INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA - CENTRO DE ESTUDOS AGRICOLAS - VOL 15 - Nº 9 - 15 DE SETEMBRO DE 1995 - R$ 5,00

AGROANALYSIS

A REVISTA DE ECONOMIA AGRÍCOLA DA FGV

FLORES

UM MERCADO EM EXPANSÃO



Legislação: preços mínimos de 1995/96

Manga: um atraente negócio

NOSSO LEITE É CINCO VEZES MELHOR.

L&F



1982
Melhor do ano no setor agropecuário

1983
A melhor das melhores da década 73/83

1991
Melhor do ano no setor agropecuário

1992
Melhor do ano no setor agropecuário

1995
Melhor do ano no setor de alimentos.

Melhor empresa brasileira no setor de alimentos.

Este é o título que a Central Itambé, empresa que reúne 33 cooperativas de produtores rurais, acaba de receber na edição anual dos "Maiores e Melhores" da Revista Exame.

É a quinta vez que isso acontece. Nas vezes anteriores, ela foi escolhida três vezes como a empresa de melhor desempenho no setor agropecuário e uma vez como a "Melhor das Melhores" da década 73/83.

Dedicada à atualização, modernização e diversificação de produtos, a Central Itambé é, hoje, a 13ª maior empresa de Minas Gerais e a 136ª maior empresa brasileira de capital privado, aí incluídas as multinacionais.

Para chegar a esses resultados, competindo entre as 500 maiores empresas do País, a Central Itambé trabalha muito, em parceria com os seus 16.000 cooperados diretos e outros 6.000 fornecedores de leite:

- Processa 1,7 milhões de litros de leite por dia.
- Investiu US$ 15 milhões na ampliação e modernização de suas fábricas em Minas, Goiás e Distrito Federal.
- Coloca em operação, ainda este ano, uma nova fábrica em Pará de Minas, onde investiu US$ 45 milhões, para produzir creme de leite, iogurtes, bebidas lácteas, queijo *petit suisse* e leite longa vida.
- Com a nova fábrica, passará a processar 2,2 milhões de litros de leite por dia.
- Lança novos produtos, como o inédito Fruito. Primeiro iogurte brasileiro com suco de frutas, primeiro com "Aromas ao Vivo" - processo que mantém o aroma da fruta no momento em que é colhida - e o primeiro com tampinha de rosca.
- Lança as novas embalagens cartonadas de 250 ml, 1 e 2 litros do Leite C Vitaminado Itambé, que garantem maior durabilidade do leite.
- Lidera, disparada, a distribuição de leite in natura na Grande Belo Horizonte, Goiânia e Brasília.
- Instala três centros de distribuição na Grande São Paulo, Ribeirão Preto e Salvador.
- Convoca os produtores de leite e implanta o Programa de Qualidade Total, em busca do Certificado ISO 9000. Todo produtor que atingir as metas totais de qualidade receberá um acréscimo de 15% no preço do leite fornecido. E premia com outros tantos por cento os produtores que cresçam em escala na sua produção leiteira.
- Conclui o processo de reengenharia da empresa.
- Fatura US$ 441 milhões em 94, com lucro líquido de US$ 35,1 milhões e excelente índice de liquidez.
- Previsão de faturamento de US$ 550 milhões para 1995.

Estes números deixam claro, uma vez mais, porque a Central Itambé é a maior empresa de laticínios de capital nacional. E porque, pela quinta vez, foi escolhida como a melhor empresa do setor.

Aqui, mais que os números, fala mais alto a qualidade dos produtos Itambé, presença diária e constante em milhões de lares deste País.

Cooperativa Central dos Produtores Rurais de Minas Gerais Ltda.
Central Itambé

itambé®
O melhor do leite para você.

A economia das flores



Francisco Bongers

Os países mais avançados nos assuntos relacionados ao agribusiness conseguiram destacar-se em praticamente todas as áreas da produção agrícola. Na Europa, nos EUA e no Japão, há investimentos em pesquisa e tecnologia não só no que diz respeito aos alimentos. Além do aspecto nutricional, aliás, tem-se investido cada vez mais na forma como o produto agrícola é apresentado ao consumidor.

Dos subsetores da agricultura, aquele que, por motivos óbvios, mais se tem preocupado com este aspecto — aparência — é a floricultura. Afinal, oferece freqüentemente a planta inteira à visualização e à escolha dos consumidores, ou toda a parte aérea — e, obrigatoriamente, lida com emoções.

No Brasil, em que o potencial da floricultura é enorme e ainda pouco explorado, por deficiências da distribuição da renda ou por preconceito, uma marca se firmou, há alguns anos, como garantia de qualidade e padrão de eficiência: a Cooperativa Agropecuária Holambra. Sua Unidade de Flores e Plantas não deixa a desejar, quando comparada ao que de melhor existe fora do país, tendo trazido para cá o sistema Veiling, *ou pregão holandês. A Holambra também passou pela experiência inusitada da transformação de sua sede social em município, a partir do desmembramento de quatro municípios vizinhos.*

Em entrevista exclusiva para Agroanalysis, *o diretor da Veiling Holambra, Francisco José G. Bongers, comentou as principais características e tendências da floricultura e de suas formas de organização, sempre a partir de um ponto de vista otimista, de quem tem visto de perto os êxitos do setor.*

■ *A crise que parece afetar todas as atividades ligadas à agricultura brasileira também atingiu o setor da floricultura?*

— A cooperativa de Holambra não está livre dos problemas da política agrícola brasileira. Temos os mesmos problemas da agricultura tradicional. Estamos inclusive tentando renegociar os contratos com o sistema financeiro, da mesma forma que cooperativas de milho, de soja etc.

