

GUIA PARA
PRODUÇÃO DE



PRODUTOS
PREMIUM

COMO INOVAR NA CADEIA PRODUTIVA
DE ALIMENTOS E BEBIDAS

gov **RS**
NOVAS FAÇANHAS
NA INOVAÇÃO, CIÊNCIA
E TECNOLOGIA



**Guia para Produção
de Produtos Premium**

*Como Inovar na Cadeia Produtiva
de Alimentos e Bebidas*

EXPEDIENTE

EDITADO EM 2014

Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento - AGDI

Ivan De Pellegrin - Presidente

Jorge Ussan - Diretoria de Planejamento, Programas e Captação de Recursos

Eliana Dienstmann - Coordenação do GT de Alimentos Premium

Sílvia Regina Schumacher - Assessoria Técnica e Gestão do Projeto

Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul - FIERGS

Heitor José Müller - Presidente

Conselho da Agroindústria - Conagro/FIERGS

Marcos Oderich - Coordenação

Tânia Campanhol Sette - Execução Técnica

Revisão - 2020

Secretaria de Inovação Ciência e Tecnologia - SICT

Luís da Cunha Lamb - Secretário

José Fernando Mattos - Secretário Adjunto

Ana Paula Matei - Diretoria da Gestão da Inovação

Equipe Técnica

Sílvia Regina Schumacher - Coordenação do Programa Produtos Premium

Tânia Cristina Campanhol Sette - Equipe do Programa Produtos Premium

Jonathan Vaz Martins Silva - Equipe do Programa Produtos Premium

Assessoria de Comunicação

Raiza Roznieski - Coordenação da Assessoria de Comunicação

Andielli Silveira - Equipe da Assessoria de Comunicação

Taylor Pitana - Equipe da Assessoria de Comunicação

Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo

Rodrigo Lorenzoni - Secretário

Marcelo Zepka Baumgarten - Diretor de Desenvolvimento Econômico

Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural

Covatti Filho - Secretário

Ivan Bonetti - Diretor do Departamento de Política Agrícola e Desenvolvimento Rural

Colaboradores:

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE

Ayrton Pinto Ramos - Diretor Técnico

Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária - EMBRAPA PECUÁRIA SUL

Danilo Menezes Sant'Anna - Pesquisador

SUMÁRIO

Apresentação	6
Introdução	8
Conceitos	9
Elementos de diferenciação	12
Tendências de Mercado	24
Cases Setoriais	30
Vinhos.....	32
Arroz.....	34
Cachaça.....	36
Carnes.....	38
Frutas e Sucos.....	42
Leite e Derivados.....	44
Azeite de Oliva.....	46
Noz Pecan.....	48
Cerveja Artesanal.....	50
Como produzir um Produto Premium?	52
Exportação	64
Apoio à Inovação	70
Considerações Finais	88
Referências e Fontes	90

APRESENTAÇÃO

A **Secretaria de Inovação, Ciência e Tecnologia (SICT)** tem como propósito desenvolver projetos de alto impacto para o crescimento do Rio Grande do Sul, fomentando uma economia baseada nas pessoas e no conhecimento, estimulando a inovação em atividades econômicas e sociais.

Com a finalidade de estimular a agregação de valor aos produtos gaúchos por meio da inovação e do conhecimento, a SICT resgatou os conteúdos do Programa Gaúcho de Alimentos Premium, originalmente desenvolvido pela extinta Agência Gaúcha de Desenvolvimento e Promoção do Investimento (AGDI), em parceria com a Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (FIERGS), para criar o Programa Produtos Premium.

O Programa conta com a parceria da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural (SEAPDR),

da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR), da Secretaria de Meio Ambiente e Infraestrutura (SEMAI), do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), da Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (FIERGS), do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), da Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul (FARSUL) e demais instituições que vão sendo agregadas de acordo com as demandas dos setores.

Este informativo é uma versão atualizada do Guia da Produção de Alimentos Premium, produto de uma das metas do Projeto Programa Gaúcho de Alimentos Premium, anteriormente mencionado. Foi enriquecido com contribuições vindas de trabalhos técnicos das Secretarias SICT, SEDETUR, SEAPDR e de setores parceiros. Entre outros esforços, o Programa visa a orientar e a estimular

empresários industriais, institutos, associações, cooperativas, instituições de política, de fomento, de ciência e tecnologia e outros interessados a ampliar a sinergia na implantação de processos sistemáticos e sistêmicos, capazes de promover investimentos para produção de produtos *premium* no Estado do Rio Grande do Sul.

O principal objetivo deste guia é fornecer insumos para sensibilizar e estimular os agroindustriais de pequeno, médio ou grande porte sobre a importância da agregação de valor aos seus produtos como estratégia principal, e não focada na competição por preço, normalmente centrada na redução de custos industriais e na produção em grande escala. Futuramente, planeja-se lançar guias específicos para alguns setores individuais escolhidos, com orientações direcionadas.

INTRODUÇÃO

Embora o Rio Grande do Sul venha recuperando espaço na comparação com os demais estados brasileiros em produção e exportação de produtos agropecuários, a competitividade de alguns segmentos, especialmente alimentos, depende fundamentalmente do incremento da capacidade inovadora dos atores ao longo de toda a cadeia de valor.

Considerando as características da produção agropecuária do Estado, que, em vários segmentos, apresenta participação expressiva da agricultura familiar produzindo em pequena escala, a indústria de alimentos, também em sua maioria de pequeno e médio porte, acaba por encontrar dificuldades para competir no mercado de *commodities*, cuja principal característica é a produção em larga escala com custos baixos.

Em paralelo, em todo o mundo é observada a ampliação de um perfil de consumidores que vivem o ritmo rápido das grandes cidades, onde o tempo é escasso, mas que, em função do aumento da renda e do acesso à informação, expandiram suas preocupações com a saúde. Assim, demandam alimentos mais saudáveis e mais práticos para o dia a dia.

Essa rápida análise mostra que o setor está diante de um desafio e,

ao mesmo tempo, de uma grande oportunidade: organizar-se para aumentar a produção de alimentos e de outros produtos com maior valor agregado, tanto para atender às tendências de mercado, como para ampliar sua competitividade.

Por isso, este guia começa definindo os conceitos que envolvem a produção de alimentos de maior valor agregado, as tendências de mercado e os casos setoriais que conseguiram alcançar esse patamar, acrescentando os setores de olivicultura, noz pecan e cerveja artesanal que não constavam do informativo anterior. Em seguida, apresenta um esquema simplificado de autodiagnóstico para as empresas que pretendem melhorar sua competitividade com base em uma estratégia de diferenciação. Apresenta informações atualizadas sobre o processo de exportação. Descreve os principais instrumentos de incentivos vigentes do Governo Estadual que podem contribuir para o desenvolvimento tecnológico e produtivo dos produtos *premium*. Por fim, encerra com uma relação atualizada de instituições de política, fomento e pesquisa e associações que compõem uma rede capaz de auxiliar as empresas a enfrentar os desafios da mudança.

CONCEITOS

Alimento premium é aquela que tem um ou mais atributos que o **destaca**, seja na embalagem, na qualidade, porcionamento, conveniência, creditações, saudabilidade, sensorialidade, sustentabilidade ou outros atributos que sejam **percebidos** e **valorizados** pelo consumidor, proporcionando à cadeia produtiva ou a alguns de seus elos um **maior valor agregado**.

Um fator que se destaca para a produção de alimentos *premium* é o **conhecimento** de como produzir com qualidade utilizando a **tecnologia** adequada.

Entende-se por conhecimento o domínio teórico ou prático de uma arte, de uma ciência, de uma técnica, etc. No caso de alimento *premium*, essa técnica é o conjunto de procedimentos utilizados para a agregação de valor. Para tanto, pode-se ou não se utilizar de instrumentos tecnológicos de última geração.

O desenvolvimento tecnológico para o aprimoramento da produção é primordial, porém a aquisição de equipamentos de alta tecnologia não garante aquisição de conhecimento da técnica na produção de um alimento diferenciado. É a combinação de vários conhecimentos técnicos, tecnológicos e/ou acumulados por gerações que, na

prática, resultam no aperfeiçoamento. Pode-se produzir alguns alimentos de alto valor agregado com uso de equipamentos de tecnologia comum, bastando o conhecimento específico para fazer bem feito.

Assim, pode-se dividir a produção de alimentos de alto valor agregado em duas categorias: uma com o uso de novas tecnologias, outra com a adequada exploração de tecnologias tradicionais. A Figura que segue representa, no eixo horizontal, a produção de produtos oriundos das matérias-primas vegetais e animais conforme agregação de valor, indo da baixa agregação (*commodities*) para a alta agregação (*premium*). O eixo vertical representa a tecnologia, na qual se teria, na parte superior, a combinação de capacidade de investimento, aquisição e emprego de equipamentos de última geração, ou a exploração mais adequada de tecnologias tradicionais.



A Figura mostra algumas características principais envolvendo os quatro tipos de produção de alimentos definidos nos Quadrantes, porém com destaque para a produção de alimentos premium, nos Quadrantes II e III a seguir detalhados:

- Quadrante II caracteriza-se pelo alto investimento em pesquisa e desenvolvimento tecnológico, seja em produtos, processos ou embalagens. Os produtos que representam esse quadrante são aqueles desenvolvidos com propriedades específicas ressaltadas ou inseridas no alimento, como, por exemplo, os funcionais, os probióticos, os prebióticos, ou com propriedades cosméticas e outros.

Da mesma forma, em processo e embalagens são investidas as mais altas tecnologias, tais como sistemas robóticos com base em informações fornecidas por sensores, para manter propriedades e garantir segurança e dar praticidade aos consumidores.

- Quadrante III caracteriza-se pelo menor uso de novas tecnologias, mas com uso intensivo de técnicas e conhecimentos para agregação de valor. Os produtos que podem representar esse quadrante são os orgânicos, os coloniais, os integrais, os regionais, com indicação de procedência, por exemplo. Os processos de fabricação podem não contar com equipamentos de ponta;

no entanto, garantem qualidade e segurança, da mesma forma que as embalagens têm um cuidado para atender a um consumidor exigente.

Obviamente, as fronteiras desses Quadrantes não são necessariamente tão definidas. Pode-se, por exemplo, na produção de produtos orgânicos, fazer uso de equipamentos mais modernos para produção em maior escala.

O conceito premium, por fim, envolve o desafio de unir elementos objetivos, como produto e processamento, com critérios subjetivos do consumidor, como ética e valores sociais e ambientais. É uma estratégia de diferenciação para fugir da competição das commodities, da produção de grande escala, focada em redução de custos e padronização.

É o fazer diferente do comum, investindo no desenvolvimento de novas ideias e em estratégias de gestão e comercialização, as quais permitem que a produção em escala relativamente menor seja viável em um mercado onde imperam a padronização e a escassa variedade.

A busca por maior valor agregado traz consigo a demanda por inovação. Assim, é preciso inovar não apenas em produto, mas também em processo, em marketing e nos âmbitos organizacional e institucional, no processo de indução do desenvolvimento regional sustentável, conforme segue:

Produto: refere-se tanto à sua melhoria como ao desenvolvimento de um novo.

Processo: contempla a busca contínua pela sua melhoria ou implementação de novos processos.

Marketing: envolve os métodos de comunicação da concepção dos produtos, da sua embalagem e do posicionamento de mercado.

Organizacional: contempla as práticas de gestão da organização.

Institucional: contempla os valores da empresa que irão refletir nas suas estratégias e nas suas relações externas.

ELEMENTOS DE DIFERENCIAÇÃO

Um produto *premium* é encontrado por cliente disposto a pagar mais como recompensa por um benefício exclusivo, por algo único em relação ao seu nicho. O consumidor tende a tornar-se mais fiel à marca, pois reconhece um ou mais atributos com os quais se identifica. As possibilidades de diferenciação são diversas e se complementam. Em tópicos gerais, as principais estão resumidas a seguir.

Diferenciações dos alimentos premium

- Origem e rastreabilidade
- Design
- Responsabilidade social e ecológica
- Comércio justo
- Alimentação saudável
- Segurança alimentar
- Pontos de venda elaborados
- Conveniência
- Alta qualidade demonstrada com selos ou certificações
- Premiações nacional e internacional

Produtos, serviços, pessoas e ideias se destacam quando possuem características ou aspectos positivos. Isso vale para os alimentos *premium*: em meio a tantos outros produtos muito parecidos, quem usar um diferencial poderá ser mais bem reconhecido pelo consumidor. Com isso, passa a estabelecer a conexão entre valor e fidelidade.

Um bom exemplo de agregação de valor são as indicações geográficas (IGs), as quais reconhecem como um valor o local onde o produto é feito. A existência das IGs serve para lembrar a necessidade da capacidade associativa e de articulação dos atores – fundamentais para criá-las.

Os desafios para alcançar padrões superiores vão muito além dos limites da empresa. Via de regra, dependem da relação com os fornecedores, de ações colaborativas com concorrentes locais e com outros atores regionais.

Segundo o Ministério da Agricultura, Abastecimento e Pecuária (MAPA),

o registro de Indicação Geográfica (IG) é conferido a produtos ou serviços que são característicos do seu local de origem, o que lhes atribui reputação, valor intrínseco e identidade própria, além de distingui-los em relação aos seus similares disponíveis no mercado. São produtos que apresentam uma qualidade única em função da tradição de uma região em produzi-lo, dos recursos naturais, como solo, vegetação, clima e saber fazer (*know-how ou savoir-faire*). O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é a instituição que concede o registro e emite o certificado.



