CARTAS *dos leitores*

Ruy Miller Paiva

Fiquei muito emocionada ao ler a homenagem prestada em AGROANALYSIS (v. 18 n. 12) pelos colegas que acompanharam Ruy Miller Paiva, meu marido, entre 1963 e 1968 na FGV.

Notei em todos eles muita sensibilidade e respeito em suas análises não só em relação ao trabalho como também à parte humana de Ruy.

Gostaria de transmitir a cada um deles os meus sinceros agradecimentos por tudo e a Ignez Vidigal Lopes o meu muito obrigada por seu carinho comigo e com toda a minha família.

STELLA PAIVA
São Paulo, SP

AGROANALYSIS

Revista mensal de economia agrícola da Fundação Getulio Vargas, editada pelo Centro de Estudos Agrícolas do Instituto Brasileiro de Economia.

Contatos com a redação pelos telefones (021) 536-9213, 551-7995 e 536-9225 e fax (021) 536-9207 ou pelos e-mails regis@fgv.br e cgarcia@fgv.br

Fundador
Julian M. Chacel

Chefe do CEA/IBRE
Ignez Vidigal Lopes

REDAÇÃO

Redator chefe
Regis Alimandro

Redatores setoriais
Dan Biller (meio ambiente e recursos naturais), Daniela de Paula Rocha (algodão), Irene Raguenet Troccoli (fumo, milho, avicultura, suinocultura, laranja), Luiz Antônio Pinazza (pecuária de corte e de leite e política agrícola), Maria José Cyhlar Monteiro (preços, previsão de safras, legislação e índice FGV-Abag), Mauro de Rezende Lopes (comércio internacional, política agrícola), Regis Alimandro (café), Rogério F. de Souza (indicador do preço do milho) e Stivilane Dornelas (cooperativas).

Colaboradores
Adib Jamil Amin (estatísticas de preços), Ana Célia Junqueira Campos, Edmilson Pereira Conceição, Mário Augusto Rodrigues Martins (apoio técnico), Joaquim Andre Villanova (açúcar e álcool), Antonio Danieleto Filho (digitação).

Redatores
Alexandre Oliveira e César Garcia

Arte
Osvaldo Moreira da Silva (editor) e Juliana da Silva Prado (estagiária).

Revisor
André Pinheiro

Suporte técnico
Bruno da Silva Júnior

Estagiários
Alessandra Santos Vaz, Gregory Honczar, Marcus Tadeu Vilaça Pessôa, Raquel da Silva Guedes e Viviane Seda

Secretaria e apoio administrativo
Eliane dos Santos Botelho, Bianca Leal de Castro e Antonio Getúlio de Oliveira.

PUBLICIDADE

Gerente comercial:
Carlos Henrique Tibiriçá Miranda; tel.: (021) 536-9269; fax: (021) 536-9207; e-mail: caique@fgv.br

Representantes comerciais
Rio – telefax: (021) 533-3121.
S. Paulo – tel: (011) 3061-9754, fax: (011) 3063-2126 e e-mail: mixmidia @ uol.com.br
Brasília – telefaxes: (061) 314-1541 e 322-2034.
Rio Grande do Sul – tel: (051) 343-8423; fax: (051) 337-4262.

CIRCULAÇÃO

Gerente comercial (Editora FGV)
Carlos Hamilton Rocha

Central de Atendimento ao Assinante
Elsa Maria Saboia Stephan

Serviço de Vendas
Praia de Botafogo, 190 s/607, CEP 22253-900 ou caixa postal: 62.591, CEP 22252-970, Rio de Janeiro, RJ, tel.: (0800) 21-777.

Livrarias
Rio de Janeiro: Praia de Botafogo, 188 - tel.: (021) 536-9105
São Paulo: Av. Nove de Julho, 2.029 - tel.: (011) 281-7875.

Permitida a reprodução total ou parcial de nossos índices e matérias desde que citada a fonte.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS

Instituição de caráter técnico-científico, educativo e filantrópico, criada em 20 de dezembro de 1944, como pessoa jurídica de direito privado, tem por finalidade atuar no âmbito das Ciências Sociais, particularmente Economia e Administração, bem como contribuir para a proteção ambiental e o desenvolvimento sustentável.

