FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
IBRE Instituto Brasileiro de Economia

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.: (21) 559-6000.

PRESIDENTE FUNDADOR: Luiz Simões Lopes

PRESIDENTE: Carlos Ivan Simonsen Leal

DIRETOR GERAL: José Affonso Fausto Barbosa

CONSELHO DIRETOR

PRESIDENTE: Carlos Ivan Simonsen Leal

VICE-PRESIDENTES: Francisco Oswaldo Neves Dornelles, Manoel Fernando Thompson Motta, Marcos Cintra Cavalcanti de Albuquerque.

DEMAIS VOGAIS: Ernane Galvêas, José Luiz Miranda, Luiz Fernando da Silva Pinto, Manoel Pio Corrêa Jr., Marcílio Marques Moreira, Roberto de Oliveira Campos, Roberto Paulo Cezar de Andrade.

SUPLENTES: Alfredo Américo de Souza Rangel, Carlos Alberto Pires de Carvalho e Albuquerque, Cristiano Buarque Franco Neto, Eduardo Vianna, Gerardo José Carbone, José Julio Senna, Lindolpho de Carvalho Dias, Maria Silvia Bastos Marques e Oswaldo Antunes Maciel.

CONSELHO CURADOR

PRESIDENTE: Carlos Alberto Lenz Cesar Protásio

VICE-PRESIDENTE: Armando Klabin (Klabin Irmãos & Cia.)

DEMAIS VOGAIS: Antonio Monteiro de Castro Filho (Souza Cruz S/A), Associação de Bancos do Estado de São Paulo, Banco CCF Brasil S.A., Diogo Lordello de Mello, Domingos Marques Grêllo, Edmundo Penna Barbosa da Silva, Estado da Bahia, Félix de Bulhões (S.A. White Martins), Heitor Chagas de Oliveira, Instituto de Resseguros do Brasil (IRB), Jorge Gerdau Johannpeter (Gerdau S.A.), Lázaro de Mello Brandão (Banco Bradesco S.A.), Marcelo Serfaty, Mauro Salles (Salles DMB&B Publicidade S.A.), Paulo Rabello de Castro, Sérgio Franklin Quintella, Sérgio Ribeiro da Costa Werlang, Sindicato das Empresas de Seguros Privados e Capitalização do Rio de Janeiro.

SUPLENTES: Cristiano Buarque Franco Neto (Banco Bozano, Simonsen S.A.), Fernando Roberto Moreira Salles (Unibanco – União de Bancos Brasileiros S.A.), Guilherme Augusto Frering (Caemi Mineração e Metalurgia S.A.), João Pedro Gouvêa Vieira Filho (Refinaria de Petróleo Ipiranga S.A.), Jorge Paulo Lemann (Banco de Investimentos Credit Suisse First Boston Garantia S.A.), Luiz Chor (Chozil Engenharia Ltda.), Luiz Roberto do Nascimento Silva, Márcio João de Andrade Fortes, Ney Coe de Oliveira, Patrick de Larragoiti Lucas (Sul América Cia. Nacional de Seguros), Pedro Henrique Mariani Bittencourt (Banco BBM S/A), Rui Manuel de Medeiros d'Espiney Patrício (Banco Boavista Interatlântico S/A).

CONSELHO CONSULTIVO
Antonio Carlos Lemgruber, Carlos Moacyr Gomes de Almeida, Cesar Cunha Campos, Daniel Dantas, Eliezer Batista, Gilberto Duarte Prado, Roberto Borges Martins (Estado de Minas Gerais), Roberto Gusmão.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA
DIRETOR: Antonio Carlos Pôrto Gonçalves
VICE-DIRETOR DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS: Roberto Fendt
CENTRO DE ESTATÍSTICAS E ANÁLISES ECONÔMICAS: Salomão L. Quadros
CENTRO DE ESTUDOS AGRÍCOLAS: Ignez Vidigal Lopes
CENTRO DE ESTUDOS DE PREÇOS: Paulo Sidney de Melo Cota
CENTRO DE POLÍTICAS SOCIAIS: Marcelo Neri
COORDENADORIA DE PROJETOS / GERÊNCIA ADMINISTRATIVA: Regina Celia Reis de Oliveira
REVISTA CONJUNTURA ECONÔMICA: Roberto Fendt

