Rentabilidade normal em 1997

Apesar da recente recuperação dos preços no nível do agricultor, que em outubro atingiam cerca de R$16,00/saca de 50kg do produto em casca, o grosso da comercialização em 1997 se deu na base de R$11,50/saca de 50kg. Só agora os preços ficaram muito bons, quando quase já não há o que negociar. Ainda assim, o resultado econômico obtido em 1996/97 pode ser considerado bom, embora em anos anteriores tenha sido maior, conforme se pode ver na tabela.

Um simples exercício pode dar a noção da grande sensibilidade econômica da atividade agrícola. Um arrozeiro que explore uma propriedade média em torno de 100ha, por exemplo, ao custo operacional médio de R$900/ha (o custo fixo está girando em torno de R$1.150/ha), e alcance uma produtividade de 105 sacas/ha (5.250kg/ha), tirará em uma safra perto de R$30,7 mil líquidos, caso venda seu produto por R$11,5/saca 50kg, preço médio alcançado em 1997 (rentabilidade de 52%).

Para ter uma idéia da magnitude da alta recente do mercado, pode-se fazer o mesmo exercício para cotações a R$16,00/50kg, patamar atingido no início de novembro para o produto *top* e considerado preço muito bom. Neste caso, o produtor obteria R$78 mil, resultado que lhe conferiria uma renda mensal bastante interessante para os padrões urbanos, algo em torno de R$6.500/mês.

Problemas na safra 1997/98

Por outro lado, problemas com a safra 1997/98, aliados ao fato de que os estoques de passagem de arroz agulhinha deverão atingir níveis muito baixos, desenham um cenário pouco otimista com relação ao abastecimento em 1998.

As intensas chuvas que atingem a região Sul, decorrentes ao fenômeno El Niño, estão dificultando a implementação das lavouras no Rio Grande do Sul, principal estado produtor.

Na região da fronteira Oeste, uma das principais zonas orizícolas do estado, a cheia do rio Uruguai dificulta a operação de plantio, uma vez que a enxurrada tende a carregar a semente e o adubo. Apesar de o arroz ser uma cultura exigente em água, o seu plantio requer condições de solo mais secas, e somente depois da emergência é que se oferece a lâmina d'água. Com as chuvas, ocorre atraso no plantio e neste caso corre-se o risco de perder os prazos recomendados. No Rio Grande do Sul, a época de plantio recomendada para as variedades médias vai até 20 de novembro e para as precoces, 10 de dezembro. O Banco do Brasil, por exemplo, tem exigido obediência ao calendário recomendado, caso contrário não libera o dinheiro do crédito agrícola. Até o dia 21 de outubro, apenas 27% da área estadual havia sido cultivada, o que já aponta um atraso e suscita um certo grau de incerteza com relação à oferta interna para o próximo ano. O excesso de chuvas muda todo o quadro otimista que havia com a existência de estímulos ao plantio, a recuperação da renda e facilidades creditícias com o Programa Troca-Troca. Daqui para frente tudo irá depender do comportamento climático.

As preocupações com o abastecimento em 1988 são reforçadas ainda pelo fato de que as condições climáticas na Argentina e Uruguai estão muito parecidas com as do Brasil, ou seja, teme-se que uma eventual queda na oferta do excedente exportável destes países possa provocar um impacto importante em nosso mercado no ano que vem.

Conab avalia

Algumas fontes do mercado apontam para a possibilidade de haver movimentos especulativos no mercado, ou seja, a recente alta dos preços teria sido devida à retenção de produto por parte dos agentes comerciais visando forçar ainda mais os preços para cima.

A Conab está cautelosa quanto às informações sobre o abastecimento no ano que vem, temendo especulação alarmista. Entretanto, o quadro de suprimento está mais apertado que o da temporada anterior, e os estoques, como já se viu, estão baixos. E, não devemos esquecer, El Niño também está no jogo.

