
Uma maçã tentadora

por Cláudia Safatle
de Nova York

Eram maçãs suculentas, de aparência impecável. Fizeram enorme sucesso. A idéia do Banco do Brasil, de colocar sobre a mesa para cada participante do seminário "Brasil-94 — Política de Estabilização, Privatização e Oportunidades no Mercado de Capitais", uma fruta brasileira, maçã Fuji, tornou conhecido o nissei Paulo Sato.

Impressionado com a diferença de preço entre a maçã fuji e a que os norte-americanos chamam de red delicious, nos supermercados de Nova York, Sato resolveu, no início deste ano, montar seu próprio negócio. Amparado numa linha de crédito do Banco do Brasil, ele fundou uma trading, a Sato and GB Trade Co. e começou a importar as maçãs do Brasil. Neste ano foram apenas 200 quilos, que lhe renderam US\$ 5 milhões. Animado com o negócio, ele planeja avançar a passos largos, preparando ex-

portações de 40 mil toneladas para o ano que vem, o equivalente a 2 milhões de caixas. Cada caixa custa nos terminal markets, as Ceasas locais, US\$ 40, ou seja, quatro vezes menos do que a caixa da red delicious.

Segundo ele, não houve problemas para enfrentar a defesa sanitária norte-americana, que exige, para combater a mosca da fruta, que a maçã permaneça à temperatura de zero grau. Como a carga demora dezesseis dias, de navio, para sair do porto brasileiro e chegar aos EUA, trata-se apenas de dar condições de temperatura para a maçã, durante a viagem. Chegando nos EUA, Sato busca a classificação da USTR (United States Trade Representative) e de posse desse certificado, começa, por telefone, a vender aos terminal markets. Ele descobriu esse filão com a ajuda do Banco do Brasil, e prepara-se para, em 1995, movimentar um negócio de US\$ 125 milhões.