AGROANALYSIS
A REVISTA DE AGRONEGÓCIOS DA FGV

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

FUNDADOR – Julian M. Chacel

CHEFE DO CEA/IBRE – Ignez Vidigal Lopes

REDAÇÃO – Redator-chefe: Regis Alimandro

REDATORES SETORIAIS: Daniela de Paula Rocha (algodão), Guilherme Soria Bastos Filho, Joaquim Andre Villanova (açúcar e álcool), Luiz Antonio Pinazza (pecuária 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 milho e cacau) e Stivilane Dornelas (cooperativas)

REDATORES: César Garcia e Adelaide Oliveira.

ARTE: Osvaldo Moreira (editor), Ana Elisa Galvão e Norma Massa (diagramadoras).

REVISOR: Capi.

COLABORADORES: Adib Jamil Amin (estatísticas de preços), Ana Célia Junqueira Campos, Edmilson Pereira Conceição, Gregory Honczar, Viviane Seda (apoio técnico), Antonio Danieleto Filho (digitação), Bruno da Silva Júnior (suporte técnico), Raquel da Silva Guedes e Rômulo Garcia (estagiários).

PUBLICIDADE — GERENTE COMERCIAL: Carlos Henrique Tibiriçá Miranda; tel.: (21) 559-5623; fax: (21) 559-5616 e 551-4049; e-mail: caique @fgv.br

REPRESENTANTES COMERCIAIS: Rio – Milla de Souza: telefax: (21) 533-3121/1601, 524-2757 e-mail: triunvirato@openlink.com.br; São Paulo – José Mario Brito: tel.: (11) 9222-9480, 3875-2313, fax: (11) 3875-2313 e-mail: reparte@uol.com.br; Rio Grande do Sul – Ararê Vargas: tel.: (51) 343-8423; fax: (51) 337-4262.

ASSINATURAS / CIRCULAÇÃO – Ana Lúcia Botelho Brandão – Outros estados: DDG: 0880.25.7788. Ligações do Rio: Tel.: 21 559-6040, fax: 21 559-6039; e-mail: agroanalysis@fgv.br

LIVRARIAS: Rio de Janeiro: Praia de Botafogo, 188 - tel.: (21) 559-5535 e fax: 559-5537; São Paulo: Av. Nove de Julho, 2.029 - tel.: (11) 281-7875.

SECRETARIA E APOIO ADMINISTRATIVO: Leslie de Medeiros Moyses

O agronegócio é o seguinte:

Doze pontos abaixo

Em 1990, foi lançado no Brasil o livro *Complexo agroindustrial – o agribusiness brasileiro*, escrito por Ney Bittencourt de Araújo e outros autores. O lançamento trouxe à luz algumas novidades, a mais notável, certamente, a idéia inovadora de abordar a agricultura não como atividade acabada, isolada em si, mas como parte de um processo de produção que recebe produtos e serviços e os transforma em insumos para consumo final ou processamento industrial – o conceito de agribusiness.

A obra revelou também uma primeira tentativa de mensurar a participação do agribusiness no produto interno bruto do país. Esse esforço pioneiro alcançou a cifra de 32%. Desde então, diversos autores procuraram atualizar a conta, valendo-se de metodologias diversas. Contudo, os esforços muitas vezes se frustraram por conta das limitações impostas pela metodologia de cálculo das contas nacionais.

No início do ano, a Abag (Associação Brasileira de Agribusiness), com o apoio da Embrapa e do IBGE, convidou dois experientes profissionais a atualizar aquele cálculo a partir dos dados constantes da matriz insumo-produto do IBGE, então recém-disponibilizada.

