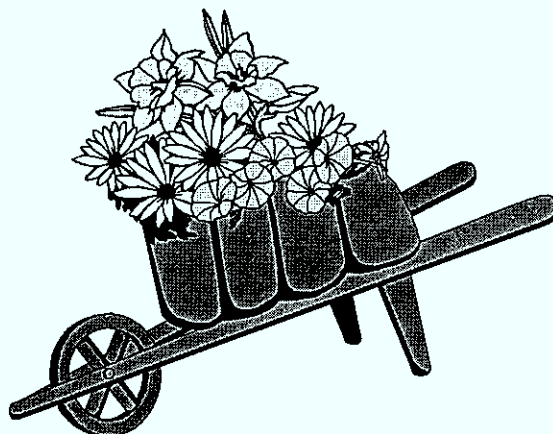


Circuitos de Comercialização de Plantas Aromáticas e Medicinais

Fernanda Delgado de Sousa*



Resumo

Apresentar-se-ão dados referentes à comercialização das Plantas Aromáticas e Medicinais (PAM) a nível internacional comparando-os em simultâneo com o que se passa a nível nacional. Relativamente aos mercados, existem fundamentalmente dois tipos de mercados e indústrias que utilizam as PAM, por um lado, temos circuitos de comercialização muito curtos com utilização dos produtos no mínimo da sua transformação. Por outro lado, temos indústrias e mercados que utilizam compostos muito específicos implicando extracções e técnicas muito complicadas. Assim serão apresentadas sugestões para uma maior implantação deste sector no nosso País. Por fim analisar-se-ão os resultados provenientes de um inquérito Nacional levado a cabo no âmbito do Projecto PAMAF IED "Plantas aromáticas e condimentares. Selecção e avaliação de usos tradicionais e aplicações alternativas em agroindústrias", para a definição dos circuitos internos de comercialização.

1. Introdução

Nestes últimos anos em Portugal, assim como noutros Países europeus, tem-se assistido a um desabrochar de numerosas iniciativas a diversos níveis no que diz respeito à produção e estudo de PAM, sejam elas através de projectos de investigação, de convénios, conferências ou da constituição de algumas associações de produtores.

Na base destes movimentos encontram-se motivações diversas:

- por um lado, temos a redescoberta do que se considera tradicional, puro e salutar, principalmente no que respeita ao consumo agroalimentar. Neste quadro, poderemos observar no mercado o aumento e diversificação de produtos à base de PAM e tendo em conta o seu destino: alimentar, terapêutico ou cosmético, a "ideia-chave" de produto natural e de "naturalidade" é imediatamente perceptível pelo consumidor;
- por outro lado, a maioria da produção agrícola tradicional está a sofrer tal competição a nível europeu, derivada de dificuldades de comercialização e dos poucos incentivos originados pela nova PAC, que os agricultores procuram produções alternativas inovadoras.

Numa perspectiva abrangente do estudo das PAM a nível nacional, compilaram-se alguns dados relacionados com os circuitos comerciais internacionais e nacionais,

tendo-se concluído, porém, que os dados disponíveis do mercado das PAM, são extremamente escassos e provêm unicamente dos dados do comércio externo.

2. Situação económica

A análise deste sector no campo económico revela-se extremamente escassa e difícil, uma vez que, temos que nos basear única e exclusivamente em dados estatísticos do comércio externo, muitas vezes pouco específicos e de difícil aplicabilidade quando pretendemos fazer uma aproximação a uma cultura ou a um tipo específico de utilização.

Porém, é ponto assente que a oferta para o mercado interno surge extremamente segmentada e que, tendo em conta uma reduzida produção nacional, se assiste a um forte recurso à importação, nos diferentes grupos agregados a nível comercial (Tab.1).

No que diz respeito a quantitativos (t) o comércio internacional em 1992, relativamente a especiarias foi estimado em 400 000t, sendo a pimenta a especiaria mais comercializada (Verleg,1994). Em Portugal a importação continua a ser mais relevante que a exportação e a pimenta é também no nosso País uma das especiarias mais importadas, mas são as diferentes formas de *Capsicum* sp. em que se incluem as malaguetas, os frutos mais importados. O louro surge como a nossa maior exportação, sendo as ex-colónias os nossos melhores clientes, destacando-se claramente Cabo-Verde.