■ *As questões tributária e cambial talvez sejam das mais urgentes do ponto de vista da agricultura como um todo. No caso de vocês, isso afeta especificamente, ou a questão da infra-estrutura é mais importante?*

— Afeta. O Brasil quer praticar uma política de exportação, mas não oferece nenhuma facilidade a quem toma a iniciativa de exportar. É muito difícil sensibilizar as autoridades para que tenham uma visão um pouco mais realista. A atual política cambial, por exemplo, não é interessante para quem está exportando. Os vários setores da floricultura estão passando por um período de amadurecimento para se inserir neste cenário. Estamos importando produtos de alta qualidade, enquanto o setor no Brasil está-se estruturando para se tornar exportador.

■ *Quais são as limitações maiores à expansão da exportação brasileira de flores? Qual a situação do Brasil no mercado mundial?*

— O mercado internacional movimenta vários bilhões de dólares. O Brasil deve estar exportando em torno de US$25 milhões. O detalhe nessa história toda é que o Brasil tem um mercado interno muito interessante. Há que desenvolver esse mercado, criar uma estrutura de produção de nível internacional. Se não fizermos isso, fatalmente vamos ter a concorrência dos importados. Desenvolvemos a necessidade do consumo de flores, mas no fundo apenas abrimos espaço para entrarem os de fora. Entre os entraves à exportação, há o problema tributário, a falta de padronização e os problemas fitossanitários. Existe também o reconhecimento do direito de patentes sobre variedades novas. O Brasil não reconhece o direito de patentes sobre variedades. Isso faz com que geneticistas e empresas que trabalham com melhoramento não invistam no país, como um multiplicador desses materiais. Acontece então que vêm para cá variedades já ultrapassadas no mercado internacional. Se já caiu o direito de patentes, então podem vir. Nossa estrutura de exportação tem problemas, como a falta de câmaras frias nos aeroportos

para receber a mercadoria, transportar na ida e na volta.

■ *Quais são as semelhanças entre a produção de flores no Brasil e na Holanda, que é o principal produtor mundial, e entre o Brasil e a Colômbia, que é um produtor emergente?*

— Entre o Brasil e a Holanda, há uma semelhança bastante grande em termos do processo de produção da Holambra. Sistema de comercialização é uma tecnologia em que os holandeses estão mais evoluídos. Na Holanda, há uma automação muito grande nas estufas. No Brasil, o trabalho ainda é braçal, mesmo. O Centro de Comercialização adota um sistema idêntico ao holandês, embora em proporções menores. Outros produtores estão começando a introduzir a produção em estufas com climatizantes, usando tecnologia e começando a se estruturar. Diria que, em média, estamos 20 anos defasados em relação à Holanda.

A Colômbia é um país privilegiado por sua localização, clima e altitude. Localiza-se acima do Equador, onde há pouca influência da variação das horas durante o dia. O ciclo de produção é maior do que o nosso. É um país exportador, sem mercado interno grande. Seu sistema foi desenvolvido, em parte, como uma cultura alternativa à plantação de coca. O governo dos EUA estimulou o desenvolvimento da floricultura colombiana para dar uma "amenizada" no problema da cocaína, e ela se desenvolveu visando basicamente o mercado norte-americano.

■ *O mercado de flores é muito rentável?*

— É um mercado rentável e bastante interessante, porque é muito pouco explorado. Quando você trabalha com flores, trabalha com emoções. A potencialidade disso é muito grande. Mas é preciso ter criatividade para descobrir esses fatores no comércio da floricultura.

■ *Nós estamos importando de quem?*

— Estamos importando da Colômbia, alguma coisa do Equador, um pouquinho da Argentina e da Holanda também. Depende do produto. A rosa está vindo da Colômbia. Estamos trazendo lírio, tulipa, íris da Holanda.

■ *O Mercosul pode alterar alguma coisa nessa situação?*

— Não. O Mercosul vai ampliar o mercado de negócios nesse bloco econômico. Hoje a Argentina já opera bastante com a Colômbia e com a Holanda. Está tentando colocar produtos no Brasil, mas existe um "namoro" (do que você precisa? o que eu posso exportar? o que você pode exportar para mim?). Ainda é uma fase de sondagem.

O Brasil não reconhece o direito de patentes sobre variedades. Isso faz com que geneticistas e empresas que trabalham com melhoramento não invistam no país, como um multiplicador desses materiais.

■ *No processo de modernização da Holambra, seus diferentes setores de produção foram divididos em 13 unidades de negócios, que se relacionam individualmente com a direção geral. Como se dá o relacionamento das unidades entre si e como tem sido o desempenho desse modelo administrativo?*

— Bom, o modelo tem evoluído. Em 1988/89, foram concebidas essas unidades de negócios. Hoje elas estão centradas, praticamente, em três grandes blocos: a parte de flores e plantas ornamentais, a de carnes e a do sistema de serviços. Na parte de flores e plantas, há o Centro de Comercialização, mais a exportação de mudas e sementes. Na parte de carnes, estão o abatedouro, a suinocultura, a industrialização, a parte de integração, a de ração. Todo aquele "complexo carnes" foi transformado numa única diretoria e a parte de serviços é a de apoio, compras de insumos, a financeira e bancária.