E-mail elileite@fgv.br

CONJUNTURA DO AGRIBUSINESS

CACAU

THOMAS HARTMANN

Como interagem as forças do mercado

Produção versus *consumo – fases e tensões no comércio do cacau.*

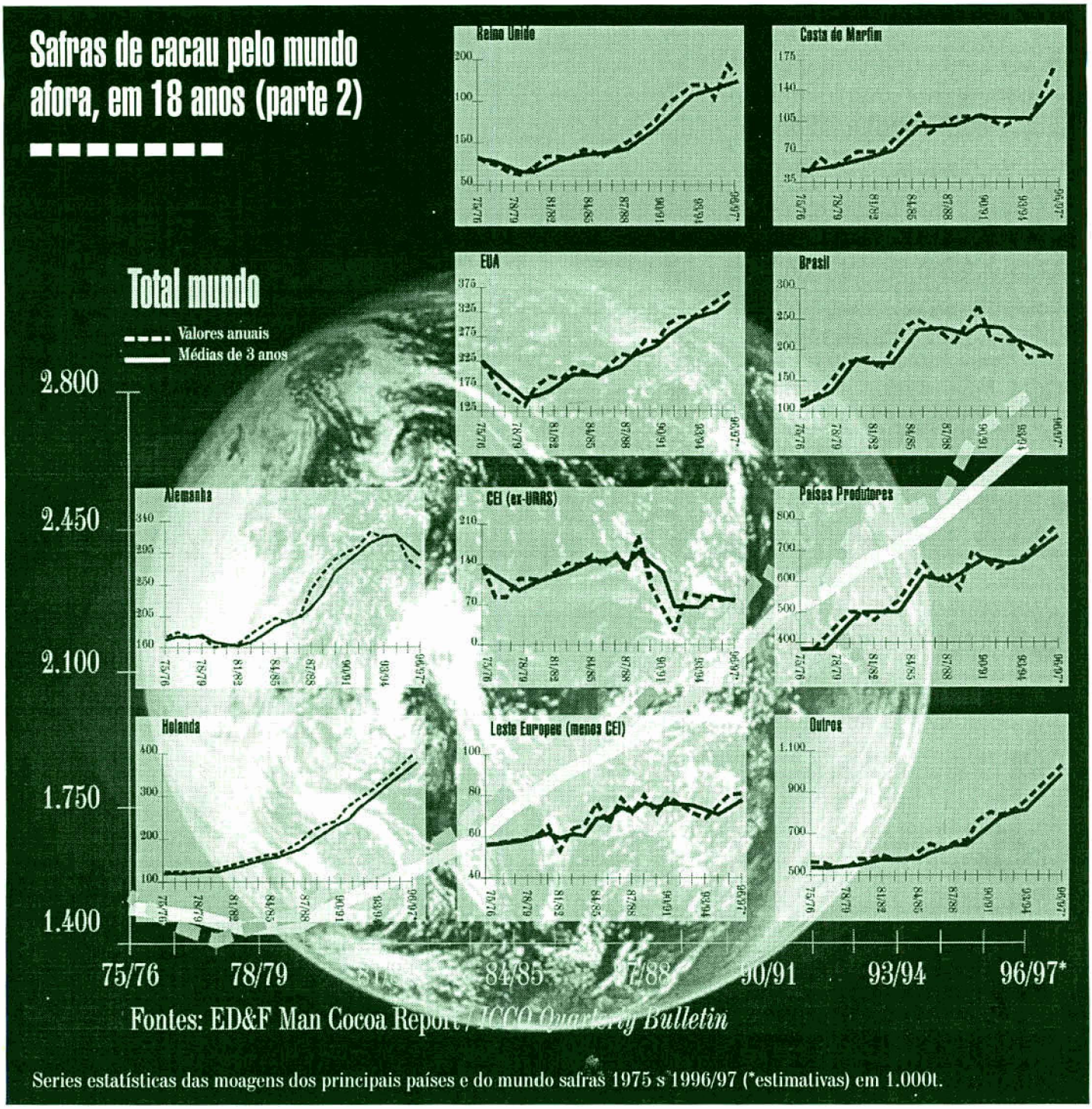
Enquanto no campo dos produtores as reações ao preço variaram de acordo com as condições econômicas em cada país de origem, o campo dos consumidores mostra reações uniformes do ponto de vista geoeconômico, mas diversas ao longo do tempo. O período pós-guerra se divide em duas fases distintas da estrutura do mercado consumidor de cacau, que consiste quase exclusivamente de fabricantes de chocolate.

