

CARLOS RUDINEY/ABRAPA

Campo de algodão em uma fazenda certificada ABR

Rastreabilidade física de ponta a ponta: a experiência do programa SouABR

O que parecia ser apenas uma exigência do consumidor, agora, já é a realidade. O primeiro programa de rastreabilidade da cadeia produtiva de algodão e têxtil do Brasil está perto de completar um ano em atividade.

ABRAPA
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE ALGODÃO

ATUALMENTE, O consumidor está em busca de uma moda mais transparente e consciente. Segundo mostra o Instituto Locomotiva, 86% da população brasileira interessa-se por sustentabilidade, 75% consideram que as empresas de vestuário deveriam se preocupar com o tema e mantê-lo como pauta permanente e 45% acham que as marcas deveriam se posicionar sobre ele. Além disso, segundo a mesma pesquisa, 15% das pessoas se declararam dispostas a pagar mais por produtos de marca com posicionamento sustentável e 60% deixariam de consumir de empresas que apresentassem problemas éticos.

Observando esse comportamento e a movimentação da indústria da moda, especialmente as redes varejistas que querem mais sustentabilidade em seus produtos, a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa) desenvolveu o primeiro programa de rastreabilidade de ponta a ponta, lançado ao mercado em outubro de 2021.

A Abrapa acredita que promover a moda responsável também ajuda a conscientizar que o Brasil é uma referência mundial no cultivo da fibra com certificação socioambiental, já que quase 85% da última safra foi certificada pelo programa Algodão Brasileiro Responsável (ABR), seguindo um extenso protocolo com mais de 180 questões que abrangem as leis ambientais e trabalhistas do País. Além disso, conta-se com o Sistema Abrapa de Identificação (SAI), em que os dados presentes no código de barras permitem saber a fazenda que produziu o algodão, a algodoeira que beneficiou a pluma, o número da certificação ABR, se tem licenciamento Better Cotton Initiative (BCI) e quais são os dados de qualidade da fibra. Tudo isso é integrado e registrado numa etiqueta que funciona como um RG do fardo de algodão.

COMO O PROJETO-PILOTO CHEGOU AO MERCADO E SE TORNOU UM PROGRAMA DE SUCESSO

O programa de rastreabilidade ganhou o nome de SouABR e ainda está na fase-piloto até dezembro próximo, contando com duas grandes redes varejistas, que são referências no mercado: Reserva, no segmento masculino, e Lojas Renner, junto da Youcom (que faz parte do grupo), no feminino, além de suas respectivas cadeias.

Blockchain foi a tecnologia escolhida para o programa, uma vez que permite realizar os registros de todas as transações entre os diferentes elos da cadeia produtiva, numa rede compartilhada, de uma etapa para outra, em tempo real, de forma segura e imutável, tornando viável a rastreabilidade da peça de roupa de ponta a ponta. A utilização de *blockchain* em uma cadeia rastreável, como a de algodão, garante a autenticidade dos dados e oferece transparência para o consumidor, aumentando, por consequência, a responsabilidade de cada participante – um benefício para todos os *stakeholders* (empresas e consumidores).

A interface com o consumidor final dá-se pela leitura do QR *code* presente nas etiquetas dos produtos rastreáveis. Com ele, é possível verificar de qual fazenda saiu o algodão presente na peça de roupa, a geolocalização, as certificações, a fiação, a tecelagem, a confecção e a rede varejista que participaram do processo de fabricação e venda do produto. Tudo isso é feito na palma da mão.

REPRODUÇÃO/MOVIMENTO SOU DE ALGODÃO



Fornecedores que fazem parte do Programa SouABR



Imagem de um QR *code* em uma peça verdadeira

DIVULGAÇÃO/LOJAS RENNER

O QUE JÁ FOI FEITO E OS PLANOS PARA O FUTURO

O programa SouABR já registrou mais de 27 mil camisetas masculinas da Reserva desde 7 de outubro de 2021, Dia Mundial do Algodão e do lançamento da coleção, e mais de 5 mil calças jeans femininas das varejistas Renner e Youcom a partir de maio deste ano, quando começaram a ser comercializadas. Com os aprendizados da fase-piloto com as duas varejistas e o aprimoramento do sistema ao longo dos últimos dezoito meses, a Abrapa pretende abrir o SouABR para todo o mercado nacional a partir de janeiro próximo.

