preço, garantia, prazos de validade e origem, entre outros dados, bem como sobre os riscos que apresentam à saúde e à segurança dos consumidores".

Na Ceagesp, a fiscalização vem sendo rigorosa. Os atacadistas que receberem produtos sem as informações necessárias poderão sofrer desde advertência até interdição do estabelecimento, suspensão, cassação ou cancelamento do credenciamento.

Menos da metade já aderiu à rotulagem

Na pesquisa realizada pela **Hortifruti Brasil** em janeiro de 2004, 42% dos produtores declararam já ter se adequadado às normas de identificação, sendo que a maioria começou a rotular seus produtos aproximadamente um ano antes da norma ter entrado em vigor. Dos 49% que ainda não estão ajustados à lei, muitos acreditam que esta medida não lhes trará qualquer benefício.

Além dos produtores contrários e dos favoráveis à rotulagem, 9% dos entrevistados não têm conhecimento quanto à aplicação dessa norma, principalmente nas regiões Norte e Nordeste do país, onde a lei ainda não tem prazo para entrar em vigor. Muitos sequer conheciam a obrigatoriedade dos rótulos e outros, que já tinham consciência da lei, não sabiam quais eram as exigências quanto ao modelo do rótulo, onde colocá-lo, dados que deveriam constar, etc. Também a pouca fiscalização nas ceasas (com exceção da Ceagesp) faz com que os produtores acreditem que a medida “não terá futuro”.

Considerando os atacadistas entrevistados nas ceasas de Campinas, Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Goiânia e São Paulo (Ceagesp), 22% declararam estar recebendo todas as suas mercadorias com ró-

tulo, enquanto que outros 50% recebem mais da metade dos produtos rotulados. Na Ceagesp, especificamente, de 80% a 90% dos produtos comercializados têm rótulo.

Supermercados devem aderir à norma

Apesar das inúmeras divergências quanto à obrigatoriedade dos rótulos, um ponto é comum entre os agentes do setor: a lei precisa chegar até os pontos finais de venda. Só assim a real finalidade da rotulagem, a identificação da origem do produto pelo consumidor final seria alcançada.

Se a lei não for estendida aos supermercados varejões e feiras, o consumidor não irá saber quem é o produtor

Caso contrário, as controvérsias em relação a essa norma continuarão, pois se os supermercados, considerados o elo mais forte da cadeia, não se adequarem à rotulagem, os demais segmentos ficarão na incerteza da sua viabilidade.

Isso porque, além dos supermercados serem responsáveis por boa parte da comercialização dos produtos vegetais, eles estabelecem também o mais freqüente com contato os consumidores.

A pesquisa realizada pela **Hortifruti Brasil** também mostrou que o setor hortifrutícola ainda é bastante deficiente na recepção de informações sobre o funcionamento da própria cadeia. No caso da rotulagem, a lei vem sendo discutida desde 2002 e, ainda hoje, existem produtores que nem ao menos sabem de sua existência.

As diversas falhas encontradas tanto na aplicação da norma quanto em sua divulgação resultaram na descrença de sua eficácia e durabilidade. Apesar disso, uma adesão plena de todos os níveis do setor poderia não só melhorar a qualidade e a segurança do alimento comercializado, mas também todo o sistema de informação a respeito da cadeia hortifrutícola. Isto facilitaria o controle das etapas de produção pelos agricultores, além de possibilitar aos atacadistas e consumidores, a rastreabilidade e a identificação dos responsáveis pelo produto em exposição.

Portanto, para que os benefícios divulgados sejam atingidos e a continuidade da lei seja garantida, é necessário rever alguns critérios dessa norma e fazer com que os supermercados, varejões e feiras também se adequem à lei. ■

QUAIS OS GANHOS DA ROTULAGEM PARA O CONSUMIDOR ?

A **Hortifruti Brasil** perguntou ao **IDEC (Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor)** sua opinião sobre os benefícios da rotulagem dos hortifrutícolas para o consumidor brasileiro. O **IDEC** é uma organização não-governamental que promove a educação, a conscientização, a defesa dos direitos do consumidor e a ética nas relações de consumo.