Sede: Praia de Botafogo, 190 – Rio de Janeiro – RJ, CEP 22253-900 ou Caixa Postal 62.591, CEP 22257-970. Tel.: (021) 536-9100.

Presidente Fundador:
Luiz Simões Lopes

Presidente:
Jorge Oscar de Mello Flôres

Diretor Geral:
José Affonso Fausto Barbosa

CONSELHO DIRETOR
Presidente:
Jorge Oscar de Mello Flôres

Vice-Presidentes:
Francisco Oswaldo Neves Dornelles, Carlos Ivan Simonsen Leal e Marcos Cintra Cavalcanti de Albuquerque.

Demais Vogais:
Celina Vargas do Amaral Peixoto, José Luiz Miranda, Luiz Fernando da Silva Pinto, Manuel Fernando Thompson Motta, Manuel Pio Corrêa Jr., Marcílio Marques Moreira, Roberto de Oliveira Campos e Roberto Paulo Cezar de Andrade.

Suplentes:
Alfredo Américo de Souza Rangel, Antonio Carlos Braga Lemgruber, Carlos Alberto Pires de Carvalho e Albuquer-que, Daniel Dantas, José Julio Senna, Lindolpho de Carvalho Dias, Oswaldo Antunes Maciel e Maria Silvia Bastos Marques.

CONSELHO CURADOR
Presidente:
Carlos Alberto Lenz Cesar Protásio

Vice-Presidente:
Armando Klabin

Demais Vogais:
Antonio Monteiro de Castro Filho (Souza Cruz SA), Associação de Bancos do Estado de São Paulo, Banco Credit Commercial de France SA, Diogo Lordello de Mello, Domingos Marques Grello, Edmundo Penna Barbosa da Silva, Félix de Bulhões (SA White Martins), Gustavo de Sá e Silva (Estado de São Paulo), Heitor Chagas de Oliveira, Instituto de Resseguros do Brasil, Jorge Gerdau Johann-peter (Gerdau SA), Mario Abrantes da Silva Pinto, Mauro Salles (Salles, DMB&B Publicidades SA), Paulo Guilherme Aguiar Cunha (Cia. Ultragás SA), Paulo Rabello de Castro, Sergio Franklin Quintela, Sergio Ribeiro da Costa Werlang, Sindicato das Empresas de Seguros Privados e Capitalização do Rio de Janeiro e Theodoro Arthou.

Suplentes:
Cristiano Buarque Franco Neto (Banco Bozano, Simonsen SA), Guilherme Augusto Frering (Caemi Mineração e Metalurgia SA), João Pedro Gouvêa Vieira Filho (Refinaria de Petróleo Ipiranga SA), Jorge Paulo Lemann (Banco de Investimento Garantia SA), Rui Manuel de Medeiros d'Espiney Patrício (Banco Boavista Interatlântico SA), Luiz Chor (Chozil Engenharia Ltda.), Luiz Roberto do Nascimento e Silva, Marcio João de Andrade Fortes, Patrick de Larragoiti Lucas (Sul América Terrestres, Marítimos e Acidentes, Cia. de Seguros), Pedro Henrique Mariani Bittencourt (Banco da Bahia Investimentos SA), Roberto Duailibi (DPZ Propaganda SA) e Fernando Roberto Moreira Salles (União de Bancos Brasileiros SA).

CONSELHO CONSULTIVO
Carlos Moacyr Gomes de Almeida, Eliezer Batista, Gilberto Duarte Prado e Roberto Borges Martins (Estado de Minas Gerais).

INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA

Diretor:
Antonio Carlos Porto Gonçalves

Centro de Estudos Agrícolas
Ignez Vidigal Lopes

Centro de Estudos de Empresas
Sergio Gustavo S. da Costa

Centro de Estudos de Preços
Paulo Sidney de Melo Cota

Centro de Estudos Tendenciais
Eden Gonçalves de Oliveira

Revista Conjuntura Econômica
Lauro Vieira de Faria

Visite nossa home page: **http://www.fgv.br**

As cartas dos leitores devem ser remetidas para AGROANALYSIS *– Praia de Botafogo, 190, sala 813, Rio de Janeiro – RJ, CEP 22253-900, fax (021) 536-9207.*

Para assinar, ligue grátis: **0800-217777**

ou utilize o e-mail assine@fgv.br ou ainda o fax (021) 536-9155.

