

Com o avanço da olivicultura, família troca o tabaco pelo azeite em Encruzilhada do Sul

A marca companha o crescimento da produção de azeite no Rio Grande do Sul

➔ NEGÓCIOS

JÚLIA FERNANDES
juliaf@jcrs.com.br

A **Biome Pampa**, marca de azeites extravirgens de Encruzilhada do Sul, na região do Vale do Rio Pardo, nasceu como um recomeço para a família de Flávio Bock, diretor-proprietário da empresa. Natural de Santa Cruz do Sul, cidade reconhecida como a capital nacional do tabaco, Flávio comandava uma empresa familiar no ramo.

A trajetória da Biome Pampa acompanha um momento de expansão da olivicultura no Rio Grande do Sul. Com expectativa de alcançar 800 mil litros de azeite na safra de 2026, conforme dados divulgados pelo governo do Rio Grande do Sul, o Estado lidera a produção nacional, concentrando cerca de 80% de todo o azeite brasileiro. Atualmente, são cerca de 6,5 mil hectares cultivados por aproximadamente 350 produtores em mais de cem municípios. Entre os polos da atividade está justamente Encruzilhada do Sul, município que concentra a maior área plantada de oliveiras do Estado.

Há alguns anos, a partir de uma pesquisa encomendada pela indústria do tabaco, que pretendia estudar áreas preferenciais para o desenvolvimento do fumo, a antiga empresa de Flávio identificou muitas regiões não adequadas para esta cultura devido a questões hídricas, mas favoráveis à fruticultura. "Entre as cidades estava Encruzilhada do Sul, que tem um regime hídrico mais baixo, tornando-se um solo propício para essa cultura. Na época, a uva já era muito explorada na região", explica Flávio, afirmando que culturas como uvas e azeitonas precisam de um clima mais seco para se desenvolver.

Ao perceber uma oportunidade em outro segmento para além do tabaco, a família resolveu investir em 40 hectares na região, mesmo sem uma certeza inicial do que iria plantar. Flávio já conhecia os tradicionais produtores de uva da cidade e, para ele, olhando para a concorrência,



Além de estar presente no varejo e em restaurantes parceiros, a Biome Pampa conta com um e-commerce próprio onde vende os azeites

não era um bom investimento, já que esses produtores eram reconhecidos pelo trabalho de alta qualidade. "Paralelamente, em 2018, começou esse movimento mais intenso da olivicultura, e resolvemos apostar em uma coisa um pouco diferente. A olivicultura estava se estabelecendo no Rio Grande do Sul", conta.

Do tabaco às azeitonas

A ideia da família era produzir um produto diferenciado, já que as terras compradas eram propícias devido a um conjunto de fatores, como clima e geografia. "O plantio foi realizado em 2019. No terceiro ano, conseguimos colher algumas frutas para fazer os primeiros produtos teste", lembra Flávio. De lá para cá, a Biome colheu seis safras, sendo duas delas consideradas ruins devido ao alto volume de chuvas registrado no Estado em 2024.

De acordo com o empreendedor, a troca de cultura agrícola rendeu alguns desafios. "A minha família sempre atuou no segmento, sempre lidamos com a terra. A nossa preocupação foi sempre se atentar a ter uma equipe estruturada e preparada, com agrônomos e técnicos", garante Flávio. Com a aposta nas oliveiras, não foi diferente. Antes do plantio, a família realizou algumas excursões técnicas à Espanha para conhecer mais sobre

o cultivo das olivas. "Também tivemos que contratar alguns técnicos de países vizinhos para nos auxiliarem. Houve muito estudo para desenvolver o plantio e ainda não sabemos tudo sobre oliveiras no Brasil", admite.

Clima e mercado

Flávio conta que os últimos anos foram desafiadores para a marca. "A oliveira não é de chuva, vem do Mediterrâneo, uma região bastante árida. O nosso maior desafio, que não está nas nossas mãos, é o clima na época da floração, que ocorre na primavera, um período chuvoso aqui no Estado", explica.

Apesar disso, Flávio comenta que o Rio Grande do Sul tem o frio necessário para o cultivo. Além das dificuldades no plantio, há desafios ligados à comercialização do produto e à cultura de consumo de azeites no País, que, apesar de ser um grande consumidor, durante muito tempo optou por marcas vindas da Europa, conforme aponta o empreendedor. "O Brasil consome cerca de 100 milhões de litros por ano. Durante décadas, usamos azeites europeus, com uma qualidade inferior", detalha o produtor, explicando que a qualidade dos produtos se diferencia devido ao momento em que a fruta é colhida.

"A gente opta por colher em

um estágio inicial da maturação, mais verde, onde os polifenóis são muito mais altos, o amargor é mais intenso e o sabor é mais potente", detalha Flávio, explicando que a consequência de colher o fruto neste estágio é o rendimento menor.

Enquanto na Espanha a cada 100 quilos de azeitonas são produzidos 22 litros de óleo, no Brasil a produção fica entre 11 e 12 litros. "Por isso, encontramos azeites espanhóis, italianos e portugueses a preços mais acessíveis no mercado quando comparados aos gaúchos", pondera o empreendedor, avaliando também que o consumidor leva um tempo para se adaptar a novos hábitos.

"A nossa tática é fazer as pessoas experimentarem nosso produto. Não vai ser pelo rótulo, não vai ser pela garrafa", observa, destacando que a tendência do público é optar pelo produto mais acessível e conhecido. "A degustação é algo fundamental no nosso negócio", afirma, comentando que, a partir disso, nascem algumas parcerias.

Atualmente, a Biome Pampa está presente em todos os restaurantes da rede Di Paolo, nas regiões Sul e Sudeste do Brasil, além do mais recente restaurante de Paulo Geremia, o Paulo Geremia Vino e Cucina.

No varejo, a Biome Pampa

está presente em algumas redes, entre elas Grupo Asun, Passarela e Grupo Imec. "Nosso próximo passo é avançar para o Centro-Oeste. Eles têm uma gastronomia que combina com o nosso produto e valorizam insumos de qualidade", prospecta.

Produtos desenvolvidos

Hoje, a Biome Pampa conta com duas linhas. Uma delas é um blend de sabor mais suave, resultado da mistura de variedades espanholas, gregas e portuguesas, que resulta em um azeite mais frutado. A segunda opção é um monovarietal de teor mais intenso, tendo a koroneiki, azeitona originária da Grécia, como destaque no sabor.

No e-commerce da marca, os azeites custam entre R\$ 58,90 e R\$ 84,90, dependendo do tamanho. Ainda no comando da operação, Flávio já planeja o futuro do negócio ao lado do filho e sucessor, Vitor Bock. "Temos uma equipe pequena, na nossa pequena matriz somos três pessoas. O Vitor é responsável por toda a parte comercial e de marketing." O planejamento da sucessão ocorre em um momento de perspectivas positivas para a olivicultura gaúcha. Além da expectativa de produção recorde na safra de 2026, os azeites do Estado vêm conquistando espaço em concursos internacionais.