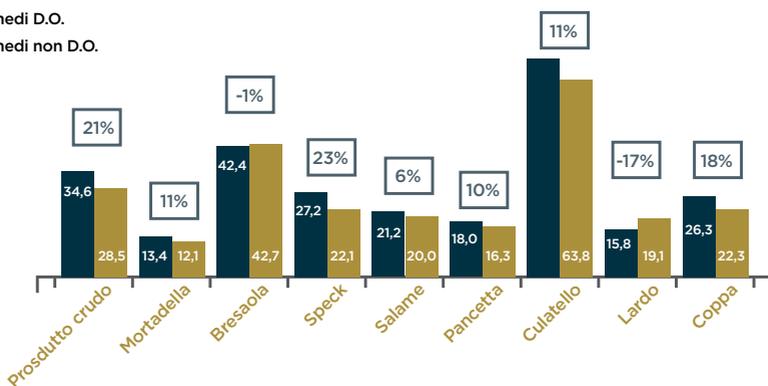
As Indicações Geográficas podem ser de dois tipos:

- **Indicação de Procedência (IP):** é baseada na fama e no renome de uma região geográfica como centro produtor. É o nome geográfico de um país, cidade, região ou uma localidade que se tornou conhecido como centro de produção, fabricação ou extração de determinado produto ou prestação de determinado serviço. É importante lembrar que, no caso da Indicação de Procedência, é necessária a apresentação de documentos que comprovem que o nome geográfico seja conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou prestação do serviço.
- **Denominação de Origem (DO):** é baseada nas especificidades exclusivas ou essenciais que uma região geográfica pode agregar a um produto. É o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos. Para sua criação, deverão ser apresentadas a descrição das qualidades e as características do produto ou serviço que se destacam, exclusiva ou essencialmente, por causa do meio geográfico ou dos fatores naturais e humanos.

No gráfico a seguir, percebe-se a valorização de alguns desses produtos na Itália. Por exemplo, o presunto cru com DO chega a custar 21% a mais por kg.

PREZZI MEDI (€/kg)
D.O. vs non D.O.

■ p/ medi D.O.
■ p/ medi non D.O.



Tanto a IP quanto a DO conferem ao produto uma identidade própria, tornando-o mais atraente ou confiável. Criam um fator diferenciador entre um produto de outro concorrente ou afim. Contribuem para o aumento dos clientes. Seu registro reconhece reputação, qualidades e características dos produtos que estão vinculadas ao local. Como resultado, elas comunicam ao mundo que certa região se especializou e tem capacidade de produzir um artigo diferenciado.

No âmbito da Indicação Geográfica

Como exemplo, temos no Estado a Denominação de Origem (DO) Vale dos Vinhedos. A norma estabelece que toda a produção de uvas e o processamento da bebida sejam realizados na região delimitada do Vale dos Vinhedos. A DO também apresenta regras de cultivo e de processamento relacionadas a limites de produtividade de uvas, graduação alcoólica, processo produtivo, rastreabilidade, padrão de identidade e rotulagem. Link: <https://www.embrapa.br/indicacoes-geograficas-de-vinhos-do-brasil/ig-registrada/do-vale-dos-vinhedos>



A lista completa das IGs no Rio Grande do Sul pode ser visualizada no Quadro a seguir.

Quadro 1 – Lista completa das IGs no Rio Grande do Sul

Indicação	Estado	Produto	Produto simplificado	Associação	Ano	Tipo
Vale dos Vinhedos	RS	Vinhos: tinto, branco e espumante	Vinho	A. P. de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - APROVALE	2002	IP
Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	RS	Carne Bovina e derivados	Outros	Ass. Prod. Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional	2006	IP
Vale do Sinos	RS	Couro Acabado	Outros	Associação das Indústrias de Curtumes do Rio Grande do Sul - AICSUL	2009	IP
Pinto Bandeira	RS	Vinhos tintos, brancos e espumantes	Vinho	Associação dos Produtores de Vinhos Finos de Pinto Bandeira - ASPROVINHO	2010	IP
Litoral Norte Gaúcho	RS	Arroz	Outros	Associação dos Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho - APROARROZ	2010	DO
Pelotas	RS	Doces tradicionais de confeitaria e de frutas	Outros	Associação dos Produtores de Doces de Pelotas	2011	IP
Altos Montes	RS	Vinhos e espumantes	Vinho	Associação de Produtores dos Vinhos dos Altos Montes	2012	IP
Vale dos Vinhedos	RS	Vinho e espumantes	Vinho	Assoc. Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos - APROVALE	2012	DO

Indicação	Estado	Produto	Produto simplificado	Associação	Ano	Tipo
Monte Belo do Sul	RS	Vinhos e espumantes	Vinho	Associação dos Vitivinicultores de Monte Belo do Sul	2013	IP
Farroupilha	RS	Vinho Fino Branco Moscatel; Vinho Moscatel Espumante; Vinho Frisante Moscatel; Vinho Licoroso Moscatel; Mistela Simples Moscatel; Brandy de Vinho Moscatel	Vinho	Associação Farroupilhense de Produtores de Vinhos Espumantes, Sucos e Derivados - AFAVIN	2015	IP
Campos de Cima da Serra	RS/SC	Queijo artesanal serrano	Queijo	Federação das Associações de Produtores de Queijo Artesanal Serrano de SC e RS	2020	DO
Campanha Gaúcha	RS	Vinho fino branco tranquilo; Vinho fino rosado tranquilo; Vinho fino tinto tranquilo; Vinho Espumante fino	Vinho	Associação dos Produtores de Vinhos Finos da Campanha Gaúcha	2020	IP
Gramado (Pedido publicado, registro ainda não concedido)	RS	Chocolate Artesanal	Chocolate	Associação das Indústrias de Chocolate Caseiro de Gramado	2018	IP

Fonte: INPI, 2020. <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil>. Acessado em 13 de julho de 2020, às 13:57.

No âmbito das Marcas Coletivas

Segundo o INPI, marca coletiva é aquela destinada a identificar e distinguir produtos ou serviços provenientes de membros de uma pessoa jurídica representativa de coletividade, como associações, de produtos ou serviços de outra procedência. A marca coletiva possui finalidade distinta da marca de produto ou serviço. O objetivo da marca coletiva é indicar ao consumidor que aquele produto ou serviço provém de membros de uma determinada entidade.

Como exemplo de Marca Coletiva no setor de alimentos e bebidas no Rio Grande do Sul, temos a APROPAMPA, cuja titular é a Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Campanha Meridional, para distinguir a produção de carne e derivados provenientes do Bioma Pampa gaúcho.



No âmbito da Promoção Comercial

Selo Sabor Gaúcho - selo criado para as agroindústrias familiares do Rio Grande do Sul agrega valor à produção, pois confere às agroindústrias a certificação de que seus produtos provêm de um estabelecimento legalizado (fiscal, sanitário e ambiental). Site: <https://www.agricultura.rs.gov.br/agroindustria-familiar>



No âmbito Técnico-Sanitário

SIM – Serviço de Inspeção Municipal: Selo de inspeção válido para os municípios de todo o Brasil. Controla a qualidade dos produtos de origem animal, como embutidos cárneos, queijo, ovos, mel e doces, monitorando e inspecionando a sanidade do rebanho, o local e a higiene da industrialização, certificando com selo de garantia todos esses produtos. As normas técnicas variam de acordo com a legislação municipal correspondente do estabelecimento interessado em obter a certificação. Link: <https://www.agricultura.rs.gov.br/susaf>



SIE – Serviço de Inspeção Estadual - Divisão de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA): certificação da inspeção de produtos de origem animal que são comercializados dentro do Estado. Exige o cumprimento de normas técnicas, as quais definem equipamentos e instalações mínimos exigidos para diferentes estabelecimentos. A DIPOA atua em estabelecimentos de abate de bovinos, bubalinos, ovinos, suínos, javalis, aves, pescado e coelhos. Seus fiscais também trabalham junto a entrepostos de carnes, pescado, laticínios, mel, ovos e na industrialização de seus derivados. Link: <https://www.agricultura.rs.gov.br/divisao-de-inspecao-de-produtos-de-origem-anim-dipoa>



SIF – Serviço de Inspeção Federal: selo para produtos de origem animal do Serviço de Inspeção Federal (SIF), do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que identifica os alimentos com procedência conhecida, registrados e inspecionados pelo governo. Existe um regulamento técnico de identidade e qualidade para cada tipo de produto. As normas estabelecem as matérias-primas a serem utilizadas, os aditivos que podem ser acrescentados a cada categoria de alimento, denominação de venda, prazo de validade, data de fabricação e condições de conservação (especificação de temperatura para produto resfriado ou congelado), entre outras obrigatoriedades.
Link: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-animal/sif/servico-de-inspecao-federal-sif>



SISBI-POA – Sistema Brasileiro de Inspeção de Produtos de Origem Animal, que faz parte do Sistema Unificado de Atenção à Sanidade Agropecuária (SUASA), padroniza e harmoniza os procedimentos de inspeção de produtos de origem animal para garantir a inocuidade e segurança alimentar. Os Estados, o Distrito Federal e os Municípios podem solicitar a equivalência dos seus Serviços de Inspeção com o Serviço Coordenador do SISBI. Para obtê-la, é necessário comprovar que têm condições de avaliar a qualidade e a inocuidade dos produtos de origem animal com a mesma eficiência do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Os requisitos e demais procedimentos necessários para a adesão ao SISBI-POA já foram definidos pelo Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA) do MAPA. Também foram instituídos gestores estaduais para atuarem como técnicos de referência junto às Superintendências Federais de Agricultura (SFA), responsáveis pela divulgação e orientação aos serviços de inspeção interessados na adesão ao sistema.
Link: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/suasa/sisbi-1>



No âmbito da Segurança Alimentar

PAS – Programa Alimento Seguro: é um programa desenvolvido por entidades do Sistema “S” que tem o objetivo de reduzir os riscos de contaminação dos alimentos. Atua no desenvolvimento de metodologias, conteúdos e na formação e capacitação de técnicos para disseminar, implantar e certificar ferramentas de controle em segurança de alimentos, como as Boas Práticas, o Sistema de Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC) e NBR - ISO 22.000, nas empresas integrantes da cadeia dos alimentos, em todo o país. Site: <https://www.senairs.org.br/institutos/alimentos-e-bebidas>

NBR ISO 22000: 2019 – Sistemas de Gestão da Segurança de Alimentos: especifica requisitos para o Sistema de Gestão da Segurança de Alimentos. A organização na cadeia produtiva precisa demonstrar sua habilidade em controlar os eventuais riscos, a fim de garantir que o alimento estará seguro no momento do consumo. Também integra os princípios do sistema APPCC. Link: <http://www.abnt.org.br>



No âmbito do Comércio Justo

Fair Trade: apoio ao desenvolvimento sustentável das organizações de produtores e pequenos trabalhadores agrícolas. Tem como princípios: Desenvolvimento Social; Desenvolvimento Econômico; Desenvolvimento Ambiental; Proibição de Trabalho Forçado e Infantil. A certificação funciona como uma cadeia, onde não apenas o produtor (na forma de cooperativa ou associação) é certificado, mas as indústrias também, de forma que toda a cadeia produtiva segue as regras do comércio justo. Site: <http://www.fairtrade.net/standards.html>



No âmbito da Alimentação Orgânica

Certificado Orgânico IBD: certificadora brasileira de produtos orgânicos com credenciamento IFOAM (mercado internacional), ISO Guide 65 (mercado europeu – regulamento CE 834/2007), Demeter (mercado internacional), USDA/NOP (mercado norte-americano) e INMETRO / MAPA (mercado brasileiro), o que torna seu certificado aceito globalmente. Site: <http://ibd.com.br>



Selo SISORG – Selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica: para ser considerado orgânico, o produto tem que ser produzido em um ambiente de produção orgânica, em que se utilizam como base do processo produtivo os princípios agroecológicos que contemplam o uso responsável do solo, da água, do ar e dos demais recursos naturais, respeitando as relações sociais e culturais. Na agricultura orgânica, não é permitido o uso de substâncias que coloquem em risco a saúde humana e o meio ambiente. Não são utilizados fertilizantes sintéticos solúveis, agrotóxicos e transgênicos. Site: <http://www.agricultura.gov.br/desenvolvimento-sustentavel/organicos>



Demeter - certificação para produtos de Agricultura Biodinâmica. Um processo de verificação abrangente assegura o estrito cumprimento dos padrões internacionais de produção e processamento Demeter, bem como os regulamentos orgânicos aplicáveis nos diversos países, desde a produção agrícola até o processamento e embalagem do produto final. Não só é eliminado o uso de fertilizantes sintéticos e de agentes químicos de proteção de plantas na produção de culturas agrícolas, ou aditivos artificiais durante o processamento, como também são exigidas medidas específicas para fortalecer os processos de cultivo no solo e de alimentos. Link: <http://www.demeter.net/>



TENDÊNCIAS DE MERCADO

Em busca da valorização:

Tendências mundiais no consumo de alimentos

Entender as necessidades e os desejos do mercado consumidor é essencial para atender às novas demandas com precisão. Em uma economia globalizada e informatizada, os valores de consumo se difundem rapidamente. Esses indicadores podem servir de bússola para inovação da produção e industrialização de alimentos *premium*.

Tendências, contudo, não são modas alimentares. Elas se sustentam ao longo do tempo e abarcam uma orientação comum entre grupos de pessoas. A consultoria *XTC World Innovation* elabora, a cada dois anos, um relatório com as principais tendências mundiais na área durante a maior feira internacional de alimentos do mundo, a *Salon International de l'Agroalimentaire* (SIAL), na França. A última pesquisa internacional apontou cinco eixos para os próximos anos:

- **Prazer:** carregado de valores emocionais, a motivação do desejo.
- **Saúde:** efeitos de prevenção e de benefício à saúde.
- **Bem-estar:** cuidando da aparência, das condições físicas e mentais das pessoas.
- **Conveniência:** facilidade, rapidez, adaptação aos novos estilos de vida.
- **Ética:** solidariedade, responsabilidade social e com o meio ambiente.