■ *De que maneira os associados lidam com as unidades de negócios?*

— Em princípio, para trabalhar com alguma unidade de negócios, é preciso se associar à cooperativa-mãe. Depois, fazer a opção por uma, duas ou três unidades, de acordo com a atividade. Quem é suinocultor, se associa a uma unidade de comercialização de flores, a não ser que resolva a plantar flores também, e faça opção pelas duas.

■ *A transformação da sede da Holambra em município foi uma idéia arrojada. Quais as razões dessa opção e como o município se organiza?*

— As razões da emancipação decorreram da necessidade da própria população. Antes quem fazia a gestão da administração pública era a parte "oficial", entrelaçando-se com o trabalho da cooperativa dentro de suas necessidades. A região estava dividida entre quatro municípios. O trabalho de emancipação evoluiu até chegar aos plebiscitos. Foi um amadurecimento político rápido. Viu-se que havia mais a fazer do que apenas ter uma empresa e funcionar de alguma forma. Não sei se foi obra do destino, mas o prefeito e o vice-prefeito foram eleitos, na época, quase como oposição à chapa da cooperativa. No final, isso foi positivo, pois criou uma divisão de responsabilidades.

■ *No setor de flores, que é a marca registrada da Holambra, houve também uma terceirização de atividades, como a do transporte. Isso aconteceu antes de essa racionalização administrativa tornar-se corriqueira no Brasil. Como se deu essa escolha?*

— O processo de terceirização não era uma escolha. Era alternativa de sobrevivência. Tínhamos um sistema de distribuição em todo o Brasil, filiais e um custo bastante elevado. Administração à distância sempre traz problemas. Não estar presente na hora em que acontece algo é chegar depois e contabilizar o prejuízo. Decidimos terceirizar a frota de caminhões e elaboramos um programa em que o próprio vendedor e o motorista eram financiados. Passamos para eles a carteira de clientes, com a condição de que viessem a comprar na Holambra. Conseguimos implantar em pouco tempo o sistema e viabilizar a vida do atacadista e do distribuidor. Também criamos um vínculo com ele, com a obrigatoriedade de comprar aqui, não necessariamente a totalidade de seus produtos, mas comparecendo para ajudar a formar o mercado. A carteira de clientes passou, em cinco anos, de

25 para 250, um crescimento significativo.

■ *Outra inovação adotada pela Holambra foi o sistema de* Veiling, *ou leilão. Como ele funciona?*

— Está basicamente concentrado na oferta e demanda de área de produtos. Aliás, concentra-se na oferta. A demanda vem encontrar seu público. O mercado sabe onde se oferecem produtos de qualidade e determinado padrão e se apresenta para comprar. É preciso estabelecer um mecanismo para formar o preço. O que encontramos foi o sistema de leilão, no qual são usados preços decrescentes, com a abertura no nível de mercado. O preço vem decrescendo e, quando uma das pessoas se interessa, manifesta-se e é o único comprador daquele lote. Pode-se identificar, pelo lance, quem é o único comprador, o que quer pagar mais alto, porque todos os outros querem pagar menos. Cada lote tem um preço independente e cada produtor identifica o seu produto.

■ *Quem estabelece o primeiro preço?*

— A referência do preço é a cotação do dia anterior. Por exemplo, eu fechei um negócio: a média do preço da rosa no dia anterior foi R$3,00; eu abro hoje a R$5,00, e o preço vem decrescendo. Se o mercado for comprador, vai comprar a R$4,00 ou R$4,50. No lote seguinte, abre-se a R$6,00 ou R$7,00, pois há essa liberdade, e o sistema é todo informatizado. O leiloeiro só tem a função de operar o micro. Quando o mercado está muito ofertado, existe um preço mínimo abaixo do qual a Holambra não vende o produto, que é destruído. Isto acontece, no máximo, com 10% da produção por ano.

■ *Esse preço mínimo é calculado a partir de algum custo de produção?*

— É constituído basicamente por preço de colheita, embalagem, transporte para o Centro de Comercialização e pela taxa que nós cobramos. O produtor precisa estar motivado para se levantar da cadeira e ir ao campo fazer a colheita. Então, não é custo de produção: está abaixo do custo de produção, pois não queremos estimulá-lo a produzir pelo custo. O produtor é muito criativo e, se for estabelecido o teto do preço mínimo, irá produzir por esse preço. Não se pode criar um excesso de oferta à toa. Vamos trabalhar sempre de maneira consciente.

■ *Todos os cooperados têm igual acesso ao leilão?*

— O cooperado faz a opção pelo sistema. Quando vem para ficar sócio, temos uma conversa longa. Explico o compromisso. Temos um regulamento interno, e mostro como funciona o sistema. Ele leva para ler em casa e resolve associar-se. Começa a fase do "namoro". Ele entrega seu produto, como fornecedor, por três meses. Vou analisar o produto, para ver se tem a qualidade de que preciso, e ele vai analisar se estou trabalhando de acordo com suas expectativas. Depois dos três meses, avaliamos novamente e, ou ele se torna sócio, ou damos mais três meses para que entre no sistema, assimile o processo e seja admitido como sócio. Ao trazer a mercadoria, ela será classificada, padronizada. É preenchida uma boleta com o nome e o código do vendedor e a quantidade. No dia seguinte, ele recebe um extrato que informa o que vendeu, quanto, por que preço e para quem, além do preço médio do produto, em geral, para poder situar-se.