Tabela 1 - Balança Comercial Nacional das PAM (1993/94)

Ano	Tipo de Produto					
	Especiarias		Plantas/ /Partes de Plantas		Óleos Essenciais	
	Exp. (1000 esc.)	Imp. (1000 esc.)	Exp. (1000 esc.)	Imp. (1000 esc.)	Exp. (1000 esc.)	Imp. (1000 esc.)
1993	31.709	430.890	103.815	337.411	169.233	4.062.844
1994	30.849	466.081	127.653	967.020	207.360	5.198.261

(FONTE: INE,1993/94)

Nas plantas aromáticas o volume internacional ronda as 50.000t e, em Portugal, o comércio externo deste grupo de elementos é muito reduzido, verificando-se que as exportações vão para Países vizinhos como é o caso da Espanha e França. Porém, neste grupo e em face da balança comercial, vendem-se as plantas que produzimos a um valor comercial inferior ao valor de aquisição de plantas do mesmo grupo.

A importação de óleos essenciais foi estimada no mesmo ano (1992) em 100.000t, essencialmente para os Países da União Europeia e EUA, a exportação foi de 108.000t, tendo sido a China e alguns Países da União Europeia os exportadores de maior relevância (Verleg,1994).

Em Portugal a importação ronda as 3.000t e a exportação unicamente 300t, revelando a escassez

de indústrias transformadoras em laboração activa (INE,1994) (Tab.2).

Tabela 2 - Quantitativos transaccionados (comércio internacional-1992 e nacional-1994)

Produto	Comércio Internacional (t)	Comércio Nacional (t)	
		Exp.	Imp.
Especiarias	400.000	67	1.273
Pl. Aromáticas	50.000	470	246
Óleos Essenciais	208.000	300	3.000

(FONTE: INE,1994; Verlag,1994)

3. O caso particular dos circuitos de comercialização a nível nacional

Tendo como base um conjunto de inquéritos organizados no âmbito do programa PAMAF-IED (1995/98) "Plantas Aromáticas e Condimentares - Selecção e avaliação de usos tradicionais e aplicações alternativas em agroindústrias", na tentativa de esquematizar os circuitos de comercialização internos, poderemos novamente reafirmar que as necessidades do consumo interno são na sua maioria satisfeitas por produtos provenientes da importação.

Os inquéritos foram elaborados nas vertentes: produtores, indústrias transformadoras (farmacêutica, perfumaria e cosmética, alimentar) e distribuidores.

Foram enviados via CTT e, estabelecido um prazo de resposta de 2 meses.

Elaborou-se a tabela 3, como uma tentativa de compilação dos resultados retirados da informação fornecida nesses inquéritos.

Tabela 3 - Resultados (%) de inquéritos realizados em 1995/96

	Produtores	Indústrias Distribuidores
% de respostas	11	27
Principais vias comerciais:		
Ervanárias	1	-
Indústria	1	84
Grandes superfícies	1	-
Feiras	1	-

(-) Sem informação

A reduzida participação nesta iniciativa, não nos permitiu atingir os objectivos que nos tínhamos proposto. Não queremos porém, deixar de revelar os resultados obtidos, deixando aqui expressa a opinião de que esta reduzida participação poderá ter sido condicionada por diversos factores, isolados ou no seu conjunto.

Assim:

- o prazo limite estabelecido para a recepção dos inquéritos (2 meses);
- o receio da divulgação de informação;
- o não envio de selo para a resposta;
- a falta de motivação para a participação em iniciativas deste género.

Das respostas recebidas gostaríamos de referir o estudo a nível do ramo farmacêutico efectuado por uma empresa, que através do mesmo tem, a esse nível conseguido uma compilação exaustiva do mercado nacional e dos produtos comercializados. Salienta-se assim o levantamento efectuado ao nível de 84 empresas que comercializam um total de 2 941 produtos indicados para 14 437 fins terapêuticos (ADITIVA, 1996).