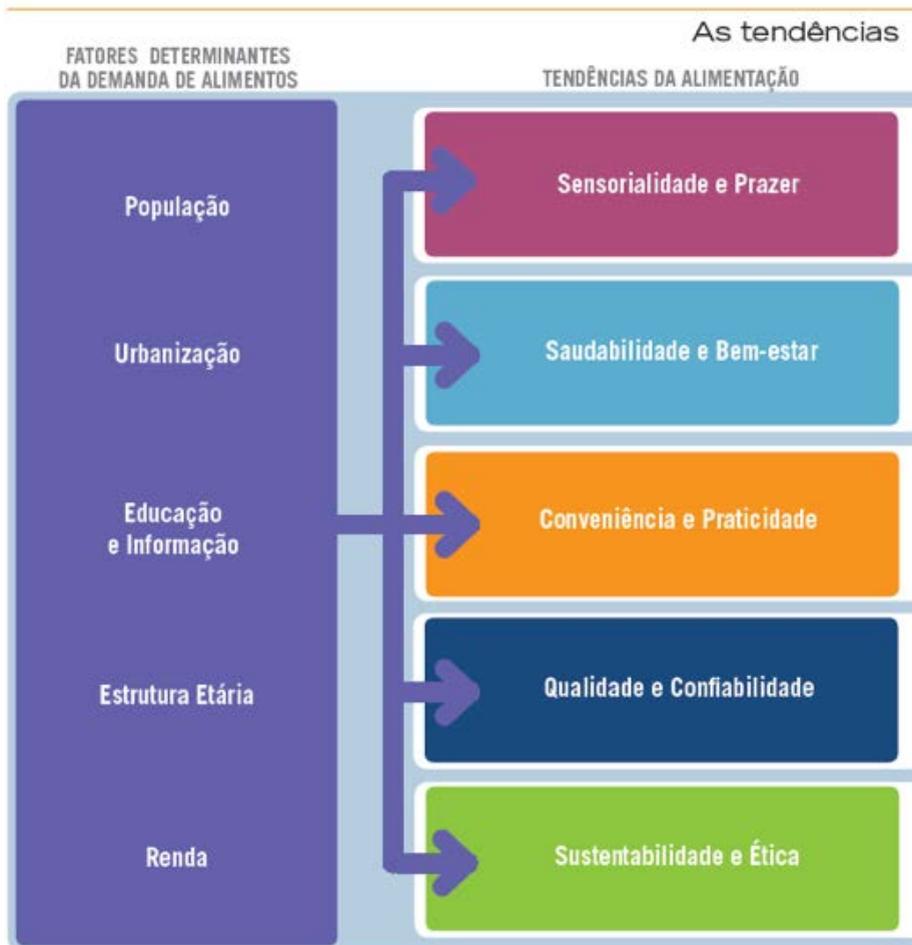
Praticidade e conveniência:

As tendências brasileiras de consumo

A pesquisa Brasil Food Trends 2020, realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), em parceria com a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) em 2012, analisou o perfil brasileiro em relação às tendências de alimentação internacionais. De forma geral, as tendências mundiais e brasileiras estão alinhadas e se aproximam. O desenvolvimento social do país resulta em hábitos de consumo direcionados ao prazer, à saúde e à sustentabilidade – atualmente, nichos em crescimento na população. A pesquisa está disponível em: http://www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html



O estudo apontou cinco fatores que resultam nas tendências observadas no país:



Fonte: Brasil Food Trends 2020

Sensorialidade e Prazer: o aumento do nível de educação e renda da população expande o número de consumidores guiados pelo prazer. A culinária e a gastronomia passam a ser vistas como arte e *status* social. Circuitos gastronômicos tornam-se opções de lazer e entretenimento. Com isso, o mercado de produtos refinados e exóticos se amplia.

Exemplos de características valorizadas por consumidores de diferentes países:

- **valorização da culinária e da gastronomia** (sempre segundo o Brasil Food Trends 2020); produtos com maior valor agregado (gourmet, iguarias, delicatessen, etc);
- **variação de sabores;** produtos com farto apelo sensorial;
- **produtos com apelo à indulgência;** alimentos exóticos;
- **culinárias de regiões específicas (produtos ligados ao território);** produtos com embalagem e design diferenciados;
- **recuperação de culinárias regionais e tradicionais;** harmonização de alimentos e bebidas;
- **socialização em torno da alimentação;** lazer e turismo em torno da alimentação (circuitos e polos gastronômicos);

- **embalagens e produtos lúdicos e interativos.**

Saudabilidade e Bem-estar: essa tendência tem origem em fatores como o envelhecimento das populações e descobertas científicas que vinculam determinados alimentos a doenças. Em busca de um estilo de vida mais saudável dentro das grandes cidades, cresce o consumo de alimentos orgânicos, produtos naturais e para dietas. Além disso, aparecem os “alimentos funcionais” – energéticos e *detox* –, os quais prometem melhorar o desempenho físico e mental.

Exemplos de características valorizadas por consumidores de diferentes países em produtos:

- **benéficos ao desempenho físico e mental;** benéficos à saúde cardiovascular;
- **benéficos à saúde gastrointestinal;** para dietas específicas e alergias alimentares;
- **com alto valor nutritivo agregado (funcionais);** isentos ou com teor reduzido de sal, açúcar e gordura;
- **fortificados;** orgânicos; energéticos; para esportistas; minimamente processados; vegetais;
- **com propriedades cosméticas;** com selo de qualidade de sociedade médica.

Conveniência e Praticidade: o

ritmo acelerado das cidades leva os consumidores a priorizarem a economia de tempo e esforço. Por esse motivo, há um aumento na demanda por refeições prontas e de tele-entrega. Alimentos industrializados e congelados também passam a entrar no radar dos consumidores. Da mesma forma, essa parcela da sociedade consome produtos em porções individuais e fáceis de carregar.

Exemplos de características valorizadas por consumidores de diferentes países em produtos:

- **de pratos prontos ou semiprontos;** minimamente processados;
- **de fácil preparo;** com embalagem de fácil abertura, fechamento e descarte;
- **para forno e micro-ondas;** em pequenas porções;
- **embalados para consumo individual;** adequados para comer em trânsito;
- adequados para consumo em **diferentes lugares e situações;** de delivery.

Confiabilidade e Qualidade:

consumidores mais conscientes e informados tendem a procurar produtos seguros e de qualidade comprovada. Empresas passam a investir em rótulos informativos como forma de construir credibilidade. Valoriza-se a ideia de que o comprador possa saber a origem do alimento.

Exemplos de características valorizadas por consumidores de diferentes países:

- **rastreabilidade e garantia de origem;** processos seguros de proteção e distribuição;
- **processos de gerenciamento de riscos;** certificados e selos de qualidade e segurança;
- **rotulagem informativa;** credibilidade da marca; processos com tecnologia de ponta; boas práticas de fabricação;
- **produtos e serviços padronizados.**

Sustentabilidade e Ética: surgem consumidores mais preocupados com causas sociais e ambientais. Há um aumento no interesse por produtos vinculados a valores como comércio justo, ecologia e que apresentem certificados de origem de sistema *fair trade*, de Responsabilidade Social Corporativa, bem-estar animal e “pegada” de carbono.

Exemplos de características valorizadas por consumidores de diferentes países:

- **produtos de empresas sustentáveis;** empresas com programas com certificação de responsabilidade socioambiental;
- **produtos com menor captura de carbono;** produtos de baixo impacto ambiental;
- **produtos associados ao bem-estar animal;** embalagens recicláveis e recicladas;
- **processos com utilização de fontes renováveis;** gerenciamento de resíduos e emissões;
- **certificações e selos ambientais;** processos produtivos sustentáveis;
- **processos eficientes.**

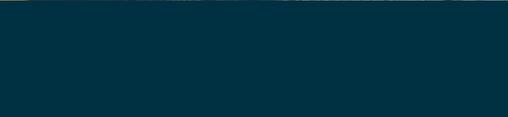
CASES SETORIAIS

Diferentes setores da agroindústria gaúcha estão desenvolvendo alternativas de valor para alcançar um padrão superior nos seus produtos. Os casos selecionados mostram como qualidade da matéria-prima, práticas e processos envolvidos, laboratórios de desenvolvimento, certificações e estratégias de marketing e de agregação da cadeia de produção convergem para um produto superior – o que justifica, em imagem e sabor, o preço mais elevado.

Nos exemplos a seguir, as principais características dos setores e os requisitos para ser *premium* estão destacados. A relação apresentada, é claro, não esgota o cenário. Mesmo assim, ilustra como são diversas as possibilidades de diferenciação.

Os casos estão agrupados de acordo com as cadeias da agroindústria do Estado já consolidadas, e que tiveram algum avanço considerado relevante na direção de produtos *premium*, a saber: vinho, arroz, cachaça, carne bovina, carne de frango, carne ovina, carne suína, frutas, leite e derivados.







VINHOS

Das técnicas artesanais, oriundas da tradição dos imigrantes italianos, às modernas tecnologias de vitivinicultura, o segmento teve na criação de um arranjo institucional sua grande vantagem competitiva. A existência de associações de produtores, de um centro tecnológico específico e a incorporação de práticas modernas de produção e envasamento permitiram a um grupo de produtores desenvolver produtos inéditos no mercado nacional.

Na busca pela diferenciação dos seus produtos, os produtores da região do Vale dos Vinhedos perceberam na Indicação Geográfica (IG) do tipo Denominação de Origem uma oportunidade de reconhecimento da qualidade do produto, agregação de valor, geração de empregos e valorização da região.

Atualmente, com a IG reconhecida, empregando enólogos na preparação e no controle dos vinhos, com uma atuação de mercado calcada em princípios de marketing, o segmento produz,



com um nível de qualidade técnico-operacional equivalente ao dos principais países produtores de vinho, um produto com personalidade própria, sempre em constante desenvolvimento.

A Embrapa Uva e Vinho é um órgão forte atuante na viabilização de soluções tecnológicas para o desenvolvimento sustentável do agronegócio da vitivinicultura brasileira. Entre as pesquisas que a Embrapa desenvolve, deve-se destacar para: (i) Programa de Melhoramento Genético da Uva; (ii) Produção de Uvas em Pequenas Propriedades; (iii) Cadastro Vitícola do Rio Grande do Sul; (iv) Desenvolvimento das indicações geográficas de vinhos Farroupilha e Altos Montes no APL de Vitivinicultura.

Em pesquisa realizada no final de 2019 nos mercados de Porto Alegre, foi possível averiguar que os preços dos vinhos gaúchos com denominação de origem (DO) chegam a custar cerca de 50% a mais que os sem DO. Exemplo: um vinho Merlot com DO do Vale dos Vinhedos apresentou um preço de R\$ 97,12, enquanto que outro vinho gaúcho Merlot Reserva, do mesmo ano sem DO, custava R\$ 39,90.

ARROZ

O Rio Grande do Sul é o principal produtor de arroz do Brasil. As grandes indústrias destacam-se por oferecer no mercado linhas *premium*, a partir do trabalho da pesquisa de diferentes instituições no setor, como no desenvolvimento de cultivares de arroz, de processos tecnológicos tanto na produção das fazendas como nos processos nas indústrias, de produtos orgânicos, biodinâmicos e de embalagens porcionadas que garantem ao consumidor qualidade, conveniência e sabor.

Outro destaque na busca pela diferenciação do produto vem dos produtores de arroz do Litoral Norte Gaúcho, que, por meio da APROARROZ (Associação de Produtores de Arroz do Litoral Norte Gaúcho), conseguiram na denominação de origem “Litoral Norte Gaúcho”, concedida pelo INPI em 2009, qualificar a cadeia e diferenciar o produto da região.





CACHAÇA

No setor, destaca-se o projeto chamado Alambiques Gaúchos. A iniciativa visa a promover a cachaça produzida no Rio Grande do Sul e já permitiu a internacionalização de empresas gaúchas e consequente abertura de mercados com maior valor agregado.

O caminho estratégico dos produtores gaúchos tem sido investir na qualidade e na diferenciação da cachaça da Região Sul, com o apoio da Associação dos Produtores de Cana-de-Açúcar e Seus Derivados (APRODECANA). Cachaças diferenciadas, como as



envelhecidas, as bidestiladas e as orgânicas, são uma forma de elevar o valor da cachaça.

Em pesquisa realizada nos supermercados da Capital em 2019, foi observado que as cachaças gaúchas com certificações apresentaram valores superiores às cachaças sem certificação. Exemplo: uma cachaça gaúcha orgânica custava R\$ 99,90/700ml, enquanto que uma sem certificação custava R\$ 9,98/950ml.



CARNES

As carnes são subdivididas nos seguintes segmentos: bovina, ovina, suína e frango.

Carne Bovina

No setor, merecem destaque as certificações das Associações de Angus, Hereford e Devon, raças britânicas, e Charolês, raça originária da França, que produzem carne reconhecidamente de alta qualidade.

Outra distinção é a Indicação de Procedência (IP) da Carne do “Pampa Gaúcho da Campanha Meridional” e Marca Coletiva (MC) “APROPAMPA” para carnes bovinas e derivados, coordenadas pela Associação dos Produtores do Pampa Gaúcho (APROPAMPA). A associação, formada por produtores rurais, indústria frigorífica, varejo e outros agentes ligados ao segmento da bovinocultura de corte direta ou indiretamente, viu na IP e na MC oportunidades de diferenciação da carne do Pampa e de interação e fomento ao associativismo entre os produtores da região do pampa gaúcho, com a finalidade de proporcionar o desenvolvimento sustentável tanto da cadeia como da região do Pampa no RS.

Merece também destaque a Associação dos Produtores dos Campos de Cima da Serra (APROCCIMA), criada para organizar cadeias produtivas, integrando sistemas agrícolas e pecuários com recursos florestais e turísticos, valorizando arranjos produtivos regionalizados na região dos Campos de Cima da Serra do RS. Os produtores da entidade possuem certificação de Boas Práticas Agropecuárias, e os varejos parceiros são estimulados a se adequarem ao Programa Alimento Seguro (PAS). A carne é rastreada desde 2013, em que as raças, os sistemas de terminação,

as idades e os sexos são informados. Essas variáveis com fornecimento constante possibilitam ao consumidor apreciar nuances com características organolépticas bem definidas.

Embalagens a vácuo, cortes porcionados e produtos preparados, como hambúrgueres, também são diferenciais para a conveniência do consumidor, tanto nos grandes supermercados quanto em casas de carnes especializadas.

A pesquisa realizada nos mercados da Capital no final de 2019 mostrou a importância dos certificados. Uma costela comum custava R\$ 18,90/kg, ao passo que uma costela certificada custava R\$ 39,90/kg. A mesma diferenciação foi registrada na picanha: o corte nobre sem certificação custava R\$ 39,90/kg, enquanto que a picanha certificada custava R\$ 79,90/kg.