“Os ganhos imediatos para o consumidor só serão percebidos com a proximidade dos órgãos de vigilância sanitária e produtor, o que favorecerá significativamente o processo de rastreabilidade dos produtos menciona-

dos, auxiliando nas ações de vigilância sanitária, as quais são direcionadas ao consumidor. Assim, neste primeiro momento, consideramos a rotulagem obrigatória como uma vantagem indireta ao consumidor. Por outro lado, a existência de uma legislação de rotulagem para este tipo de hortifrutícolas abre precedentes para uma segunda etapa, que seria a rotulagem dos produtos nos pontos de venda, isto é, gôndolas de supermercados, mercearias, quitandas e, no futuro, nas bancas das feiras livres. Aliás, negociações neste sentido já

vêm acontecendo entre o Movimento das Donas de Casa e dos Consumidores e as entidades de distribuição de Minas Gerais e sua concretização gerará vantagens diretas ao consumidor. Além disso, a legislação em questão obedece ao Código de Defesa do Consumidor (Lei 8078, de 11 de novembro de 1990) disponível em <http://www.idec.org.br/paginas/cdc.asp>, Artigo 6º, Inciso III.”

Murilo Diversi
Especialista em Alimentos
Idec - Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor

CEBOLA É O SETOR COM MENOR ADEÇÃO À ROTULAGEM

Produtores que aderiram à rotulagem ¹	Impactos Positivos ²	Impactos Negativos ²
75% 	Promove a identificação do produto e a divulgação da marca; padroniza o melão comercializado e possibilita sua rastreabilidade.	Aumenta os custos de produção e há possibilidade de mistura de mercadorias de diferentes procedências. Além disso, os produtos datados têm maior dificuldades nas vendas.
71% 	Gratifica os bons produtores; moderniza o setor e garante credibilidade e rastreabilidade ao produto.	Eleva as despesas com mão-de-obra e, os produtores que colhem a uva antes de atingir o <i>brix</i> ideal tendem a perder espaço no mercado.
61% 	Padroniza o produto e valoriza o bom produtor, incentivando os demais a melhorar a qualidade do tomate comercializado. Permite a rastreabilidade do produto e garante a segurança alimentar.	Aumenta as despesas com mão-de-obra e custos de produção; dificulta a venda de produtos datados após poucos dias de prateleira, ocasionando a redução do preço ainda que o produto apresente boa qualidade.
57% 	Possibilita a identificação da origem do produto, trazendo vantagens para quem oferta a batata de boa qualidade.	Aumento nos custos de produção e em mão-de-obra. O produto datado tende a ser rejeitado em um curto prazo de tempo.
50% 	Através da padronização e da rastreabilidade, garante a valorização do bom produtor. Além disso, certifica a qualidade da manga.	Eleva os custos com mão-de-obra. Alguns produtores que ainda não possuem o rótulo utilizam etiquetas de outras origens.
29% 	Beneficia o bom produtor e proporciona a valorização da fruta através da divulgação da marca.	Acarreta aumento dos custos de produção. Além disso, como muitos citricultores ainda utilizam caixas de madeira, o produto de uma origem pode ser comercializado na embalagem de outra.
21% 	Permite a rastreabilidade do produto. Gratifica o bom produtor, incentivando os demais a melhorar a qualidade da fruta vendida.	A reutilização da mesma caixa por produtores diferentes prejudica a identificação da origem. Aumentam os custos de produção e as despesas com a mão-de-obra.
21% 	Valorização dos bons produtores e das melhores marcas. Permite a padronização e a garantia de qualidade.	Existem dificuldades em definir o peso líquido da banana.
20% 	Identifica o bom produtor e a marca de boa qualidade, além de permitir a rastreabilidade do produto.	A beneficiadora pode sofrer marketing negativo pela comercialização de frutas de baixa qualidade. Há aumento dos custos de produção e, pode ocorrer a reutilização de sacarias por diferentes produtores.

¹ 136 produtores/beneficiadores foram entrevistados entre 02 e 20 de fevereiro de 2004.

² As informações da tabela referem-se aos impactos citados pelos entrevistados.