As normas de padronização de qualidade são diretrizes do Veiling da Holambra. Tem-se que produzir dentro desse padrão, pois de outro modo não comercializamos.

■ *Deve haver maior especialização no mercado, porque há a preocupação de padronização da qualidade?*

— As normas de padronização de qualidade são diretrizes do *Veiling* da Holambra. Tem-se que produzir dentro desse padrão, pois de outro modo não comercializamos.

■ *Outras empresas já adotaram esse sistema? Pretendem estendê-lo a outras atividades da cooperativa?*

— Sim. Na Ceasa, em Uberlândia, estão tentando implantar o sistema para frutas, com alguma dificuldade. Há a Holambra II, em Paranapanema, que o está usando para frutas e parece que está indo bem. É básico conseguir que os produtores queiram comprometer-se 100% com o sistema. Não existe alternativa. Temos vontade de estendê-lo, mas não é a empresa que decide isso, e sim o produtor, pois é uma questão de mentalidade, com um compromisso sério entre as partes.

■ *Como está hoje o mercado de flores no país? Foi afetado pela estabilização da economia?*

— O mercado de flores esteve muito mal até junho de 1994. Foi um período de crise, com preços deprimidos. A partir do Plano Real e com a geada do ano passado, houve uma explosão de preços. Hoje, diria que retornamos a um patamar razoável de comercialização, mas a inadimplência dos pontos-de-venda tem crescido e os cheques sem fundos são um problema.

O mercado sofre a concorrência de produtos alternativos, como bolsas, perfumes, chocolates, mas a floricultura está-se estruturando de maneira muito profissional. Tem uma estrutura descentralizada, em forma de associações regionais e câmaras setoriais por estado, e se congrega no Instituto Brasileiro de Floricultura, o Ibraflor. Ele estabelece as diretrizes e o plano para os próximos anos, e determina os padrões de produção. Faz-se uma pesquisa de base, mas quando o instituto dá o sinal verde para a adoção de determinado padrão, as associações regionais passam a orientar seus produtores para que sigam essa linha. Do ponto de vista da produção, portanto, estamos em fase de organização. O esqueleto está pronto. Os pontos-de-venda estão-se ampliando de uma forma interessante, mas o nível de profissionalização ainda é muito baixo. É grande a velocidade com que se abrem e fecham floriculturas, sempre com um saldo positivo.

■ *No Rio, os quiosques de venda de flores estão por toda a cidade, mas se o consumidor pedir uma orientação sobre a planta a quem a está vendendo, freqüentemente ele não sabe responder.*

— Esse é o grande problema. Para isso, estamos desenvolvendo, por intermédio do Ibraflor, um trabalho junto com o Sebrae, em nível nacional. Temos um programa de capacitação profissional dos pontos-de-

venda e está sendo encaminhado ao Ministério da Agricultura um projeto para obter recursos para o desenvolvimento do programa. Fomenta-se a atividade por meio do fomento do mercado.

■ *Você pode comentar um pouco o Ibraflor?*

— Ele tem sede no Ceasa, em Campinas, e congrega todos os interesses da floricultura: produção, comercialização, pontos-de-venda, centros de comercialização, distribuidoras, floriculturas, sistema bancário e todo o pessoal de suprimento de insumos. Procura-se fazer um trabalho de base para a conscientização de que um trabalho organizado dá melhores resultados. Conseguimos que diferentes produtores deixassem de se olhar como concorrentes e que os distribuidores e atacadistas não fossem mais vistos como vilões, e sim como representantes comerciais dentro do sistema. A diretoria é eleita por dois anos pelos sócios, que são as associações de classe.

■ *Existem projetos de adaptação de flores típicas do país a uma floricultura comercial?*

— Existem alguns projetos andando, principalmente na parte de flores tropicais, para que se desenvolvam em determinadas regiões. Quando, por exemplo, o governo do estado do Rio quer desenvolver uma floricultura e procura a Holambra para isso, tem a intenção de conseguir para o estado um produto de qualidade e com a beleza do nosso. Dentro do estado existem aquelas flores que são naturais da região, com grande potencial de mercado, desde que cultivadas com um padrão de qualidade, com embalagem, criando um mercado. Existe espaço, e é uma questão de profissionalizar esses produtores. No Rio, há bromélias; no Norte e Nordeste, as cactáceas. No Norte, há plantas tropicais de valor significativo no mercado, e é preciso que alguém tenha essa visão, pois o mercado mundial procura alternativas exóticas para os arranjos florais. A Holanda faz uma industrialização do produto flores milimetricamente controlada por computador. A Holambra, por exemplo, produz, importa, arranja e exporta.