Carne Ovina

Destacam-se os projetos realizados na região de Pelotas, principalmente de pesquisa, conduzidos por universidades da região. É onde as unidades de tecnologia trabalham em parceria com empresas para o desenvolvimento de técnicas de inseminação artificial em ovinos e na utilização de probióticos nos animais. Entre as iniciativas de interação, pode-se citar a recente proposta de Arranjo Produtivo Local (APL) nas Regiões dos Coredes da Campanha e Fronteira Oeste, que inclui a produção e certificação de carne orgânica.

Presuntos e copas à base de carne ovina foram desenvolvidos pela Embrapa Pecuária Sul (Bagé, RS) no âmbito do projeto Aproveitamento Integral de Carne Ovina (APROVINOS), o qual avaliou novas alternativas de consumo dessa proteína. Merecem destaque também iniciativas vinculadas à Cooperativa do Alto Camaquã para agregação de valor na carne ovina.

Carne Suína

Pode-se dizer que o sistema de integração indústria-produtor na cadeia de suinocultura viabilizou a evolução tecnológica no segmento. A sinergia entre as áreas permitiu uma melhoria dos compostos de nutrição animal, a crescente inovação em equipamentos essenciais à produção, a implantação de boas práticas de produção e Análise de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC) e o desenvolvimento de um sistema de logística eficiente. Há, também, projetos com foco na minimização dos impactos ambientais da atividade.

As entidades empresariais buscam alinhamento no que é o setor de carnes do Estado com o maior índice de industrialização e agregação de valor. Estima-se um percentual de 60%, do total de carne produzida, sendo transformado em produtos de maior valor agregado, com destaque para produtos “light” e carnes já temperadas, ambos porcionados em embalagens de alto valor agregado para facilitar o consumo.

- Preço do quilo do pernil suíno *in natura* é de R\$ 11,98.
- Preço do quilo do pernil suíno temperado é de R\$ 18,69
- Preço do quilo da linguiça suína é de R\$ 31,76.

Esta comparação de preço mostra a importância que tem a industrialização na agregação de valor, pois compara-se um produto industrializado a um corte mais nobre do suíno.



Carne de Frango

A cadeia da carne de frango se destaca em termos de crescimento e inovação de produtos. Apesar da maior parte da produção ser industrial e *comoditizada*, a cada dia surgem novos produtos, mais convenientes e com diferentes atributos.

Outro destaque no RS é a produção de frango caipira com qualidade superior, alimentação natural e rigoroso controle sanitário na produção. Nesse sentido, a parceria com a Embrapa Aves e Suínos de Concórdia, especialmente para estudos de melhoramentos genéticos, propiciou a criação de raças específicas que contribuíram para o sucesso da produção. O preço do frango convencional é de cerca de R\$ 6,49/kg, enquanto o do frango caipira custa em torno de R\$ 18,90/kg. Foi observado que o preço do peito de frango desfiado com apelo natural custava R\$ 15,90/400g, enquanto que o peito de frango resfriado normal custava R\$ 9,89/700g.

FRUTAS E SUCOS

A pluralidade de espécies, somada às características geográficas locais permitem uma produção diversificada que abastece o mercado rio-grandense em todas as épocas do ano, com ênfase para uva, maçã, pêssego e laranja.

A área industrial destaca-se pela linha de geleias do tipo caseiras com embalagens *premium* e posicionamento diferenciado no mercado. Produtos sem conservantes, frutas inteiras com sabor superior e matéria-prima oriunda de produtores locais são valorizados.

Também é relevante citar a ampliação da produção de sucos integrais e orgânicos, estratégia que agregou muito valor às empresas do setor. Foi concebida com base na tendência de mercado, a qual mostrou a oportunidade através do crescimento do consumo de sucos nos grandes centros.

Na área da pesquisa, o segmento se sobressai no desenvolvimento de polpas, aromas e óleos essenciais, que, em parceria com universidades, contribui para agregar valor à indústria.



O investimento em diferenciação deu resultado: na pesquisa realizada nos supermercados da Capital em 2019, o suco de uva convencional, 100% suco, foi encontrado por R\$ 7,49/L, ao passo que o preço do suco de uva certificado orgânico, 100% suco, chegou a R\$ 19,90/L.

Nas geleias, constatou-se uma diferença ainda maior. A geleia de fruta com apelo natural, sem adição de conservantes e aditivos químicos, custava R\$ 19,95/370g, já o preço da geleia de fruta comum era de R\$ 3,99/400g.



LEITE E DERIVADOS

O segmento conta com forte presença de cooperativas, as quais congregam os pequenos produtores e investem em assistência técnica e pesquisa própria para diferenciação na qualidade da matéria-prima e do produto final.

Um destaque do setor no Estado é a linha de funcionais probióticos em queijos e iogurtes. A criação de queijos frescais com probióticos foi uma inovação desenvolvida para consumidores preocupados com a saúde. Além de aumentar o consumo de queijos, a ideia é oferecer aos consumidores uma opção de produto com menos gordura e de fácil digestão. A estratégia de marketing passou por conseguir a aprovação do produto na Agência de Vigilância Sanitária (ANVISA) e divulgá-lo em eventos para médicos e nutricionistas. Outro aspecto de distinção são os produtos sem lactose, cada vez mais procurados por consumidores preocupados com a saúde, devido à intolerância à lactose.

Já na linha de iogurtes, além dos funcionais probióticos, ressalta-se o desenvolvimento de produtos para um consumidor de maior poder aquisitivo. A partir de informação de mercado, as empresas identificaram que faltava lançamento para o consumidor da classe A. Uma das empresas passou a desenvolvê-lo, com auxílio de fornecedores. Foram reformulados processos e equipamentos para garantir a qualidade do iogurte. Posicionamento de mercado, trabalho na marca e boa comunicação na embalagem foram diferenciais estratégicos para propiciar ao consumidor a experiência da compra.

Outra iniciativa que vem ganhando mercado são os queijos artesanais, produzidos em pequena escala, com identidade própria, manejo do gado de forma rústica em campos nativos e receita secular.

A área de sorvetes também se distingue com as linhas de sabor superior ao convencional. Houve investimento nas embalagens para poder concorrer com os outros sorvetes *premium*.

Na pesquisa realizada nos supermercados da Capital em 2019, o preço do iogurte de frutas comum era de R\$ 2,15, enquanto o do iogurte de frutas com apelo artesanal era de R\$ 7,49.

Nos queijos, observa-se a agregação de valor naqueles que buscam aspectos funcionais, saudáveis e com tipologia especial. Por exemplo, o queijo minas normal custava R\$ 29,90/kg, enquanto que o mesmo queijo adicionado de probióticos era vendido por R\$ 32,90/kg, e o queijo minas zero lactose era vendido por R\$ 37,90/kg. No quesito tipo, constatou-se que um queijo prato comum custava R\$ 25,90/kg, enquanto que um tipo grana era vendido R\$ 99,90, e o mesmo tipo grana, mas zero lactose, custava R\$ 114,90/kg.



AZEITE DE OLIVA

O azeite de oliva gaúcho é da mais alta qualidade, verdadeiramente extravirgem, proveniente das variedades arbequina, arbosana, koroneiki e picual, entre outras, com produtores premiados nacional e internacionalmente.

As mudas de oliveiras implantadas no Rio Grande do Sul são de altíssima qualidade e obtiveram excepcional adaptação ao solo e clima gaúcho, resultando em um produto com características únicas e especiais, com compostos bioativos que

conferem uma grande capacidade antioxidante.

No plantio, verificam-se as melhores e mais modernas práticas agrícolas, como fertirrigação, a qual garante o perfeito equilíbrio nutricional das plantas e assegura a qualidade superior dos produtos.

As azeitonas colhidas manualmente resultam em um excelente azeite extravirgem, obtido através de um processo unicamente mecânico e a frio.



Para seguir na excelência, desde os cuidados no campo até a comercialização dos produtos, o setor criou o Instituto Brasileiro de Olivicultura (IBRAOLIVA), para unir os olivicultores e demais atores da cadeia oleícola, para promover o desenvolvimento, o fortalecimento e a competitividade da olivicultura no Brasil, através do uso das tecnologias existentes e das melhores práticas adaptadas às nossas condições de solo e clima, que consiga produções crescentes com a qualidade já obtida até então.

O IBRAOLIVA viabiliza ações que permitem aos associados terem acesso às informações, trocas de experiências, palestras e treinamentos, além de convênios e parcerias com instituições de pesquisa, assistência técnica, fabricantes de produtos e equipamentos necessários, e, ainda, intercâmbio com outras entidades nacionais e internacionais.





NOZ PECAN

O Rio Grande do Sul é, hoje, o maior produtor de Noz Pecan do Brasil, com aproximadamente 50% da produção nacional. A Pecan é considerada, a partir de inúmeros artigos científicos, um superalimento, com grandes propriedades nutritivas e incrível versatilidade gastronômica.

A combinação de terras férteis e clima temperado do RS, aliado à busca de novas culturas para diversificação da produção estão, ano após ano, apresentando crescimento consistente de novas áreas de cultivo. Pequenas propriedades respondem por boa parte dos produtores, os quais estimulam o surgimento de novos elos da cadeia produtiva. São empreendedores da indústria de insumos, de máquinas e equipamentos e da formação de mão de obra dos produtores e trabalhadores rurais.

Com objetivo de promover e estimular a produção, comercialização, marketing e distribuição da Noz Pecan, foi fundado, em 2018, o Instituto Brasileiro de Pecanicultura (IBPECAN), cujo propósito é aproximar os produtores das instituições públicas e privadas visando à qualidade em todo o processo produtivo, desde o manejo correto do solo, na oferta de mudas de qualidade, produção, colheita até o desenvolvimento de produtos inovadores.

Dessa forma, para o produtor de pecans que tenha interesse em empreender com inovações aplicáveis ao seu produto final, ele encontra no IBPECAN e nas parcerias público-privadas respostas esclarecedoras, alicerçadas em conhecimento isento e fundamentado, sem interesses comerciais. O Instituto tem em suas visões de futuro tornar a Noz Pecan acessível ao maior número de pessoas, em todos os cantos do país, uma tendência que vai ao encontro da alimentação consciente, saborosa e nutritiva de nossa população.



CERVEJA ARTESANAL

O Rio Grande do Sul é o estado que mais fabrica cerveja artesanal no Brasil, com mais de 180 estabelecimentos registrados. Porto Alegre é o maior centro cervejeiro do país, com 35 cervejarias próprias, enquanto Caxias do Sul aparece em terceiro lugar, com 16 cervejarias. Segundo levantamentos realizados em 2018, foram abertas 44 novas empresas do setor no Estado. Somente em Porto Alegre, há uma cervejaria para cada 40 mil habitantes. Isso sem considerar as marcas que não possuem fabricação própria, as chamadas “ciganas”, ou seja, que usam a estrutura de outras empresas para produzirem.

As cervejas artesanais priorizam uma seleção especial de ingredientes, sendo que os mais utilizados são a levedura, a água, o lúpulo e o malte. A dosagem dos ingredientes possibilita a criação de diferentes estilos de rótulos. Tudo depende das combinações criadas pelo mestre-cervejeiro e das variações com leveduras, lúpulos e da tosta de malte. Desse modo, é garantido um produto personalizado, com público cativo e crescente, disposto a pagar por uma experiência diferente ao paladar, o que agrega valor ao produto final.



Outro ponto que agrega valor é a proximidade do consumidor com o processo produtivo da cervejaria artesanal. Normalmente, esses estabelecimentos estão abertos à experiência da visita às estruturas da cervejaria, aos equipamentos, às etapas e aos insumos utilizados na produção da cerveja artesanal, bem como podem desfrutar de harmonização com pratos especiais. As cervejarias também produzem *souvenirs*, como copos, canecas, abridores, chaveiros e camisetas que são comercializados na visita.

A cerveja artesanal produzida no RS merece destaque também por sua qualidade reconhecida nacionalmente. Uma das principais premiações do setor é o Festival Brasileiro de Cervejas, realizado em Blumenau/SC. Em 2018, as microcervejarias gaúchas conquistaram 18 medalhas, sendo o estado mais premiado no evento pelo terceiro ano consecutivo. No Estado, as empresas contam com a organização da AGM (Associação Gaúcha de Microcervejeiros), e o SEBRAE/RS possui um projeto específico para o segmento.

COMO PRODUZIR UM PRODUTO PREMIUM?

Um grande dilema é decidir por onde começar a busca pela agregação de valor. Para auxiliar nessa tarefa, sugere-se que a empresa realize uma autoavaliação para priorizar suas ações. Tomando como base os cinco eixos apresentados no início deste informativo (produto, processo, marketing, organizacional e institucional), segue um roteiro simples que pode auxiliar o começo de um processo sistemático de autoavaliação.

A ideia é que a empresa tome como referência um ou dois produtos/marcas com as melhores práticas dos seus mercados-alvo considerados premium e possa se comparar, considerando três níveis: (1) Inferior à Concorrência, (2) Similar à Concorrência e (3) Superior à Concorrência.

Dica: escolher um produto concorrente que tenha conseguido praticar um preço superior (*premium*).

Avaliação para o Eixo Produto

A avaliação do eixo produto visa a facilitar o entendimento de como a empresa pode melhorá-lo através da qualidade da matéria-prima (nas suas características organolépticas de sabor, aroma, textura e aparência), no desenvolvimento de um produto novo, bem como aprofundando sua relação com os fornecedores, clientes e com instituições de pesquisa.

Requisitos do eixo produto		Inferior à Concorrência Premium 1	Similar à Concorrência Premium 2	Superior à Concorrência Premium 3
1	Qualidade da matéria-prima utilizada.			
2	Sanidade da matéria-prima.			
3	Oferta de matéria-prima durante o ano.			
4	Instrumento de garantia de compra e de desenvolvimento com fornecedores.			
5	Qualidade e disponibilidade dos insumos.			
6	A formulação/receita do produto em termos sensoriais de sabor e aroma.			
7	A formulação/receita do produto em termos sensoriais de textura e aparência.			
8	A qualidade da embalagem para garantir segurança do produto e para atender ao consumidor em termos de praticidade.			
9	Selo que certifique segurança e qualidade (PAS/SENAI, ISO ou similar).			
10	Investimento em pesquisa, desenvolvimento e inovação – P&D&I*.			
11	Parcerias para P&D&I.			
12	Infraestrutura tecnológica da empresa ou parceiros para desenvolvimento de novos produtos (laboratórios).			
13	Outro requisito.			
Desempenho do eixo produto		Total de pontos/Nº de requisitos		

* P&D&I: Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação.