Por suas características, a matriz insumo-produto permite que sejam mensurados, de forma direta – sem hipóteses heróicas que comprometeram diversas tentativas anteriores – os agregados macroeconômicos clás-



sicos, como valor da produção, consumo intermediário, valor adicionado, pessoal ocupado, renda média para o agribusiness e seus subsetores. Em outras palavras, a matriz permite que se contabilize como parte integrante do agribusiness exatamente aquela parcela da atividade de um segmento que se enquadra na conceituação de agribusiness, fugindo da armadilha da dupla contagem, da exclusão indevida de segmentos, dentre outras coisas.

Um dos resultados da pesquisa mostra que o agribusiness brasileiro representa cerca de 20,6% do PIB, ou seja, quase 12 pontos de percentagem abaixo do resultado do estudo divulgado em 1990. A severa contração certamente frustrará muitos leitores, principalmente aqueles que já se acostumaram a repetir a antiga cifra e muitas vezes a aumentá-la, mediante a inclusão de outros ramos industriais que só existem em razão do agribusiness, mas que a ele não pertencem.

Frustração indevida. O número reflete tão-somente a realidade que nos é mostrada dia a dia. O custo da alimentação absorve hoje cerca de 15% dos orçamentos domésticos; os preços agrícolas percorrem, aliás como diz a teoria, tendência histórica de queda. Só o inovador consegue hoje ganhar dinheiro na agricultura, pois a inovação é rapidamente capturada pelos demais produtores e a margem desaparece, ou melhor, é absorvida por outros segmentos da sociedade e, também, pelo consumidor.

Esta edição traz, com exclusividade, na página 42, este presente aos leitores. Um estudo que já é referência para todos que trabalham, estudam e vivem o agribusiness brasileiro.



Este mês:

14 Especial: Algodão

Jogo de cintura
As agruras de uma competição cada vez mais acirrada forçam a colonicultura a mudar para sobreviver

Luiz Antonio Pinazza e Regis Alimandro

Celeiro do mundo 22
O algodão do Brasil amplia sua participação nos mercados mundiais, exportando sementes de alta qualidade

Décio Bondioli

Sementes do futuro 23
Sementes geneticamente modificadas podem tornar o algodão brasileiro sustentável e competitivo

Stuart Donald

Novos tempos 26
As empresas estão resistindo a crises e abrindo novas avenidas, num horizonte de eficiência econômica e competitividade

Daniela de Paula Rocha

Incentivo à cultura 32
Os goianos estão investindo na colonicultura, transferindo renda e garantindo a sustentabilidade do setor

Pedro Maeda

Novos horizontes 34
Expandem-se as áreas do plantio de algodão no Centro-Oeste, na superação da grave crise da última década

Pedro Ferreira Arantes

42 Participação no PIB

Passando a limpo
A participação do agronegócio brasileiro no PIB está 12 pontos abaixo do resultado do estudo divulgado em 1990

Eduardo Pereira e Elisio Contini

50 Agricultura orgânica

Nicho à espera
Longe de ter esgotado suas potencialidades, o mercado dos orgânicos abre bons espaços para a produção

Luiz Antonio Pinazza e Regis Alimandro

53 Energia

Quem paga a conta
O motivo do aumento interno dos combustíveis não é político: é econômico, e chama-se conta-petróleo

Argemiro Luís Brum

54 Café

Floradas desiguais
Esta pode ser a segunda menor safra de café da década, conseqüência de uma drástica redução da produção

Armando Matielli e André L. Matielli

Mudança de hábito 56
Os dados sobre consumo de café permitem algum otimismo e muito trabalho para o médio prazo

Celsius A. Lodder

Muitos sabores 59
O Brasil consolida no exterior a imagem de produtor de cafés de qualidade e conquista parcerias na promoção do produto

Carlos Brando

60 Fusões & aquisições

Inevitáveis até certo ponto
O limite para os processos da internacionalização do capital está na razão direta do aumento do seu poder de mercado

Maristela Franco Paes Leme

62 Financiamento

Acesso ao crédito
A adoção de mecanismos de mercado nas cadeias agropecuárias muda o perfil das relações entre produtores e *traders*

Afonso Celso Bertucci