Com isso, cada vez mais produtos rastreáveis passarão a ser ofertados ao consumidor por essas e outras marcas que se preocupam em entregar transparência e sustentabilidade.

ALGODÃO BRASILEIRO TEM PROGRAMA DE PROMOÇÃO FOCADO NO MERCADO ASIÁTICO

Segundo maior exportador mundial de algodão, o Brasil tem investido pesado para consolidar a sua presença no mercado internacional. A estratégia coordenada pela Abrapa foi o programa **Cotton Brazil**, criado, no final de 2019, para promover a pluma brasileira em âmbito global. Focada principalmente no mercado asiático, que concentra 94,3% das exportações brasileiras, a iniciativa tem a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil) como parceira direta e chega ao seu terceiro ano com motivos para comemorar.

Consciente da necessidade de posicionar de forma mais qualificada a marca do algodão brasileiro, a Abrapa definiu nove países como estratégicos: China, Vietnã, Paquistão, Turquia, Bangladesh, Indonésia, Coreia do Sul, Tailândia e Índia. Abriu, em agosto de 2020, um escritório de representação em Singapura, cidade-Estado do Sudeste Asiático com localização estratégica, e iniciou um robusto programa de comunicação, eventos e intercâmbio comercial, que conseguiu driblar os efeitos limitadores da pandemia de COVID-19.

O lançamento oficial do Cotton Brazil ocorreu em dezembro de 2020, com transmissão ao vivo pela internet. A partir de então, uma série de eventos online, chamada de "Cotton Brazil Outlook", foi realizada, apresentando dados e informação qualificada sobre o algodão brasileiro para empresários e investidores da indústria têxtil mundial.



DIVULGAÇÃO

O lançamento oficial do Cotton Brazil ocorreu em dezembro de 2020

De janeiro de 2021 a julho último, o Cotton Brazil realizou trinta eventos internacionais, sendo alguns 100% virtuais – ao longo do período de quarentena mundial –, alguns híbridos e outros presenciais. Ao todo, esses eventos reuniram mais de 2,6 mil pessoas, em sua maioria executivos de fiações e tecelagens dos países prioritários do programa.

PARCERIAS BINACIONAIS

No decorrer de 2021, o Cotton Brazil formalizou quatro parcerias estratégicas com importantes organizações representativas da Índia e da China – dois países que lideram a produção de algodão, mas que precisam importar volumes consideráveis da pluma para abastecer sua indústria têxtil.

Em janeiro de 2021, foi assinado um memorando de entendimento (MoU, na sigla em inglês) entre a Abrapa e a Confederation of Indian Textile Industry (CITI), principal entidade setorial da indústria têxtil indiana. A parceria prevê uma troca de informações técnicas e a realização de eventos conjuntos.


DIVULGAÇÃO

O BCO – braço comercial da CNCE – é a principal plataforma de negócios do setor têxtil da China

Na China, três organizações mantêm, atualmente, vínculo com a Abrapa. A China Cotton Association (CCA), criada em 2003, representa cerca de 60% do setor têxtil chinês, reunindo diversos elos da cadeia de algodão, inclusive indústrias. A China National Cotton Exchange (CNCE), estatal que gerencia a maior plataforma de negócios têxteis da China e responde por 90% do consumo de pluma de algodão chinesa, é outra parceira do Cotton Brazil. Já a Beijing Cotton Outlook Consulting Co. (BCO) é o braço comercial da CNCE, sendo responsável por gerar dados e informações sobre o mercado, além de promover os principais eventos do segmento no País.