Avaliação para o Eixo Processo

A avaliação do eixo processo procura orientar na busca da sua eficiência a fim de gerar segurança e padrão produtivo. Os requisitos visam às questões dos fluxos da matéria-prima, insumos e produtos, o processo em si, bem como as questões operacionais referentes a máquinas e pessoas ao longo da produção.

Requisitos do eixo processo		Inferior à Concorrência Premium 1	Similar à Concorrência Premium 2	Superior à Concorrência Premium 3
1	A eficiência do processo em termos de desperdícios.			
2	A segurança sanitária do processo.			
3	Os sistemas de BPF*, APPCC*.			
4	ISO 9000 ou similar.			
5	ISO 14000 ou similar.			
6	O processo em termos de padrão nos produtos.			
7	Número de projetos para melhoria de processos.			
8	O layout do processo.			
9	A movimentação dos materiais em termos de segurança e desperdícios.			
10	A estocagem dos produtos.			
11	Os maquinários, equipamentos e instalações em termos de qualidade e segurança.			
12	A qualificação das pessoas de acordo com sua função.			
13	Outro requisito.			
Desempenho do eixo processo		Total de pontos/Nº de requisitos		

* BPF: Boas Práticas de Fabricação.

* APPCC: Análise dos Perigos e Pontos Críticos de Controle.

Avaliação para o Eixo Marketing

A avaliação do eixo marketing visa a orientar a empresa na definição do seu posicionamento de mercado, na importância da informação de mercado para atender ao consumidor e na valorização da marca por meio de uma boa comunicação nas embalagens, através de publicidade ou da obtenção de creditações.

Requisitos do eixo marketing		Inferior à Concorrência Premium 1	Similar à Concorrência Premium 2	Superior à Concorrência Premium 3
1	O acompanhamento da demanda do produto.			
2	O acesso a informações de mercado.			
3	Preço.			
4	Os pontos de venda do produto.			
5	Reconhecimento da marca pelos consumidores.			
6	A embalagem em termos de informação dos atributos do produto.			
7	Design da embalagem.			
8	O atendimento pós-venda.			
9	Certificação ou indicação geográfica.			
10	Selo que comunique responsabilidade social ou ambiental (FAIRTRADE, IBD ou similar).			
11	Selo que certifique segurança e qualidade (PAS/SENAI, ISO ou similar).			
12	Rastreabilidade.			
13	A publicidade comunica os atributos do produto, a marca e os valores da empresa.			
14	Comércio eletrônico.			
15	Canais de distribuição.			
16	Outro requisito.			
Desempenho do eixo marketing		Total de pontos/Nº de requisitos		

Avaliação para o Eixo Organizacional

A avaliação do eixo organizacional visa a orientar a busca de resultados financeiros através de ferramentas de controle gerencial para planejar e atender às metas. Neste eixo, também estão as questões do ambiente de trabalho no sentido da busca do desenvolvimento contínuo das pessoas por meio da disseminação de conhecimento, da capacitação e da valorização profissional.

Requisitos do eixo organizacional		Inferior à Concorrência Premium 1	Similar à Concorrência Premium 2	Superior à Concorrência Premium 3
1	As práticas de gestão para cumprir as metas de curto, médio e longo prazo. Exemplo: mapas estratégicos.			
2	As ferramentas de gestão para o controle gerencial e financeiro. Exemplo: sistemas computacionais.			
3	Mapeamento de processos produtivos para garantia da qualidade do produto.			
4	Práticas sociais e ambientais.			
5	O compartilhamento de informação e de conhecimento na empresa.			
6	A frequência de capacitação oferecida aos colaboradores.			
7	O reconhecimento de pessoas qualificadas.			
8	Número de projetos ligados ao aprimoramento da gestão.			
9	Ambiente da empresa.			
10	Gestão de fornecedores e clientes.			
11	Práticas de autoavaliação com base em referências externas, como bancos de melhores práticas.			
12	PGQP ou similar.			
13	Outro requisito.			
Desempenho do eixo organizacional		Total de pontos/Nº de requisitos		

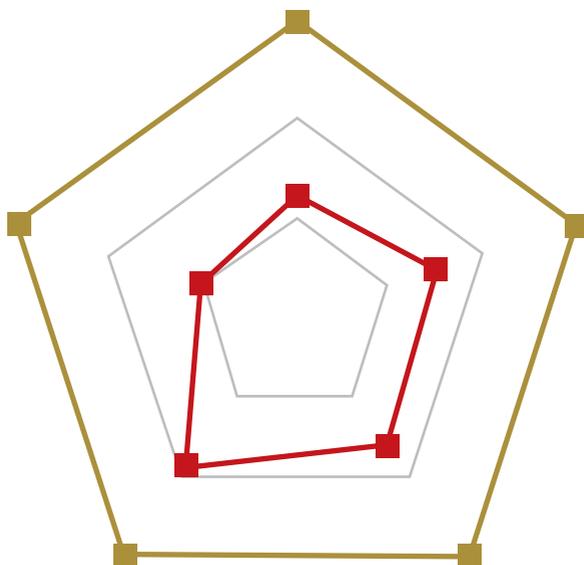
Avaliação para o Eixo Institucional

A avaliação do eixo institucional pretende orientar as empresas no sentido do desenvolvimento dos valores para a produção de alimentos *premium*. Busca nortear seus posicionamentos a fim de impactar suas estratégias internas e suas relações externas.

Requisitos do eixo institucional		Inferior à Concorrência Premium 1	Similar à Concorrência Premium 2	Superior à Concorrência Premium 3
1	Missão, visão e valores da empresa são claros e difundidos.			
2	A estratégia competitiva da empresa é baseada na agregação de valor e na inovação.			
3	A estratégia comercial da empresa é baseada em preços premium .			
4	Busca de parcerias com fornecedores e clientes para maior agregação de valor.			
5	Em termos de inserção em alguma rede de cooperação ou organização de classe para desenvolver interesses comuns.			
6	A busca por novas formas de diálogo com atores públicos e privados.			
7	Participação da empresa em projetos e programas para o desenvolvimento de redes que reúnam governo, outras empresas, universidades e instituições de fomento.			
8	Participação da empresa em projetos para aprimorar a legislação de alimentos com vistas às especificidades da agregação de valor.			
9	Participação da empresa em projeto para desenvolver política pública setorial e regional.			
10	O marco legal regulatório para o segmento premium no seu município, região, estado está desenvolvido.			
11	Outro requisito.			
Desempenho do eixo institucional		Total de pontos/Nº de requisitos		

Resumo da autoavaliação

Para facilitar a análise do desempenho global da autoavaliação, sugere-se a transcrição dos desempenhos obtidos em cada eixo para o gráfico que segue, onde o traçado verde representa a forma de desempenho ideal para produção de um produto *premium* e o traçado vermelho representa uma avaliação exemplo.



Onde:

- 1** Inferior à Concorrência *Premium*
- 2** Similar à Concorrência *Premium*
- 3** Melhor que a Concorrência *Premium*

Ao observar a avaliação do exemplo anterior (traçado vermelho), percebe-se que o eixo de menor desempenho é o do Marketing. Nesse caso, as primeiras providências da empresa na busca da agregação de valor devem estar focadas nos requisitos desse eixo, ajustando os demais eixos paralelamente para o atingimento de patamares similares ou superiores ao da concorrência *premium*.

A Tabela que segue apresenta, de forma simplificada, sugestões das principais ações para mudança de níveis de desempenho.

	Resultado Inferior à Concorrência Premium 1 - 2	Resultado Similar à Concorrência Premium 2 - 3	Resultado Superior à Concorrência Premium 3
Institucional	Rever os valores	Adotar novas estratégias	Solidificar
Organizacional	Reestruturar	Mensurar	Integrar
Marketing	Reposicionar	Manter	Ampliar
Processo	Readequar	Qualificar	Manter
Produto	Melhorar ou desenvolver um novo	Melhorar	Manter

Assim, para um resultado Nível Um em Produto, a empresa pode melhorar ou desenvolver um novo, em Processo pode readequar, em Marketing reposicionar, em Organização reestruturar e no âmbito Institucional, revalorizar ou rever sua estratégia e diretrizes.

Objetivamente, a empresa pode listar, conforme sugerido na Tabela que segue, os requisitos de desempenho Inferior à Concorrência e a ação respectiva e específica para sua melhoria.

Relação dos Requisitos com Desempenho Inferior à Concorrência	Ações de Melhoria Prioritárias

Dentro do item **Produto**, os desempenhos inferior e similar à concorrência podem levar a empresa a optar por melhorar o produto existente ou desenvolver um novo. Para o desenvolvimento de um novo produto, a Figura a seguir apresenta um processo genérico, com algumas etapas que podem ocorrer durante o seu desenvolvimento.



Ao observar a figura, nota-se que a pesquisa de mercado é o primeiro item. Ela se destaca, pois os produtos devem atender às necessidades dos consumidores de hoje – soluções antigas não atendem às mudanças de hábitos atuais. As empresas também precisam olhar para os concorrentes, que estão cada vez mais qualificados.

Para um **Processo** com desempenho analisado inferior à concorrência, a readequação pode gerar valor melhorando a qualidade do produto

ou reduzindo o custo da produção pela otimização dos recursos. Buscar a escala de produção ideal para garantir lucro, bem como alternativas para aumentar o ganho com coprodutos ou resíduos do processo são formas de gerar valor. Caso o desempenho esteja similar à concorrência, a empresa pode buscar aumentar a qualidade e a eficiência dos processos implementando sistemas de qualidade.

Para um resultado Nível Um em **Marketing**, a empresa precisa rever seu posicionamento de mercado. Consta-se que muitas empresas já produzem alimentos *premium*, mas que algumas, pela falta de informação, não se posicionam no mercado de maneira adequada. Possuem embalagens que não comunicam ou não asseguram qualidade e, como resultado, por receio de perder receita, acabam vendendo os produtos ao preço de similares de menor qualidade. Para o caso de resultado similar e superior à concorrência, a empresa pode manter o posicionamento de mercado e ampliá-lo.

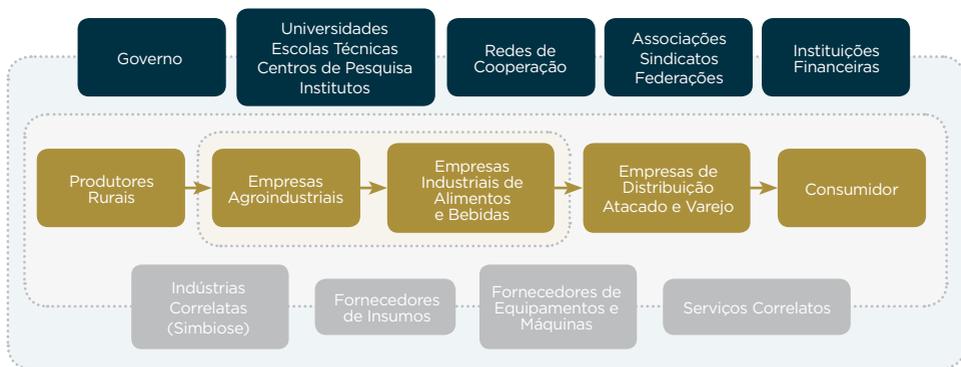
No âmbito **Organizacional**, sendo o resultado inferior à concorrência, sugere-se à empresa buscar uma reestruturação dos seus métodos e ferramentas de gestão. Um quesito importante é o fluxo de informações: quanto melhor, mais rápido os problemas podem ser solucionados. Além da informação, a valorização das pessoas é outro ponto que deve ser observado: alguns especialistas lembram que as pessoas são os principais ativos na agregação de valor. Assim, buscar capacitação e informação pode auxiliar na melhoria desse eixo.

No âmbito **Institucional**, tendo obtido resultado inferior ao da concorrência, a empresa precisa rever seus valores e buscar uma postura político-estratégica, baseada na qualificação das estratégias e das relações externas.

A companhia não é um sistema isolado dos demais processos e elos das cadeias produtivas. O seu desenvolvimento não é garantia de efetividade sistêmica. Se os elos à montante e à jusante não se desenvolverem de maneira equilibrada, o todo pode não ser competitivo.

A empresa deve buscar alternativas de cunho coletivo para a solução de problemas internos e externos. Desta forma, duas premissas são importantes: a primeira é a visão da cadeia, e a segunda é a participação em redes de cooperação e associações para a solução de problemas comuns à competitividade e à dinamização da cadeia.

Na visão da cadeia, está a consciência da sua interdependência e complementaridade, para que todos os elos possam se apropriar da agregação de valor. O diagrama a seguir apresenta de forma simplificada os principais atores de uma cadeia de produção de alimentos.



A cadeia agroalimentar está vinculada a uma sequência de atividades empresariais, levando à contínua transformação de bens do estado bruto ao acabado (destinado ao consumidor final). Da mesma forma que a produção rural precisa do consumo estimulado pela indústria para vender seus produtos, a indústria, para obter um produto final de qualidade, precisa do comprometimento do produtor rural. Complementarmente, o varejo necessita de produtos de qualidade para atender aos clientes exigentes.

A fim de ampliar relações e ganhos, a busca de acordos entre empresas pode surgir na oportunidade de simbiose, já que alguns resíduos da indústria de alimentos podem ser insumo para outras empresas. Por exemplo: os resíduos da produção de sucos podem ser usados como componentes em rações para a criação de animais. Outro exemplo é o uso de resíduos para geração de fertilizantes e energia.

A prática tem mostrado que a cooperação entre todos os participantes da cadeia, através de acordos contratuais, garante fidelidade e é a ferramenta mais eficaz para o sucesso; quanto mais efetiva é a cooperação, maior é a presença de mercado e mais competitiva é a cadeia.

Por fim, não existe um processo definitivo na busca da agregação de valor. Cada empresa deverá procurar um arranjo específico, seja através de um produto novo ou melhorado, de um processo com maior eficiência operacional, de um novo método gerencial, ou de uma nova estratégia de marketing para valorizar o produto dentro de um nicho especial de mercado.