■ *É feita alguma coisa para atenuar a sazonalidade do mercado das flores, ou nada precisa ser feito?*

— O que está sendo executado é justamente a concepção de estufas climatizadas para viabilizar uma produção contínua. Consegue-se superar a sazonalidade, também, criando uma demanda permanente no mercado. Antigamente, o mercado de flores era caracterizado por um comércio bastante forte, principalmente no dia das mães, em finados e no Natal. Hoje, temos oito ou mais datas fortes durante o ano: dia internacional da mulher, dia das mães, dia dos namorados, dia dos avós, dia dos pais, dia da secretária, finados, Natal. Queremos uma expansão ainda maior, entrando na linha de supermercados, onde se cria uma demanda quase constante durante o ano. Quebra-se a sazonalidade e o produtor passa a investir mais na continuidade. O Carrefour e o Paes Mendonça já têm áreas de oferta de flores.

■ *Como está a inserção da floricultura dentro de programas de governo, como o Frupex?*

— Eu diria que existe, por parte do governo, vontade de fazer muita coisa, mas sou presidente do Comitê Estadual de São Paulo do Frupex, e sinto que precisamos organizar o setor, para conseguir fazer reivindicações claras. Especialmente no sentido de que se apóie um programa de trabalho. Temos, por intermédio do Ibraflor, duas diretorias específicas, a de *marketing*, que estou encabeçando, e a de fitossanidade, que trata também de questões tributárias e de patentes. São duas linhas de trabalho. O que queremos do governo? Que dê ouvidos às necessidades do setor, sem subsídios. Que pelo menos ajude a abrir as portas, para que as coisas fluam de maneira um pouco mais rápida no âmbito oficial.

■ *A floricultura não poderia ser apresentada como uma fonte de receita para pequenos agricultores?*

— Sem dúvida. Acho que é uma das atividades mais interessantes para os pequenos.

■ *Alguns acreditam que um país de subalimentados, como o Brasil, estaria desperdiçando recursos estimulando a produção de flores e plantas ornamentais. O que acha disso?*

— Acho que é uma visão bastante estreita, do ponto de vista econômico. A floricultura gera grande quantidade de empregos, logo salários, com os quais se compram outros produtos. Acontece que a floricultura, assim como qualquer atividade hortícola, é uma atividade mais refinada, mais técnica, que exige maior capacitação do produtor. Na parte de flores, existe a questão da beleza, porque o produto final é a planta em si. Não se está colhendo apenas um grão, comercializa-se a parte aérea inteira. É preciso evitar pragas, doenças, para que sua aparência fique perfeita. Por isso, é uma atividade um pouco mais sofisticada do que a agricultura em geral. Mas dizer que não serve para o pequeno produtor é uma incoerência, pois pode gerar em torno de 15 a 20 empregos por hectare, e seu faturamento por hectare é muito mais elevado do que o do arroz ou o do feijão, sem querer discutir a necessidade de tais produtos.

■ *Os insumos de que o floricultor brasileiro pode dispor são adequados? Parece haver alguma improvisação.*

— Não digo que não sejam adequados. Acho que boa parte dos agrotóxicos necessários está disponível. O problema é que a floricultura não é prioritária para o Ministério da Agricultura. Existe certa morosidade para registrar os produtos para flores, porque é exigido um período experimental para a liberação desses produtos. O agricultor compra o produto para pulverizar justamente porque é mais eficiente, em geral já testado no Primeiro Mundo, e muitos deles são muito menos tóxicos do que os que temos no mercado. Só que não podem ser usados, porque não estão registrados no Ministério da Agricultura.

■ *No Rio, há floricultores se registrando como olericultores, para comprar esses produtos.*

— O próprio sistema dá um jeito criativo para conseguir o que precisa. É a resposta à morosidade do registro.

Por Fernando Roberto de Freitas Almeida e Regis Alimandro

GUIA DO EMPRESÁRIO MODERNO



A nova realidade econômica mundial exige do empreendedor muita criatividade, uma pitada de ousadia e um ótimo nível de informação

Assine

MERCOSUL

REVISTA DE NEGÓCIOS • MERCADO DO CONE SUL

editada pela

FCESP
FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO ESTADO DE SÃO PAULO

Preencha o cupom, escolha uma das formas de pagamento, recorte na linha pontilhada e envie pelo correio para a revista MERCOSUL,
Av. Paulista, 119 - 5º andar
01311-000
São Paulo - SP - Brasil

SIM, desejo receber a revista **MERCOSUL** durante um ano (**12** edições)

NOME: _____

EMPRESA: _____

CARGO: _____

ENDEREÇO: _____

BAIRRO: _____ CEP: _____

CIDADE: _____ ESTADO: _____

TEL.: _____ FAX: _____

BRASIL

☐ Anexo a este cupom, estou enviando para a revista MERCOSUL cheque nominal à Federação do Comércio do Estado de São Paulo no valor de R$ 50,00 (cinqüenta reais).

☐ Anexa a este cupom, estou enviando para a revista MERCOSUL cópia xerox do comprovante de depósito no valor de R$ 50,00 (cinqüenta reais) no BANESPA - Agência 228 - Conta nº 13.01900-0 ou no BANCO DO BRASIL - Agência 1189-4 - Conta nº 20.000-X

☐ VISA

Autorizo o débito de R$ 50,00 (cinqüenta reais), em 1 pagamento, em meu Cartão de Crédito VISA

nº _____

Validade (não deixe de preencher) ___/___
mês / ano

___/___/___
Data

_____
Assinatura (igual à do cartão)

AG

CARTAS

Prezada Sra. Ignez Vidigal Lopes

Apresento a V. Sa. sinceros cumprimentos pela excelência da publicação *Agroanalysis*.