NESTA edição

pág. 8 **Abre Aspas: Desvalorização cambial**
A visão das lideranças
- Citricultura 9
- Máquinas e implementos agrícolas 11
- Cooperativismo agropecuário 12
- Cafeicultura 14
- Grãos 16
- Indústria do fumo 18
- Pecuária 18
- Avicultura 20
- Pecuária de leite 21
- Indústria veterinária 22
- Agroindústria canavieira 22
- Carnes frigorificadas 23
- Fertilizantes 23
- Produtos fitossanitários 24

A visão dos economistas 25

pág. 39 **Especial: Pecuária de leite**
Mercado interno
- Amarga travessia

Mercado externo
- A qualidade faz a diferença 43

pág. 48 **Extra!**
MPEs agropecuárias
- O que esperar de 1999

pág. 52 **Conjuntura**
Avicultura de corte
- Novo modelo

Fumo
- Queda-de-braço 53

Indicador do Milho FGV/BM&F
- "Just in time" 54

pág. 55 **Legislação**
- Incentivo à tecnologia

pág. 56 **IBGE**
- Primeiros dados

pág. 57 **Oferta e demanda**
- Carne bovina: Argentina em queda

pág. 58 **Estatísticas**

pág. 62 **Panorama**

pág. 66 **Diário de bordo**
- Onda ou maremoto?

DA redação

Qualidade e preço

A liberalização cambial promovida pelo governo em janeiro continua a dominar os cenários econômicos do país.

E o agribusiness, como se situa neste contexto?

Preocupada em trazer aos leitores informações sobre o tema que possam responder essa pergunta, AGROANALYSIS convidou especialistas de dentro e de fora do agronegócio para darem sua opinião sobre o assunto.

Afortunadamente, captou, ao longo dos depoimentos tomados, um nítido tom de otimismo subjacente mesmo às questões relativas aos maiores desafios de curto prazo do agribusiness brasileiro.

Sem dúvida, a desvalorização do real trouxe problemas para aqueles que, de alguma forma, dependem de insumos importados – que o digam, por exemplo, os suinocultores, ao adquirirem material genético para seus criatórios. No entanto, muito haverá de conseqüências positivas.

O maior interesse pelas exportações fará com que o superávit comercial do setor em 1999 venha a ser muito maior do que se projetava antes de meados de janeiro. Além do mais, alguns setores, como o da produção de algodão, cujos produtores sobreviventes saem da fase de sobrevalorização da moeda brasileira adaptados a um ambiente de concorrência acirrada, hoje têm o novo valor do dólar como um importante reforço na busca pela recuperação de seu lugar no agronegócio.

No entanto, seria ingênuo pensar-se que a agropecuária e a agroindústria poderão facilmente recuperar todo o espaço que perderam ao se tornarem a "âncora verde" do Plano Real.

Se hoje os produtores internos de alimentos contam com a liberalização do câmbio como um forte aliado na disputa com os concorrentes estrangeiros, eles não podem esquecer que o consumidor de 1999 é muito diferente daquele de cinco anos atrás. Pouco mais de quatro anos de ausência de inflação o tornaram mais cônscio do valor do seu dinheiro. Além do mais, o maior convívio com bens importados neste período ensinou-lhe que o *gap* tecnológico entre o Brasil e outros países pode ser, ainda, abissal.

O segmento da pecuária leiteira – tema de capa desta edição – desponta, a propósito, como um excelente exemplo de como a voz do consumidor precisa ser vista como o grande balizador de um negócio, não importando em qual setor econômico se insira. O relativamente recente processo de tomada de consciência quanto às urgentes melhorias tecnológicas pelas quais tem que passar o ambiente leiteiro "antes da porteira", mostra claramente a força que o crescimento das exigências qualitativas nos outros elos da cadeia produtiva pode ter sobre todo um segmento do agronegócio.

O que se depreende é que toda a sociedade terá a lucrar, se as lições aprendidas desde a abertura econômica do país – por mais amargas que tenham sido – pelo menos trouxerem o benefício de ter mostrado que a sobrevivência nos negócios do mundo globalizado requer capacitação forjada à base do binômio qualidade-preço. Até porque o propósito fundamental de uma relação de troca é a satisfação mútua no encontro entre ofertantes e demandantes, desdobrada na garantia da perpetuidade dos negócios e do crescimento econômico.