Um desafio que se coloca nesse sentido é desmistificar a crença de que cooperação e competitividade situam-se em campos opostos, visto que, cada vez mais, são estabelecidos acordos entre empresas concorrentes.

EXPORTAÇÃO

Por que exportar?

A exportação é um processo complexo. Mas a busca por esta meta é compensatória na medida em que traz para a empresa a necessidade de mudanças que agreguem valor como o desenvolvimento de novas ideias, o aprimoramento do design, da qualidade, a incorporação de novas tecnologias e ampliação da rede de contatos, entre outros.

Informações importantes são encontradas no site do Ministério da Economia, Indústria e Comércio Exterior e Serviços, conforme link: <http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/exportacao/dicas-de-exportacao>

Mais informações estão disponíveis no site: <http://aprendendoaexportar.gov.br>

O site contém, passo a passo, todas as informações, outros links úteis e dicas para as empresas, tais como:

- **Por que Exportar:** apresenta as vantagens da exportação.
- **Planejando a Exportação:** são apresentadas informações sobre quem pode exportar, avaliação da capacidade exportadora, formação de preço, financiamento, seguro de crédito, operacionalização da exportação, onde buscar apoio, principais etapas da exportação e outras informações.

Cabe ressaltar a importância de pesquisar as exigências do país para o qual se deseja exportar, em termos de documentação, de normas técnicas, de qualidade e das exigências de informação nos rótulos. Por exemplo, atualmente, para exportar para os Estados Unidos, há uma exigência de que as informações dos rótulos sobre gordura trans estejam em destaque.

As empresas podem participar do mercado internacional de modo ativo e permanente ou de maneira eventual. Em geral, o êxito e o bom desempenho na atividade exportadora são obtidos pelas empresas que se inseriram na atividade exportadora como resultado de um planejamento estratégico direcionado para os mercados externos.

A pesquisa de mercado é a forma certa de a empresa iniciar atividades e obter sucesso no mercado internacional. A exportação está baseada no tripé: pesquisa, promoção comercial (feiras e missões comerciais) e persistência aliada à visão de longo prazo.

Comportamentos de uma empresa exportadora

As empresas brasileiras interessadas em transformar-se em exportadoras ativas devem ter, entre outros, os seguintes cuidados:

- A** As empresas não devem considerar a exportação como atividade esporádica, vinculada às flutuações do mercado interno. Parcela de sua produção deve ser sistematicamente destinada ao mercado externo.
- B** A empresa exportadora deverá estar em condições de atender sempre às demandas regulares de seus clientes no exterior.
- C** A concorrência internacional é derivada, entre outros fatores, da existência de maior número de exportadores do que de importadores. No mundo, outros fornecedores potenciais buscarão conquistar os mercados já ocupados pelas empresas brasileiras.
- D** Os exportadores brasileiros devem saber utilizar plenamente os mecanismos fiscais e financeiros postos à sua disposição pelo Governo, a fim de aumentar o grau de competitividade de seus produtos.

- E** Todas as comunicações recebidas de importadores externos devem ser respondidas, mesmo que, em determinado momento, o exportador não tenha interesse nem condições de atender aos pedidos recebidos. O bom diálogo com os importadores, tanto efetivos como potenciais, prepara o campo para vendas futuras.

Vantagens com a exportação

Dentre as vantagens que a atividade exportadora oferece às empresas, destacam-se as seguintes:

- A** Aumento de produtividade – exportar implica aumento da escala de produção, que pode ser obtido pela utilização da capacidade ociosa da empresa e/ou pelo aperfeiçoamento de seus processos produtivos. A empresa poderá, assim, diminuir o custo de seus produtos, tornando-os mais competitivos, e aumentar sua margem de lucro.
- B** Diminuição da carga tributária – a empresa pode compensar o recolhimento dos impostos internos, via exportação.
Redução da dependência de

vendas internas – a diversificação de mercados (interno e externo) proporciona à empresa maior segurança contra as oscilações dos níveis de demanda interna.

C Aumento da capacidade inovadora – as empresas exportadoras tendem a ser mais inovadoras que as não exportadoras, costumam utilizar maior número de novos processos de fabricação, adotam programas de qualidade e desenvolvem novos produtos com maior frequência.

D Melhoria de condições para obtenção de recursos financeiros – mecanismos financeiros no Brasil, como o Adiantamento sobre Contrato de Câmbio (ACC) e o Adiantamento sobre Cambiais de Exportação (ACE), possibilitam às empresas exportadoras o recebimento da receita de exportação antes mesmo do início do processo produtivo, utilizando taxas de juros internacionais normalmente mais baixas do que as aplicadas no mercado interno.

E Aperfeiçoamento de recursos humanos – as empresas que exportam destacam-se na área de recursos humanos, pois costumam oferecer melhores salários e oportunidades de treinamento a seus funcionários.

E Aperfeiçoamento de processos industriais e comerciais – a melhoria na qualidade e na apresentação do produto, a elaboração de contratos mais precisos e a adoção de novos processos gerenciais, por exemplo, conferem à empresa melhores condições de competição interna e externa.

F Melhoria da imagem da empresa – o caráter de “empresa exportadora” é referência importante nos contatos da empresa no Brasil e no exterior, pois a imagem da empresa associa-se à de mercados externos, em geral mais exigentes, com reflexos positivos para seus clientes e fornecedores.

Algumas questões específicas para o exportador de alimentos

Um ponto essencial em exportações agroindustriais é o registro no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), conforme segue para os produtos de origem vegetal e animal:

Produtos de Origem vegetal

Para a exportação de produtos vegetais, a inspeção e a certificação devem observar os requisitos fitossanitários aprovados pela Organização Nacional de Proteção Fitossanitária (ONPF) do país de destino das mercadorias. A informação pode ser obtida no Departamento de Sanidade Vegetal (DSV/SDA) do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Link: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/exportacao>

No caso de exportação de produtos vegetais para países do Mercosul, devem ser observados os Requisitos Fitossanitários Harmonizados por Categoria de Risco, estabelecidos nos termos da Instrução Normativa nº 23, de 2 de agosto de 2004.

Produtos de Origem Animal

Toda e qualquer exportação de animais vivos ou produtos de origem animal é submetida ao cumprimento de requisitos regulamentados pelo MAPA.

Assim, uma empresa interessada no mercado de exportação deve, primeiramente, obter registro do estabelecimento no Serviço de Inspeção Federal (SIF) do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que atesta a regularidade sanitária, técnica e legal das instalações e etapas do processo de produção. Após a concessão do registro, a empresa deve requerer habilitação para exportar junto ao Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA), da Secretaria de Defesa Agropecuária (SDA) do MAPA. A empresa habilitada ao comércio internacional será incluída na lista geral ou na(s) lista(s) específica(s) de estabelecimentos exportadores.

No link: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/importacao-e-exportacao/exportacao-1/exportacao> são encontradas todas as informações sobre a documentação necessária e os procedimentos exigidos para a autorização da exportação de animais vivos e produtos de origem animal.

A Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul (FIERGS) é legalmente habilitada para prestar serviços na área de Comércio Exterior e Relações Internacionais para empresas exportadoras e importadoras, associações comerciais e industriais e universidades.

Alguns serviços e produtos:

- Estudos e pesquisas de mercado.
- Promoção comercial (feiras internacionais, missões e encontros de negócios).
- Consultoria e capacitações em comércio exterior.
- Emissão de certificados (Origem, Livre Venda, Vistos de Autenticidade).
- Assessoramento no preenchimento correto de documentos.

Site: <https://www.fiergs.org.br/servicos/comercio-exterior>

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE/RS) realiza missões internacionais e capacitações para as empresas que buscam ampliar seus negócios internacionalmente. Mais informações no site: <https://sebraers.com.br>

A **Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo do RS**

(SEDETUR/RS) dispõe do Programa EXPORTA-RS, o qual elabora gratuitamente para empresas interessadas Estudos de Mercado customizados, indicando os melhores países e os contatos dos importadores naqueles mercados-alvo.

Mais informações podem ser obtidas pelo email: exportars@sedetur.rs.gov.br.

APOIO À INOVAÇÃO

PROGRAMAS E INCENTIVOS DO GOVERNO DO ESTADO

As empresas não estão sozinhas na conquista de melhorias em suas atividades. Cabe destacar alguns instrumentos de incentivos do Governo Estadual que podem contribuir para o desenvolvimento tecnológico e produtivo dos alimentos *premium*.

SECRETARIA DE INOVAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

PROGRAMA PRODUTOS *PREMIUM*

www.inova.rs.gov.br/programa-produtos-premium

O objetivo do Programa Produtos *Premium* é promover a inovação nas cadeias produtivas tradicionais do Estado, como é o caso dos produtos oriundos da cadeia agroindustrial, agregando valor aos produtos, por meio da aproximação entre produtores e desenvolvedores de soluções tecnológicas e fontes de inovação. O Programa visa a desenvolver ações que estimulem

o setor produtivo a agregar valor aos produtos produzidos no RS, promovendo a inovação disruptiva ou incremental, com introdução de conhecimento e tecnologia nos produtos, processos, acesso aos mercados diferenciados, valorizando e divulgando os Produtos *Premium* gaúchos.

INOVA RS

www.inova.rs.gov.br

O INOVA RS é um programa que visa a incluir o Rio Grande do Sul no mapa global da inovação a partir da construção de parcerias estratégicas entre a sociedade civil organizada, setores empresarial, acadêmico e governamental – em oito regiões representativas do Estado: Metropolitana e Litoral Norte; Sul; Fronteira Oeste e Campanha; Central; Noroeste e Missões; Produção e Norte; Serra e Hortênsias; Região dos Vales.

O INOVA RS propõe a construção de uma agenda comum entre os atores dos ecossistemas de inovação dessas regiões. Esta agenda articula projetos voltados ao desenvolvimento econômico e social das regiões. Para isso, são utilizados os ativos existentes no Estado. O RS é o 5º estado brasileiro mais inovador e o 4º colocado em competitividade global em setores tecnológicos, conforme o Índice FIEC de Inovação dos Estados – 2018. O programa estimulará o investimento em inovação tecnológica para potencializar o crescimento do Estado e para torná-lo um lugar capaz de gerar, reter e atrair empreendedores, negócios e investimentos intensivos em conhecimento.

TECHFUTURO

www.inova.rs.gov.br/techfuturo

O projeto TechFuturo irá desenvolver ações estratégicas e parcerias que promovam a conexão entre as tecnologias portadoras de futuro e os setores estratégicos da economia regional, conforme previsto nas diretrizes estratégicas de inovação (2018-2028), aprovadas pelo Conselho Estadual de Ciência e Tecnologia, com o objetivo de transformar a matriz econômica do Estado em uma economia intensiva em conhecimento.

STARTUP LAB

www.inova.rs.gov.br/startup-lab

O Startup Lab visa a desenvolver o ecossistema de inovação do Rio Grande do Sul, incentivando a criação e o fortalecimento de startups em quatro dimensões: capacitação, fomento, conexão e exposição. Além disso, o projeto propõe a qualificação, com a finalidade de formar multiplicadores com foco no empreendedorismo intensivo em conhecimento – especificamente gestores e mentores dos ambientes de inovação e professores dos cursos de graduação das universidades do RS.

SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E TURISMO

PROGRAMA REDES DE COOPERAÇÃO

[www.sedetur.rs.gov.br/
redes-de-cooperacao](http://www.sedetur.rs.gov.br/redes-de-cooperacao)

O programa está em operação há mais de 15 anos e tem como propósito fomentar a cooperação entre empresas, gerar um ambiente estimulador ao empreendedorismo e disponibilizar suporte técnico necessário à formação, consolidação e desenvolvimento das redes.

Entre os benefícios das redes, estão o acúmulo de capital social, estratégias de Marketing compartilhado e contratação de agências, maior escala e poder de mercado, aumento da produtividade e redução de custos, geração de soluções coletivas e aprendizagem, inovação em rede e permanente troca de informações e experiências.

INVESTRS

investrs.com.br/inicial

InvestRS é o programa de atração de investimentos do Rio Grande do Sul, que tem como missão apoiar investidores que estão explorando oportunidades de negócios no Brasil e na América do Sul, evidenciando as vantagens competitivas do Estado.

Tem equipe multidisciplinar e composta por profissionais que auxiliam o investidor a obter as informações e acessar a rede de contatos necessária para uma boa tomada de decisão.

EXPORTA RS

www.sedetur.rs.gov.br/exporta-rs

O Programa EXPORTA-RS presta um serviço sem custo para o empreendedor gaúcho. Visa a ampliar e consolidar a participação de empresas gaúchas no mercado internacional, em especial micro, pequenos e médios empreendimentos.

O EXPORTA-RS realiza um trabalho customizado de prospecção de oportunidades para cada empresa interessada. São indicados os melhores mercados-alvo e os importadores potenciais para cada caso.

FUNDOPEM/RS

www.sedetur.rs.gov.br/fundopem-rs-e-integrar-rs

O Fundo Operação Empresa do Estado do Rio Grande do Sul (FUNDOPEM/RS) é um incentivo financeiro concedido às empresas que realizam projetos de investimentos no Estado que resultem na implantação ou expansão de unidades industriais.

O FUNDOPEM/RS não libera recursos para os projetos incentivados. As empresas beneficiadas se apropriam do incentivo na forma de financiamento de um percentual do valor ICMS incremental mensal devido, gerado pela operação do projeto implantado.

INTEGRAR/RS

www.sedetur.rs.gov.br/fundopem-rs-e-integrar-rs

O Programa de Harmonização do Desenvolvimento Industrial do Rio Grande do Sul (INTEGRAR/RS) é um incentivo adicional ao FUNDOPEM/RS, na forma de um percentual de abatimento, incidente sobre cada parcela a ser paga do financiamento do FUNDOPEM/RS, incluindo o valor principal financiado e os respectivos encargos financeiros do parcelamento.