Ainda no que respeita ao campo das Plantas medicinais os produtores e empresários ligados a este sector debatem-se com algumas divergências envolvendo principalmente os profissionais da medicina alopata, naturopata e dos laboratórios farmacêuticos.

Temos esperança e acreditamos que os nossos produtores, bem como os industriais e comerciantes ligados a este sector, no futuro se sintam receptivos a iniciativas como esta para que a curto prazo possamos reunir a informação suficiente, de modo a definir os verdadeiros circuitos comerciais das PAM no nosso País, como se encontra regulamentado no Jornal Oficial das Comunidades Europeias.

4. Possíveis estratégias

A competitividade do produtor de PAM a nível nacional passará sempre, pela definição de uma política interna que envolva conjuntamente o sector produtivo, o comercial e o industrial.

Como possíveis estratégias poderemos avançar com as seguintes ideias:

- a) Defesa dos produtos no mercado, baseada na descrição de tipicidade, tendo como base a norma europeia de definição de origem (DO Reg.CEE.2081/92), aplicável aos Países da Comunidade (Gaeta, 1993).
- b) Redução dos custos de produção, passando pela adaptação de adequada tecnologia às condições produtivas, à área a ocupar, e à mecanização das culturas, melhorando assim, os produtos que serão industrializados.
- c) Diversificação da produção, criando polos de atracção paisagística e recreativa de forma a incentivar fluxos turísticos.

O actual quadro normativo europeu oferece algumas oportunidades de estímulo à produção, principalmente para o aumento das áreas produtivas de produtos não destinados prioritariamente ao consumo humano ou animal, cuja matéria-prima cultivada seja objecto de um contrato entre o produtor agrícola e o primeiro transformador, antes da sementeira da matéria-prima em causa (Regulamento CEE 334/93). Este regulamento expressamente no Anexo I as matérias-primas que podem ser cultivadas nas terras retiradas à cultura de espécies arvenses e, como ex 1211- "Plantas e partes de plantas (incluindo sementes e frutos) das espécies utilizadas principalmente em perfumaria, medicina ou como insecticidas, parasiticidas e similares, que não a alfazema, o *Lavandim* ou a salva".

O maior obstáculo à expansão da procura deste tipo de produto obtido de uma forma ambientalmente segura não é tanto o preço, mas fundamentalmente, a garantia da sua qualidade. Assim, torna-se necessário intervir, também a este nível, de forma a conseguir-se aumentar, tanto a certificação dos produtos, como os serviços de informação e de orientação dos consumidores.

5. Nota final

Pensa-se, e como reflexão final que para além das ajudas financeiras que incentivariam a cultura deste tipo de plantas, deveria haver regras de regulação dos mercados, criação de entidades de assistência técnica e comercial e estímulos à colaboração entre produtores e industriais.

Adequar à realidade portuguesa um tal esforço organizativo, de difícil gestão e controlo parece-nos ser o passo mais complicado, porém essencial, para potenciar o incremento deste sector.

Referências Bibliográficas

- ADITIVA FÁRMACOS E SUPLEMENTOS LDA. (1996) Dados compilados pela empresa e fornecidos pessoalmente.
- Delgado, F. (1995) *Transformação e comercialização de plantas aromáticas e medicinais*. Encontro Nacional de Plantas Aromáticas e Medicinais. UTAD.Vila Real.
- Gaeta (1993) *Il mercato interno europeo dei prodotti alimentari*. Edagricola. Bologna.
- INE (1993/1994) Estatísticas do comércio externo.
- J.O nºL 38/18 de 16.2.93
- Verleg, N: (1994) *An overview of medicinal and aromatic plant industry*. Convegno Internazionale "Coltivazione e Miglioramento di Piante Officinali"
- Proceedings of "Cultivation and improvement of medicinal and aromatic plants". Trento.

* Professora Adj. da Escola Superior Agrária de Castelo Branco