A primeira fase foi caracterizada pelo grande fracionamento do mercado, com a participação de inúmeras indústrias pequenas e médias de chocolate. Quase todas eram verticalizadas, operando a partir do cacau em grão, elaborando seu próprio liquor (pasta) e às vezes também a manteiga de cacau, embora o fornecimento desta já se encontrasse em processo adiantado de transferência para a indústria processadora, que prensava a manteiga e o pó de cacau a partir do produto *in natura*, vendendo este último diretamente ao mercado consumidor, enquanto fornecia a manteiga às fábricas de chocolate. Nessa época, a barra de chocolate maciça predominava entre os artigos oferecidos ao público consumidor e a incidência dos custos de embalagem e de propaganda na composição do preço final ainda era relativamente baixa. Com isso, o preço de compra da matéria-prima tinha um peso imenso no custo do chocolate, chegando em muitos casos a superar 30% do preço final.

A transição dessa fase para a atual se estendeu por um longo período, a partir da alta dos preços do cacau nos últimos anos da década de 70. Embora a essa altura já tivessem surgido os bombons recheados como artigo de apelo popular e os custos promocionais também já começassem a subir, a participação do cacau no valor do produto final ainda era substancial e causou forte elevação dos preços ao consumidor. Esse aumento coincidiu com a crise econômica em praticamente todos os países do Ocidente nos últimos anos da década de 70 e nos primeiros anos 80, acompanhada de inflação alta e recessão.

Uma das conseqüências foi a retração do consumo de chocolate na maioria dos grandes países consumidores, que provocou 8,5% de redução das moagens de cacau entre 1976 e 1978 (gráfico), queda inédita em toda a história pós-guerra do produto. Os EUA foram os mais atingidos: a moagem caiu em 38,5% no quatriênio 1976-80. A outra conseqüência foi um profundo choque de rentabilidade entre as indústrias chocolateiras de pequeno e médio porte, levando muitas delas à falência e motivando outras a buscarem fusões ou venderem seu controle acionário aos grandes fabricantes do ramo, cujos recursos e reservas lhes permitiram sobreviver à crise sem maiores danos.

Desencadeou-se, a partir daí, um processo de concentração da indústria de chocola-



Series estatísticas das moagens dos principais países e do mundo safras 1975 s 1996/97 (*estimativas) em 1.000t.

te, como da processadora de cacau, em um grupo reduzido de gigantescas transnacionais, com estabelecimentos fabris em virtualmente todos os países produtores e consumidores de porte. Pelas últimas estatísticas do setor, os cinco grandes grupos de chocolateiros na UE detêm 74% daquele mercado no total de 1,95 milhão de toneladas de chocolate, confeitos e outros produtos achocolatados, enquanto nos EUA apenas três grupos respondem por 76% do volume de 1,84 milhão de toneladas (U.S. Dept. of Commerce).

Participação dos grandes grupos chocolateiros nos principais mercados (1992)

Empresa	EUA	Europa (UE)
Hershey	33%	
Mars	33%	16%
Nestlé	10%	20%
Phillip Morris		18%
Cadbury		10%
Ferrero		10%

Fontes: Caobisco / The Times / U. S. Dept. of Commerce.