SECRETARIA DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E DESENVOLVIMENTO RURAL

PROGRAMA ESTADUAL DE AGRICULTURA FAMILIAR (PEAF)

*[www.agricultura.rs.gov.br/
agroindustria-familiar](http://www.agricultura.rs.gov.br/agroindustria-familiar)*

O Programa Estadual de Agroindústria Familiar (PEAF), criado pelo Decreto Estadual nº 49.341, de 5 de julho de 2012, oportuniza linhas de crédito aos agricultores familiares com juros mais baixos; amplia a participação dos agricultores familiares no PAA (Programa de Aquisição de Alimentos) e no PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar); oferece serviços de orientação para regularização sanitária e ambiental com a disponibilização de perfis agroindustriais, layout de rótulos, entre outros; disponibiliza novos espaços de comercialização local e também apoia feiras de expressão regional, estadual e nacional; a organização dos agricultores familiares em estruturas associativas e cooperativas também é assistida.

PROGRAMA GESTÃO SUSTENTÁVEL

*[www.agricultura.rs.gov.br/gestao-
sustentavel-da-agricultura-familiar](http://www.agricultura.rs.gov.br/gestao-sustentavel-da-agricultura-familiar)*

Visa ao desenvolvimento sustentável por meio da incorporação da gestão integral da propriedade rural, incentivando o protagonismo da juventude, promovendo a autonomia das mulheres rurais e a geração de renda, tendo como ferramentas de apoio os programas e as políticas públicas do Estado.

SISBI INVESTIMENTO

*[www.agricultura.rs.gov.br/sisbi-
investimento](http://www.agricultura.rs.gov.br/sisbi-investimento)*

Busca promover a capacitação e a aquisição de bens e equipamentos para os Serviços de Inspeção Municipais, para o desenvolvimento das atividades, para a manutenção da equivalência do serviço estadual e para ampliação do número de municípios e agroindústrias com adesão ao SISBI/SUASA. Tem a finalidade de apoiar o desenvolvimento das agroindústrias familiares municipais e estaduais e ampliar seus mercados, disponibilizando atividades de capacitação de Médicos Veterinários que atuam nos Serviços de Inspeção Municipais e Estadual, bem como dos

gestores municipais e outros agentes de desenvolvimento.

AGREGAR CARNES RS

www.agricultura.rs.gov.br/agregar-carnes-rs

As empresas habilitadas têm a concessão de Crédito Presumido de 3,6% sobre o valor da Nota Fiscal de entrada de gado adquirido de produtor do RS e benefício adicional especial de Crédito Presumido de 4% nas saídas internas, decorrentes de venda ou de transferência para estabelecimento da mesma empresa, de carne e produtos comestíveis resultantes do abate de gado *vacum*, ovino ou bufalino. O crédito fiscal presumido previsto fica reduzido para 3% se os referidos produtos não estiverem embalados em cortes, conforme previsto em instruções baixadas pela Receita Estadual.

PRÓ-OLIVA

www.agricultura.rs.gov.br/pro-oliva

Visa fomentar, apoiar os produtores e consolidar a olivicultura, com ações previstas nos subprogramas de defesa sanitária e produção de mudas de qualidade; aumento da produção e produtividade dos olivais - assistência técnica e pesquisa; industrialização de azeites e conservas e créditos - linhas de financiamento.

PRÓ-PECÃ

www.agricultura.rs.gov.br/pro-pecã

Seu principal propósito é aumentar a área cultivada e a produção de frutos de noz-pecã, gerando emprego e renda no meio rural e incentivando as agroindústrias de beneficiamento e os fornecedores de equipamentos para essa cadeia produtiva no Estado do Rio Grande do Sul.

O Pró-Pecã tem como finalidade criar uma rede de integração e cooperação entre governo, produtores e demais representantes da cadeia produtiva.

CONSERVAÇÃO DE SOLO E ÁGUA

www.soloeagua.rs.gov.br/visao-geral

A partir de decreto, foi estabelecido o “Conservar para Produzir Melhor”, Programa Estadual de Conservação do Solo e da Água, que visa a coordenar, incentivar, apoiar e imprimir visibilidade às ações integradas com instituições públicas e privadas, com vistas à implementação de uma agricultura conservacionista para melhoria da produtividade, produção e rentabilidade agrícola das cadeias produtivas.

PLANO ABC - AGRICULTURA DE BAIXO CARBONO

www.agricultura.rs.gov.br/plano-abc

Tem por finalidade a organização e o planejamento das ações a serem realizadas para a adoção das tecnologias de produção sustentáveis, selecionadas com o objetivo de responder aos compromissos de redução de emissão de gases do efeito estufa no setor agropecuário assumidos pelo país.

MAIS ÁGUA, MAIS RENDA

www.agricultura.rs.gov.br/mais-agua-mais-renda

Visa a incentivar expansão das áreas irrigadas no Estado, para Licenciamento Ambiental em áreas irrigadas até 100 ha e Outorga do uso da água para açudes até 10 ha e fornecimento de incentivo financeiro para a implantação e/ou ampliação do uso de sistemas de irrigação (açudes, equipamentos para irrigação por aspersão e localizada).

PATRULHAS MECANIZADAS

www.agricultura.rs.gov.br/patruilhas-mecanizadas

Aquisições por contrato de repasse federal com o propósito de realizar a aquisição de patrulhas mecanizadas, as quais consistem em um conjunto de máquinas, equipamentos e implementos para atender a serviços de recuperação de solos, preparo de áreas para plantio, tratos culturais, colheita, construção, recuperação e conservação de estradas vicinais, dragagem, obras de drenagem e irrigação, nos municípios de baixa renda selecionados para este projeto.

CÂMARAS SETORIAIS E TEMÁTICAS

www.agricultura.rs.gov.br/camaras-setoriais-e-tematicas

As Câmaras Setoriais e Temáticas da Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural (SEAPDR) se constituem em fóruns de representação e proposição das cadeias produtivas do agro gaúcho.

Tem por objetivos apontar gargalos do processo produtivo e criar estratégias de ação para a solução dos mesmos; identificar oportunidades para o desenvolvimento das cadeias produtivas; definir, orientar e discutir políticas, estratégias e diretrizes.

PROJETOS FUNDOLEITE SEAPDR/RS

www.agricultura.rs.gov.br/projetos-fundoleite-seapi

Programa que visa à valorização da cadeia leiteira gaúcha através de diversas iniciativas, como o Projeto de Resgate e Regulamentação do Queijo Colonial; o Programa Ordenha Melhor.

FUNDOS SETORIAIS

www.agricultura.rs.gov.br/fundos-de

- **Fundo de Desenvolvimento da Cadeia Produtiva do Leite – Fundoleite**, visa ao financiamento de ações da cadeia com maior potencial de produção no Estado.
- **Fundo de Desenvolvimento da Ovinocultura – Fundovinos**, destina-se a custear e financiar as ações, os projetos e os programas de apoio à ovinocultura.
- **Fundo de Desenvolvimento da Vitivinicultura – Fundovitis**, vinculado à Secretaria da Agricultura, Pecuária e Desenvolvimento Rural, criado pelo artigo 47 da Lei nº 10.989, 13 de agosto de 1997, tem por finalidade custear e financiar as ações, os projetos e os programas da Política de Desenvolvimento da Vitivinicultura Estadual.
- **Fundo de Desenvolvimento e Inovação da Cadeia Produtiva da Erva-Mate do Estado – Fundomate**, destina-se a custear e financiar as ações, os projetos e os programas da cadeia produtiva da erva-mate no RS.

PROGRAMAS DE FOMENTO DAS AGÊNCIAS VINCULADAS À SEDETUR - BADESUL E BRDE

MICROCRÉDITO

www.sedetur.rs.gov.br/microcredito

Tem por propósito fortalecer e ampliar o microcrédito no âmbito do Estado em parceria com Instituições Financeiras e Instituições de Microcrédito (IMs). Na intermediação de recursos e operacionalização de uma variedade de empréstimos direcionados a um público restrito (empreendedores formais e informais, pessoas físicas e jurídicas), definido por sua baixa renda ou pelo seu ramo de negócios, que usualmente não têm acesso às formas convencionais de crédito.

PRODECOOP - PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO COOPERATIVO PARA AGREGAÇÃO DE VALOR À PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA

*[www.badesul.com.br/produtos/
produtoDetalhe/AGRO/17](http://www.badesul.com.br/produtos/produtoDetalhe/AGRO/17)*

Providencia financiamentos com o objetivo de incrementar a competitividade do complexo agroindustrial das cooperativas brasileiras, por meio da modernização dos sistemas produtivos e de comercialização.

INOVAGRO

*[www.badesul.com.br/produtos/
produtoDetalhe/AGRO/24](http://www.badesul.com.br/produtos/produtoDetalhe/AGRO/24)*

Apoiar investimentos necessários à incorporação de inovação tecnológica nas propriedades rurais, visando ao aumento da produtividade, à adoção de boas práticas agropecuárias e de gestão da propriedade rural, e à inserção competitiva dos produtores rurais nos diferentes mercados consumidores.

MODERFROTA

www.badesul.com.br/produtos/produtoDetalhe/AGRO/26

Financiar a aquisição, isolada ou associada a investimento, de tratores, colheitadeiras, plataformas de corte, pulverizadores, plantadeiras, semeadoras e equipamentos para preparo, secagem e beneficiamento de café.

BNDES FINAME AGRÍCOLA

www.badesul.com.br/produtos/produtoDetalhe/AGRO/29

Financiamento à aquisição de máquinas, equipamentos, implementos agrícolas e bens de informática e automação, novos, de fabricação nacional, credenciados no Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

As operações do BNDES Finame Agrícola são efetuadas por meio das instituições financeiras credenciadas.

O BNDES, ao credenciar o produto, verifica tão somente o processo produtivo do fabricante. Sendo assim, o credenciamento não gera ao Banco qualquer responsabilidade por problemas relacionados à qualidade e/ou ao desempenho técnico operacional do produto.

MODERAGRO

www.badesul.com.br/produtos/produtoDetalhe/AGRO/15

Apoiar e fomentar os setores da produção, beneficiamento, industrialização, acondicionamento e armazenamento de produtos da apicultura, aqüicultura, avicultura, chinchilicultura, cunicultura, floricultura, fruticultura, palmáceas, olivicultura, produção de nozes, horticultura, ovinocaprinocultura, pecuária leiteira, pesca, ranicultura, sericultura e suinocultura; fomentar ações relacionadas à defesa animal, particularmente o Programa Nacional de Controle e Erradicação da Brucelose e Tuberculose (PNCEBT) e a implementação de sistema de rastreabilidade animal para alimentação humana; e apoiar a recuperação de solos por meio do financiamento para aquisição, transporte, aplicação e incorporação de corretivos agrícolas.

MODERINFRA

[www.badesul.com.br/produtos/
produtoDetalhe/AGRO/16](http://www.badesul.com.br/produtos/produtoDetalhe/AGRO/16)

Apoiar o desenvolvimento da agropecuária irrigada sustentável, econômica e ambientalmente, de forma a minimizar o risco na produção e aumentar a oferta de produtos agropecuários; ampliar a capacidade de armazenamento da produção agropecuária pelos produtores rurais; e apoiar a construção e ampliação das instalações destinadas à guarda de máquinas e implementos agrícolas e à estocagem de insumos agropecuários.

BNDES AUTOMÁTICO

[www.badesul.com.br/produtos/
produtoDetalhe/ICS/7](http://www.badesul.com.br/produtos/produtoDetalhe/ICS/7)

Financiamento, por intermédio de instituições financeiras credenciadas, de projetos de investimento, cujos valores de financiamento sejam inferiores ou iguais a R\$ 20 milhões. Esse valor também representa o máximo que cada cliente pode financiar a cada período de 12 meses, contados a partir da data de homologação da operação pelo BNDES.

O produto BNDES Automático divide-se em linhas de financiamento, com condições financeiras específicas para melhor atender ao cliente, de acordo com o porte ou a atividade econômica.

Podem ser financiados investimentos para implantação, ampliação, recuperação e modernização de ativos fixos, bem como projetos de Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação, nos setores da indústria, de infraestrutura, comércio, prestação de serviços, agropecuária, produção florestal, pesca e aquicultura.

BNDES FINAME

[www.badesul.com.br/produtos/
produtoDetalhe/ICS/28](http://www.badesul.com.br/produtos/produtoDetalhe/ICS/28)

Financiamento, por meio de instituições financeiras credenciadas, para produção e aquisição de máquinas, equipamentos e bens de informática e automação novos, de fabricação nacional e credenciados no BNDES.

BRDE INOVA

www.brde.com.br/inovacao-brdeinova/

Com o Programa BRDE Inova, essa instituição financeira busca fortalecer a inovação no ambiente produtivo na Região Sul, mediante financiamentos de longo prazo para empresas e projetos inovadores com juros, condições, tarifas e acompanhamento diferenciado.

São apoiados:

- Projetos inovadores em produto, processo ou modelo de negócio (Inovacred).
- Projetos de empresas com histórico inovador (MPME Inovadora).
- Empresas em estágio inicial com perfil inovador (Criatec 3).