Colocando-nos a seu inteiro dispor, subscrevemo-nos.

Atenciosamente,
Alysson Paulinelli
Secretário de Estado de Agricultura, Pecuária e Abastecimento do governo de Minas Gerais

A propósito da realização do III Agrinordeste, em Recife, Pernambuco, envio-lhes algumas informações sobre a Tropiflora, que espero possam ser aproveitadas para publicação na revista *Agroanalysis*.

A Tropiflora tem sua sede provisória funcionando na Avenida Visconde de Albuquerque, 113, Madalena, Recife, CEP 50610-090, com os telefones números (081) 271-0856, (081) 227-4126 e fax (081) 227-3660, sendo o primeiro também acoplado a um fax-modem.

Judas Tadeu de Medeiros Costa
Diretor-Presidente da Tropiflora

Por equívoco da redação, deixamos de dar o crédito da entrevista do mês passado com o ex-ministro Antônio Cabrera à jornalista Patrícia Carvalho.

As cartas dos leitores devem ser dirigidas à *Agroanalysis*, Praia de Botafogo, 190, sala 813 — Rio de Janeiro — CEP 22253-900 ou pelo fax (021)536-9207.

É permitida a reprodução total ou parcial dos índices e matérias desde que seja citada a fonte.

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

Fundador:
Julian M. Chacel

EXPEDIENTE

Chefe do CEA/IBRE:
Ignez Vidigal Lopes

Redator-chefe:
Regis Alimandro

Equipe de redatores:
Eliana C.B.L. Viglio (arroz, feijão, meio ambiente, tomate, mandioca, caju), Fernando R. de Freitas Almeida (cereais de inverno, oleaginosas, frutas, vinho), Guilherme Soria Bastos Filho (cacau, açúcar, algodão), Irene Raguenet Troccoli (fumo, milho, avicultura, suinocultura, laranja), Maria José Cyhlar Monteiro (preços, previsão de safras, legislação), Mauro de Rezende Lopes (comércio internacional, política agrícola), Regis Alimandro (café), Tito B. B. Ryff (meio ambiente).

Gerente Comercial:
Carlos Henrique Tibiriçá Miranda

Colaboradores:
Adib Jamil Amim, Lucio Junqueira Campos (estatísticas de preços), Rubens de Mello Nogueira Abdelhay (índice FGV/Abag), Ana Célia Junqueira Campos, Edmilson Pereira Conceição, Edna Frias de Souza, Mário Augusto Rodrigues Martins (apoio técnico), Joaquim André Villanova.

Foto da capa:
Fernando de R. Freitas Almeida

Copidesque:
Lauda Editoração e Comunicação Ltda.

Técnicos em processamento:
Bruno da Silva Júnior, Deise Jaffar de Lima.

Estagiários:
Ednéia da Silva Bezerra, Maria das Graças Soares, Renê Bertin.

Secretaria e apoio administrativo:
Claudia Ana Marques, Antonio Barbosa, Antonio Getúlio Corrêa de Oliveira.

Divisão de Gestão da Informação (DIGI)
Diretor: Moacyr Antonio Fioravante

Editora da FGV
Coordenação editorial: Cristina Mary Paes da Cunha
Editoria de arte: Eliane da Silva Torres, Jayr Ferreira Vaz, Marilza Azevedo Barboza, Osvaldo da Silva, Simone Ranna.
Revisão: Aleidis de Beltran, Fatima Caroni.
Produção gráfica: Helio Lourenço Netto, Joel Alves.
Comercialização: Juarez Nery de Souza, Valéria Oliveira Santiago.
Vendas de assinatura: José Milton Gondim.
Vendas avulsas: Edna Kumakola
Publicidade:
Belo Horizonte — MG: Tel. e fax: (031) 224-9534; Brasília — DF: Tel. e fax: (061) 577-4883; Porto Alegre — RS: Tel. e fax: (051) 249-7056; Recife — PE: Tel. e fax: (081) 465-1851; Ribeirão Preto — SP: Tel.: (016) 625-9639 — Fax: (016) 625-0521; Rio de Janeiro — RJ: Tels.: (021) 252-8720 e 252-9074 — Fax: (021) 221-5984; Salvador — BA: Tel. e fax: (071) 351-1784; São Paulo — SP: Tel. e fax: (011) 524-1174.
Livrarias — Rio de Janeiro: Livraria J. Carneiro Felipe — Praia de Botafogo, 188 — Tel.: (021) 536-9105
São Paulo: Livraria Faria Lima — Av. Nove de Julho, 2.029 — Tel.: (011) 281-7875.
Editora da Fundação Getulio Vargas — Serviço de Vendas: Praia de Botafogo, 190 s/607 CEP 22253-900 — ou Caixa Postal: 62.591 — CEP 22257-970 — Rio de Janeiro, RJ — Tels.: (021) 551-0698 e 536-9196.