Considerando sua participação ainda mais dominante nos mercados menores, estas seis empresas controlam, entre si, 80% do mercado mundial de chocolate.

No setor de processamento (transformação do grão *in natura* em manteiga, liquor e pó de cacau) a concentração é semelhante. Com a recente aquisição das fábricas dos grupos W.R. Grace e E. D. & F. Man pela americana Archer Daniels Midland (ADM) e a anterior fusão Barry/Callebout, apenas quatro empresas – as duas últimas citadas, a Cargill e o grupo alemão Hosta – processam mais da metade da safra mundial de cacau, além de serem importantes fornecedores de cobertura, isto é, chocolate industrial a granel, que serve de matéria-prima para pequenos fabricantes de artigos acabados.

Paralelamente, a evolução dos hábitos de consumo continua a corroer a parcela do mercado de tabletes maciços de chocolate em favor de bombons recheados e outros tipos de confeitos, dos quais o chocolate representa apenas uma fração do peso total. Essa evolução, junto ao aumento de gastos com embalagens cada vez mais sofisticadas e campanhas publicitárias milionárias na mídia eletrônica, fez com que a participação do item cacau no preço final do produto caísse dos 30% de décadas atrás para apenas 6 a 9% atuais.

Assim, a segunda grande fase estrutural do mercado consumidor do cacau se caracteriza pela redução drástica do número de agentes que nele participam e do peso do custo do cacau no preço total do produto acabado.

Nesta nova conjuntura, o valor do cacau tem influência pouco significativa sobre a demanda no nível do consumidor final de chocolate. Quem se der ao trabalho de tomar uma faca bem afiada e fizer um corte transversal num bombom de chocolate qualquer verificará que a espessura da camada de chocolate varia, *grosso modo*, de 1 a 3mm. Observados os limites da tecnologia, o fabricante pode, pelo simples expediente de aumentar ou reduzir a espessura desta camada, alterar o volume do seu consumo de cacau sem influir no volume da produção. O consumidor final dificilmente perceberá as alterações no produto, ficará contente com o preço estável e continuará comprando, mesmo se o preço do cacau tiver alta acentuada. Procedimento semelhante estaria fora de cogitação no caso de tabletes maciços, onde qualquer alteração da quantidade de chocolate ficaria imediatamente aparente, mesmo para o mais incauto dos consumidores. Em condições extremas, é possível que haja, simultaneamente, expansão do consumo mundial de chocolate e redução de demanda de cacau. Um outro expediente em potencial para aumentar a produção de chocolate reduzindo o consumo de cacau seria a liberalização do uso de gorduras substitutas da manteiga de cacau, atualmente em discussão na União Européia, contudo sem chances de aprovação em futuro breve.

Cacauicultor e consultor de empresas. Titular da Coluna de Cacau, publicada semanalmente no suplemento agrícola do jornal A Tarde, *de Salvador.*

E-mail: cacauth@svn.com.br

© Thomas Hartmann 1997. Reprodução total ou parcial somente mediante autorização prévia escrita do autor.

CONJUNTURA DO AGRIBUSINESS

INDICADOR DO MILHO

ROGÉRIO FERREIRA DE SOUZA
EDGAR COSTA FILHO

Crise financeira mundial não afeta preços do milho

A crise financeira que vem assolando os países asiáticos e repercutindo nas principais bolsas do mundo, inclusive no Brasil, afetou muito a credibilidade dos ativos financeiros negociados em bolsa. A perda acumulada nas bolsas brasileiras chegou a aproximadamente 6% em outubro. No entanto, em outubro cresceu 28,13% o número de contratos negociados de derivativos não-financeiros, especialmente dos futuros de milho: foram 2.510 contratos negociados contra 1.959 em setembro. Já a média de negócios/dia cresceu 11,22%.

O preço do milho no mercado físico representado pelo indicador FGV/BM&F manteve-se firme, indicando uma leve tendência de alta (gráfico). Esta tendência é justificada