CAPITAL DE GIRO ASSOCIADO A INVESTIMENTO FIXO

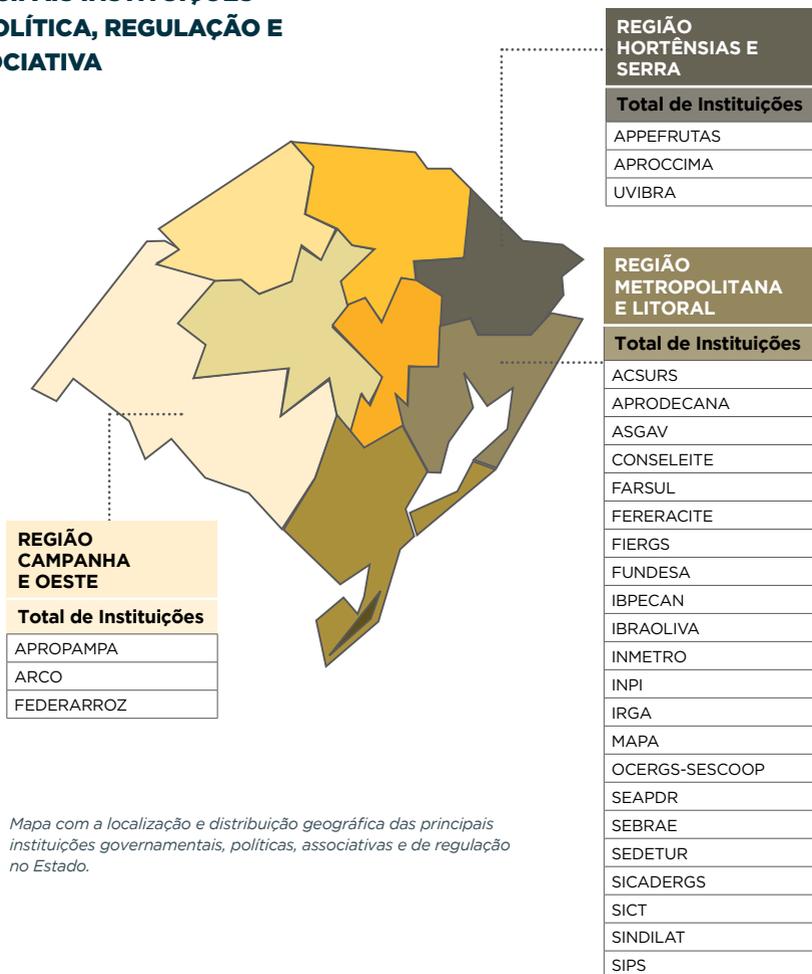
www.brde.com.br/industria-comercio-e-servicos/capital-de-giro-associado-a-investimento-fixo/

O Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) financia a necessidade de capital de giro associada aos investimentos fixos realizados. O investimento deverá ser calculado em função das necessidades específicas do empreendimento.

Beneficiários: Empresas de qualquer porte que tenham captado recursos para investimentos fixos por meio de programas do BRDE.

Itens financiáveis: Capital de giro associada aos investimentos fixos realizados.

RELAÇÃO DE SITES DAS PRINCIPAIS INSTITUIÇÕES DE POLÍTICA, REGULAÇÃO E ASSOCIATIVA



Mapa com a localização e distribuição geográfica das principais instituições governamentais, políticas, associativas e de regulação no Estado.

ACSURS – Associação de Criadores de Suínos do Estado do Rio Grande do Sul
www.acsurs.com.br

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária
portal.anvisa.gov.br

APPEFRUTAS – Associação dos Produtores de Pequenas Frutas de Vacaria
www.appefrutas.com.br

APROCCIMA – Associação dos Produtores Rurais dos Campos de Cima da Serra
www.aproccima.com.br

APRODECANA – Associação dos Produtores de Cana-de-Açúcar e Seus Derivados do Estado do Rio Grande do Sul
www.aprodecana.com.br

APROPAMPA – Associação dos Produtores de Carne do Pampa Gaúcho da Fronteira Meridional
www.carnedopampagauchu.com.br

ARCO – Associação Brasileira de Criadores de Ovinos
www.arcoovinos.com.br

ASGAV – Associação Gaúcha de Avicultura
www.asgav.com.br

CONSELEITE – Conselho Paritário Produtores / Indústrias de Leite do Estado do Rio Grande do Sul
www.conseleite.com.br

FARSUL – Federação da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul
www.farsul.org.br

FEDERACITE – Federação dos Clubes de Integração e Trocas de Experiências
www.federacite.com.br

FEDERARROZ – Federação das Associações de Arrozeiros do Estado do Rio Grande do Sul
www.federarroz.com.br

FIERGS – Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul
www.fiergs.org.br

FUNDESA – Fundo de Desenvolvimento e Defesa Sanitária Animal
www.fundesa.com.br

IBPECAN – Instituto Brasileiro de Pecanicultura
www.ibpecan.org

IBRAOLIVA – Instituto Brasileiro de
Olivicultura
www.ibraoliva.com.br

INMETRO – Instituto Nacional de
Metrologia, Qualidade e Tecnologia
www4.inmetro.gov.br

INPI – Instituto Nacional da
Propriedade Industrial
www.inpi.gov.br

IRGA – Instituto Riograndense do
Arroz
www.irga.rs.gov.br

MAPA – Ministério da Agricultura,
Pecuária e Abastecimento
www.agricultura.gov.br

OCERGS-SESCOOP – Sindicato e
Organização das Cooperativas do
Estado do Rio Grande do Sul
www.sescooprs.coop.br

SEAPDR – Secretaria da Agricultura,
Pecuária e Desenvolvimento Rural
www.agricultura.rs.gov.br

SICT – Secretaria de Inovação, Ciência
e Tecnologia
www.inova.rs.gov.br

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio
às Micro e Pequenas Empresas
sebraers.com.br

SEDETUR – Secretaria do
Desenvolvimento Econômico e
Turismo
www.sedeturs.gov.br

SICADERGS – Sindicato da Indústria
de Carnes e Derivados no Estado do
Rio Grande do Sul
www.sicadergs.com.br

SINDILAT – Sindicato da Indústria de
Laticínios e Produtos Derivados do
Rio Grande do Sul
www.sindilat.com.br

SIPS – Sindicato da Indústria de
Produtos Suínos do Estado do Rio
Grande do Sul
www.sips.com.br

UVIBRA – União Brasileira de
Vitivinicultura
www.uvibra.com.br

Outras:

RELAÇÃO DE SITES DAS PRINCIPAIS INSTITUIÇÕES DE FINANCIAMENTO

BADESUL – Banco de
Desenvolvimento do Estado do Rio
Grande do Sul
www.badesul.com.br

BANRISUL – Banco do Estado do Rio
Grande do Sul
www.banrisul.com.br

BB – Banco do Brasil
www.bb.com.br

BNDES – Banco Nacional de
Desenvolvimento Econômico e Social
www.bndes.gov.br

BRDE – Banco Regional de
Desenvolvimento do Extremo Sul
www.brde.com.br

CAPES – Coordenação de
Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível
Superior
www.capes.gov.br

CEF – Caixa Econômica Federal
www.caixa.gov.br

CNPQ – Conselho Nacional de
Desenvolvimento Científico e
Tecnológico
www.cnpq.br

FAPERGS – Fundação de Amparo à
Pesquisa do Estado do Rio Grande
do Sul
fapergs.rs.gov.br

FINEP – Financiadora de Estudos e
Projetos
www.finep.gov.br

SICREDI – Sistema de Crédito
Cooperativo
www.sicredi.com.br

Outras:

ECOSSISTEMA EM INOVAÇÃO, CIÊNCIA, TECNOLOGIA PARA AUXILIAR NO EMPREENDEDORISMO

REGIÃO NOROESTE E MISSÕES

Instituição	Cidade
EMATER	Ijuí, Santa Rosa
IFFAR	Panambi, Santa Rosa
URI	Santo Ângelo
UNIJUÍ	Ijuí

REGIÃO CENTRAL

Instituição	Cidade
EMATER	Santa Maria
IFFAR	Júlio de Castilhos, São Vicente do Sul, Jaguarí
UFSM	Santa Maria
UNIFRA	Santa Maria
UNICRUZ	Cruz Alta

REGIÃO CAMPANHA E OESTE

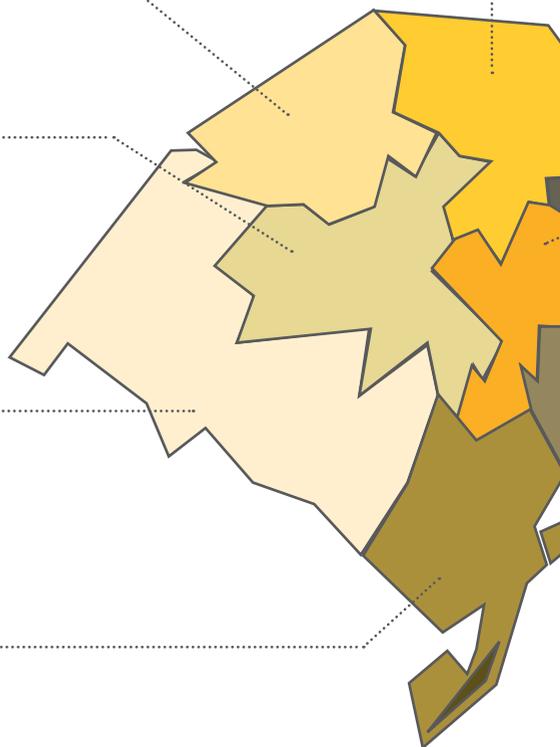
Instituição	Cidade
EMATER	Bagé
EMBRAPA	Bagé
IFFAR	Alegrete, São Borja
PUCRS	Uruguaiana
UNIPAMPA	Uruguaiana, Bagé
URCAMP	Bagé, Alegrete

REGIÃO SUL

Instituição	Cidade
EMATER	Pelotas
EMBRAPA	Pelotas
FURG	Rio Grande
IFSUL	Pelotas
UCPEL	Pelotas
UFPEL	Pelotas

REGIÃO PRODUÇÃO E NORTE

Instituição	Cidade
EMATER	Erechim, Passo Fundo, Soledade
EMBRAPA	Passo Fundo
Faculdade IDEAU	Getúlio Vargas
IFRS	Ibirubá, Erechim, Sertão
SETREM	Três de Maio
ULBRA	Carazinho
UPF	Passo Fundo
URI	Erechim



Mapa com a localização e distribuição geográfica das principais instituições de ciência e tecnologia do Estado. Regiões do INOVARS

REGIÃO HORTÊNSIAS E SERRA	
Instituição	Cidade
CNEC	Bento Gonçalves
EMATER	Caxias do Sul
EMBRAPA	Bento Gonçalves
Faculdade Nª Sª de Fátima	Caxias do Sul
FAMUR	Caxias do Sul
FISUL	Garibaldi
FSG	Caxias do Sul
IFRS	Bento Gonçalves
UCS	Caxias do Sul, Flores da Cunha, Vacaria

REGIÃO DOS VALES	
Instituição	Cidade
EMATER	Lajeado
FACSALE	Estrela
UNISC	Santa Cruz do Sul
UNIVATES	Lajeado

REGIÃO HORTÊNSIAS E SERRA	
Instituição	Cidade
FEEVALE	Novo Hamburgo
IFRS	Porto Alegre
LA SALLE	Canoas
PUCRS	Porto Alegre
SENAI	Porto Alegre
UFCSPA	Porto Alegre
UFRGS	Porto Alegre
ULBRA	Canoas
UNIRITER	Porto Alegre
UNISINOS	São Leopoldo

A SICT está disponibilizando em seu site o levantamento das instituições que podem auxiliar o empreendedor a inovar no setor de alimentos e bebidas, incluindo instituições associativas e de regulação, de fomento e de ciência e tecnologia nos oito ecossistemas regionais de inovação do Estado. O mapeamento foi construído a partir do relatório “Mapeamento da estrutura de ciência e tecnologia e da malha produtiva de alimentos do RS”, produzido pelo NITEC/EA/UFRGS para a AGDI, em 2013.

Para acessar esse ecossistema de inovação em alimentos e bebidas, clique no link abaixo ou copie e cole no seu navegador.

<https://inova.rs.gov.br/mapeamento-setor-de-alimentos>

Para as instituições não listadas que tenham interesse em ter suas informações disponibilizadas no mapeamento, acesse o link <https://forms.gle/Q3rSbb9Psxbj9uQN6>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As empresas produtoras de alimentos *premium* precisam direcionar para um padrão convergente de atuação com o mercado. Para competir, devem fazer o consumidor perceber a qualidade superior de seus produtos, seja pela origem, pela receita, pelo processo ou pela apresentação do produto.

Sabor, aparência, textura e aroma superiores, certificados de origem qualidade e embalagens bem pensadas são alguns dos exemplos de uma série de atributos que podem ser facilmente relacionados com a agregação de valor. Sobretudo, podem vir a ser determinantes na hora em que o consumidor escolhe um produto. É estratégia da equipe do Programa Produtos *Premium* lançar no futuro guias setoriais específicos para cadeias produtivas escolhidas, com orientações mais direcionadas.

Os estudos de tendências de mercado apontam para a estratégia de diferenciação a fim de aumentar o valor dos produtos e ir ao encontro das necessidades de uma população cada vez mais exigente no momento da compra.

É por isso que a transformação de um produto padronizado em *premium* passa pela incessante busca de informações e conhecimento para fazer melhor. Assim, as alternativas de cunho coletivo, tais como associações e redes de cooperação, somam recursos e ampliam a aprendizagem, transformando a competição em soluções de problemas comuns e na valorização de toda a cadeia produtiva.

O leitor deve ter observado que em alguns pontos desta publicação foram deixados espaços em branco para anotações complementares. A explicação é que cada negócio tem suas especificidades, assim como cada segmento agroindustrial. Além disso, a dinâmica econômica cada vez mais acelerada faz com que novas referências de processos, organizações e instituições se consolidem com o passar do tempo. A evolução da indústria de alimentos *premium* no Rio Grande do Sul seguirá uma trajetória com grande dinâmica. Temos certeza de que as futuras edições deste guia estarão ainda mais completas.

REFERÊNCIAS E FONTES

AGÊNCIA GAÚCHA DE DESENVOLVIMENTO E PROMOÇÃO DO INVESTIMENTO. AGDI. **Relatórios do Projeto Estruturação do Programa Gaúcho de Alimentos Premium**. Convênio AGDI-FIERGS/CONAGRO-UFRGS. Porto Alegre, 2014.

Federação das Indústrias do Estado do Rio Grande do Sul. **Inovação: uma estratégia para o desenvolvimento industrial do RS**. Porto Alegre, 2010.

Manual de Oslo, OCDE. **Diretrizes para a coleta e interpretação de dados sobre inovação**. FINEP, 2007. Disponível em: www.finep.org.br

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **MAPA. Registro de Indicação Geográfica**. Disponível em: www.inpi.gov.br

SÃO PAULO. Instituto de Tecnologia de Alimentos; Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. **Relatório Brasil Food Trends 2020**. São Paulo, 2010. Disponível em: www.brasilfoodtrends.com.br/Brasil_Food_Trends/index.html.

INPI – Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Lista das Indicações de Procedência Concedidas, 2020**. Disponível em: www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/pedidos-de-indicacao-geografica-no-brasil.

Acessado em 13 de julho de 2020, às 13:57.





**GOV
RS**

NOVAS FAÇANHAS

NA INOVAÇÃO, CIÊNCIA
E TECNOLOGIA