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.
Presidente de honra: Luiz Simões Lopes
Presidente: Jorge Oscar de Mello Flôres
Vice-presidente: Mario Henrique Simonsen
Diretora-geral: Celina Vargas do Amaral Peixoto

Conselho Diretor

Presidente: Jorge Oscar de Mello Flôres
Vice-presidente: Mario Henrique Simonsen
Vogais: Celina Vargas do Amaral Peixoto, Eliezer Baptista, Francisco Oswaldo Neves Dornelles, Luiz Fernando da Silva Pinto, Manoel Fernando Thompson Motta, Manoel Pio Corrêa Jr., Marcílio Marques Moreira, Roberto de Oliveira Campos.
Suplentes: Alfredo Américo de Souza Rangel, Carlos Alberto Pires de Carvalho e Albuquerque, Eugenio Emílio Staub, Gilberto Dupas, José Luiz Miranda, Oswaldo Antunes Maciel, Pedro Leitão da Cunha.

Conselho Curador

Presidente: Theodoro Arthou
Vice-presidente: Paulo de Tarso Leal
Vogais: Antonio Monteiro de Castro Filho, Armando Klabin, Associação de Bancos do Estado de São Paulo, Banco Credit Commercial de France S.A., Carlos Alberto Lenz Cesar Protásio, Diogo Lordello de Mello, Domingos Marques Grëllo, Edmundo Barbosa da Silva, Gilberto Ulhôa Canto, Gustavo de Sá e Silva (Estado de São Paulo), Heitor Chagas de Oliveira, Instituto de Resseguros do Brasil (IRB), José Ephim Mindlin, Mário Abrantes da Silva Pinto, Mauro Salles (Salles-Interamericana de Publicidade S.A.), Paulo Guilherme Aguiar Cunha (Cia. Ultragaz S.A.), Roberto Paulo Cezar de Andrade (Brascan Brasil S.A.), Sindicato das Empresas de Seguros Privados e Capitalização do Rio de Janeiro.
Suplentes: Cristiano Buarque Franco Neto (Banco Bozano, Simonsen S.A.), João Pedro Gouvêa Vieira Filho (Refinaria de Petróleo Ipiranga S.A.), Jorge Paulo Lemann (Banco de Investimentos Garantia S.A.), Lineu de Paula Machado (Banco Boavista S.A.), Luiz Roberto do Nascimento Silva, Marcio João de Andrade Fortes, Maria do Carmo Nabuco de Almeida Braga (Icatu Empreendimentos e Participações S.A.), Patrick de Larragoiti Lucas (Sul América Terrestres, Marítimos e Acidentes — Cia. de Seguros), Pedro Henrique Mariani Bittencourt (Banco da Bahia Investimentos S.A.), Roberto Duailibi (DPZ Propaganda S.A.), Sérgio Franklin Quintella, Unibanco — União de Bancos Brasileiros S.A.

Conselho Consultivo

Abgar Renault, Carlos Moacyr Gomes de Almeida, Gilberto Duarte Prado, Roberto Borges Martins (Estado de Minas Gerais) e Rubens D'Almada Horta Pôrto.

Instituto Brasileiro de Economia
Diretor: Antonio Salazar P. Brandão
Banco de Dados-IBRE
Salomão L. Quadros da Silva
Centro de Estudos Agrícolas
Ignez Vidigal Lopes
Centro de Estudos das Empresas
Sergio Gustavo S. da Costa
Centro de Estudos de Economia e Governo
Lia Valls Pereira
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

Nesta edição

1 **Entrevista com Francisco Bongers**

6 **Cartas**

8 **Especial**

8 **Grande crescimento no mercado das flores**
F. R. de Freitas Almeida e A. Yasuo Aki

12 **Problemas para as tulipas**
M. Griffin

15 **Flores: o difícil negócio da beleza**
M. Griffin

17 **O programa Frupex e a floricultura**
A. H. Mager

19 **Como funciona o relógio no Veiling**
A. Yasuo Aki

22 **Conjuntura do agribusiness:**

22 **Exportações brasileiras continuam recordes**

24 **Morango**

26 **Manga**

30 **Índice FGV/ABAG (Iabag) 1995**

32 **IBGE — Síntese estatística**

34 **Oferta e demanda**

36 **Estatísticas agropecuárias**

42 **Panorama agropecuário**

46 **Panorama internacional**

51 **Legislação agrícola**

56 **Janela aberta**

Carta verde

Plantar sem dinheiro — novo desafio

HÁ muita expectativa no meio rural para o plantio da nova safra.

A questão fundamental é a disponibilidade de recursos, pois o governo acena com a possível mobilização de algo em torno de R$3,5 bilhões, aí incluídas todas as fontes de recursos oficiais e privadas. Além da escassez, há muitas restrições para a concessão do crédito por parte das agências bancárias. Os agentes financeiros estão cautelosos.

Uma das causas é a falta de cobertura dos preços de garantia, que serão restritos aos empréstimos de custeio até R$30 mil. Para os demais empréstimos, até R$150 mil, não haverá garantia de preço mínimo. Nesses casos, os produtores terão direito a realizar na época da colheita o empréstimo do tipo EGF-SOV (sem a garantia de venda ao governo).

Por outro lado, os juros estão muito favoráveis: os empréstimos até R$150 mil terão direito à taxa de juros fixa de 16% ao ano, o que tem se mostrado um forte estímulo, impulsionando os plantios.

Outro fator de cautela dos agentes financeiros são as dívidas pendentes. O governo acena com a possibilidade de resolver esse impasse com uma proposta de securitização das dívidas passadas, limitadas entretanto às dívidas de menor valor.

