Agro brasileiro

Muito além das *commodities*

Edivaldo Del Grande*

AS PERSPECTIVAS do agronegócio brasileiro são as mais promissoras dos últimos anos. A projeção da produção agrícola para 2014 é de 205 milhões de toneladas de grãos. Nos últimos dez anos, o setor registrou forte expansão, crescendo acima de 50%. E a presença do agronegócio brasileiro no mercado externo é cada vez mais significante; somos um dos principais *players* mundiais, exportando produtos agrícolas para dezenas de países.

Este papel de *player* global incomoda. O agronegócio brasileiro sempre cresceu tendo que enfrentar os poderosos interesses de países da União Europeia e dos Estados Unidos, que, apesar do discurso liberal e pró-mercado, são pródigos em criar barreiras e legislação para impedir ou dificultar a entrada de nossos produtos. Na verdade, estes países impõem tarifas protecionistas para barrar produtos brasileiros porque têm que proteger uma agricultura menos produtiva do que a nossa. As vitórias do Brasil na Organização Mundial de Comércio (OMC), como no caso do algodão em relação aos EUA, dão um testemunho inequívoco dessa situação.

Para ajudar nessa batalha contra o protecionismo, o Ministério da Agricultura tomou uma importante medida ao criar, em 2010, o cargo de adido agrícola, inicialmente em oito embaixadas brasileiras: Buenos Aires (Argentina), Washington (EUA), Genebra (Suíça), Bruxelas (Bélgica), Moscou (Rússia), Pretória (África do Sul), Pequim (China) e Tóquio (Japão). Mas, para que a missão deles possa ter resultados satisfatórios, se faz necessário abrir cargos em mais países e realmente efetivar os adidos, dando-lhes ferramentas e condições para o pleno desempenho de suas funções; e não só isso, mas, também, lhes delegar uma outra função além da defesa e divulgação de nossa agropecuária: a busca de novas e diferentes oportunidades de negócio.



SXC.HU

Os produtos agrícolas têm grande peso na nossa balança comercial. Além do que, movimentam o mercado de máquinas, equipamentos e insumos. Os impactos internos também têm ajudado a criar ilhas de prosperidade no interior do País. Mas, esse bom desempenho no setor deve ser considerado como mais uma etapa no processo de evolução do nosso comércio exterior. Já está mais do que na hora de o Brasil dar um salto de qualidade nas relações comerciais globais, superando a fase de vender apenas *commodities*, que são produtos de baixo valor agregado.

Para inverter essa lógica e ampliar a comercialização de produtos com maior valor agregado, é necessário adotar medidas como a criação ou ampliação das cadeias produtivas. A soja, por exemplo, pode ser processada em óleo para exportação; e o frango pode ser oferecido em cortes diferenciados, em vez de exportarmos a ave inteira.

Além disso, precisamos investir mais em ciência, tecnologia e inovação e estabelecer uma boa política industrial. Dessa forma, poderemos criar melhores empresas, ampliar a criação de emprego e qualificar a mão de obra. Com uma pauta de exportações com mais produtos de valor agregado, o Brasil, cujo comércio externo já é pujante, terá muito mais força para combater ações protecionistas dos países industrializados e melhorar as regras do comércio mundial.

Os adidos agrícolas podem contribuir, e muito, para a concretização desse novo cenário. ■

*Presidente da Organização das Cooperativas do Estado de São Paulo (Ocesp)