A ênfase do Cotton Brazil na China explica-se. Apesar de ser o maior produtor mundial de algodão, o país asiático precisa importar o produto para atender a demanda da sua indústria têxtil, o que o posicionou, no ano comercial 2021/22, como o segundo maior importador ao redor do globo, com 1,7 milhão de toneladas importado – o equivalente a 18% das importações mundiais.

Os chineses são os principais compradores do algodão brasileiro, absorvendo 26% do total exportado – o equivalente a 456 mil toneladas em 2021/22. A importação da pluma brasileira aumentou 47,13% na última década.

ATUAÇÃO PRESENCIAL MARCA 2022

Se, no primeiro ano de atuação, o programa manteve o seu escopo essencialmente virtual devido às restrições da pandemia; a partir de 2022, a Abrapa voltou a realizar missões internacionais tendo o Cotton Brazil como foco central, além de retomar a participação em eventos presenciais.

Em fevereiro último, foi realizada uma edição da Missão Vendedores, com dois focos importantes: Paquistão e Turquia. Dentro da programação da Expo 2020 Dubai, o Cotton Brazil organizou uma edição presencial do Cotton Brazil Outlook 2022 para o setor têxtil paquistanês, que contou com a presença de mais de cem indústrias.

Quinto maior produtor mundial de algodão, o Paquistão responde por 5% da produção global, com uma safra de 1,3 milhão de toneladas no ciclo 2021/22. Terceiro maior consumidor da pluma em âmbito global, o país é o quinto maior comprador do algodão brasileiro, tendo importado 190 mil toneladas no ano comercial 2021/22.

Na Turquia, a comitiva brasileira visitou oito das maiores indústrias de fiação do país, nas cidades de Gaziantep e Kahramanmaraş. Em cada uma delas, foi realizado o evento presencial Cotton Brazil Outlook 2022, além de mesas-redondas e visitas técnicas.

Com posição geográfica estratégica, conectando a Europa à Ásia, a Turquia é a sétima maior produtora de algodão no mundo e a quarta maior consumidora e importadora. A indústria têxtil turca tem sido parceira constante dos cotonicultores brasileiros. Na última década, as compras da pluma brasileira aumentaram mais de 347%, e, hoje, o país é o terceiro maior importador do produto nacional. Em 2021/22, os brasileiros embarcaram 227 mil toneladas aos turcos.

Em junho último, ocorreu uma nova edição da Missão Vendedores, desta vez com destino a Indonésia, Tailândia e Bangladesh. Juntos, os países importaram 375,6 mil toneladas do algodão brasileiro no ano comercial 2021/22 – o que correspondeu a 22% do total exportado pelo Brasil.

Já em agosto último, a Abrapa promoveu a Missão Compradores. Industriais têxteis e *traders* de seis países (Turquia, Vietnã, Paquistão, Coreia do Sul, Bangladesh e México) visitaram fazendas brasileiras em Mato Grosso, Bahia e Goiás, além de algodoeiras. O objetivo foi acompanhar a colheita e o processo de beneficiamento da pluma brasileira.

Além do cotidiano na lavoura, a comitiva conheceu, também, o Centro Brasileiro de Referência em Análise de Algodão (CBRA), localizado em Brasília e coordenado pela Abrapa. Juntos, os empresários participantes respondem pela importação de 900 mil toneladas da fibra brasileira.

NÚMEROS

No ano comercial 2021/22, o Brasil manteve-se como o segundo maior fornecedor mundial da pluma, respondendo por 18% de todo o algodão exportado no mundo (1,68 milhão de toneladas). Em dez anos, essa participação dobrou, passando de 9%, na temporada 2012/13, para 18%, agora no ciclo 2021/22. Trata-se de um desempenho a se comemorar, principalmente considerando que, duas décadas atrás, o País detinha o título de segundo maior importador da pluma. O posto de principal exportador continua com os Estados Unidos, responsável por 34% das exportações globais. ■