O quadro do lado dos pequenos produtores é muito favorável, pelo menos se for equacionada a questão das mencionadas restrições externas de capital.

Os novos preços mínimos anunciados recentemente (ver a seção: Legislação) mantiveram os níveis nominais da safra passada para quase todos os produtos, com um aumento no caso do algodão e do feijão e uma redução no caso do milho e da mandioca. A lógica desses preços foi não prometer aquilo que não pode ser cumprido.

No caso de alguns produtos (milho e mandioca), os elevados estoques em poder do governo condicionaram a decisão governamental. No caso da soja, a manutenção do nível de garantia da safra passada pode ser considerada como fator de incentivo, uma vez que se sinaliza preço acima da paridade de exportação para as regiões mais distantes. Isso revela a preocupação de não deixar a área plantada cair muito no Centro-Oeste. A cultura da soja expandiu-se bem nessa região, em virtude do sucesso empresarial dos produtores, da tecnologia produtiva e dos elevados rendimentos físicos alcançados, muito acima da média nacional. A manutenção da soja nessa região ficou complicada, em decorrência do esgotamento do crédito e da impossibilidade de as indústrias fornecedoras de insumos continuarem financiando os produtores.

Situação similar ocorre com a produção do arroz no Rio Grande do Sul, onde uma classe rural altamente empresarial atingiu elevados níveis de rendimento nos cultivos. Nesta última região, também se esgotaram as possibilidades de financiamento. Destarte duas áreas de tecnologia de ponta no Brasil estão ameaçadas pela exaustão do modelo de crédito rural.

A estratégia do governo parece ser a de evitar um ajuste mais abrupto na área e na produção. Mas os fatos estão mostrando que isso é muito difícil de ocorrer na prática.

Todo esse esforço deve ser insuficiente para induzir a sustentação da área plantada. Parece claro que deverão prevalecer restrições ao crédito que levariam a uma redução dos plantios, a menos que um fato novo venha a reverter essa situação. A aprovação da isenção do ICMS na exportação, tentada com muita propriedade e oportunidade pelo governo, é um exemplo desse tão esperado fato novo. Um outro fato novo seria a utilização em massa dos novos instrumentos de crédito — desta feita com alguma forma de apoio por parte do governo. Tais iniciativas poderiam aliviar a atual escassez insuportável de crédito.

Grande crescimento no mercado das flores

FERNANDO ROBERTO DE FREITAS ALMEIDA
E AUGUSTO YASUO AKI*

O crescimento do mercado interno brasileiro, após o Plano Real, fez com que o país produzisse mais, importasse mais e reduzisse suas exportações, também em função de problemas com o clima. As entidades ligadas à floricultura desejam agora que o setor se reestruture para novos tempos.

O Brasil é conhecido mundialmente pela riqueza de sua biodiversidade, em que se destacam as plantas ornamentais e as flores, como as orquídeas, as bromeliáceas e as flores do cerrado, de potencial comercial praticamente inexplorado. Seu mercado para a floricultura, porém, é ainda pequeno, sendo estimado pela Associação Central dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo (ACPF) em apenas US$4 por habitante/ano. Na vizinha Argentina, este consumo atinge US$25 e na Europa (80% do comércio mundial), na qual se encontram os padrões mais avançados de produção e comercialização, chega-se aos US$135. No Japão, onde as flores movimentam tantos dólares quanto as frutas, o consumo é de US$180 *per capita*/ano. É o mercado que mais cresce no mundo e enfrenta dificuldades na produção interna, pela exigüidade do território e o custo do aquecimento das estufas.

Holanda, Colômbia, Itália e Israel lideram os exportadores mundiais de flores. O Brasil tem 0,25% do mercado internacional.

O principal exportador mundial de flores é a Holanda, que detém 53% do total exportado. Seguem-se-lhe a Colômbia, bem atrás, com 13%, a Itália, com 8% e Israel, cujos esforços na agricultura irrigada lhe proporcionaram o equivalente a 6,5% das exportações, à frente dos EUA, que têm apenas 3,4%. O Brasil figura com irrisórios 0,25%, exportando 10% do que produz. Planta cerca de 200 espécies e 2 mil variedades. Plantas como crisântemos, cactus e mudas são 34% do que o Brasil exporta. Rosas e flores secas vêm em segundo lugar, ambas com 19%. As folhagens têm 10%, os bulbos 9%, outras flores 5%, orquídeas 3% e dracenas 1%. Só a Cooperativa Agrícola de Holambra está licenciada pelo Ministério da Agricultura para fazer a classificação da qualidade das flores a serem exportadas.

Características do mercado no Brasil

O mercado interno de flores e plantas ornamentais experimentou um fantástico crescimento na década de 90 (média de 25% ao ano). As características mais marcantes dessa movimentação foram, de um lado, a sua dificuldade de se estruturar, e, de outro, o grande interesse de empresários de outros setores em trabalhar suas oportunidades. Os principais canais de distribuição de flores no país são floriculturas (55% do mercado), decoradores (20%), funerárias (10%), supermercados (8%) e floras (5%). Cerca de 70% dos pontos-de-venda são dirigidos por mulheres. Já podem ser encontradas áreas com tecnologia de ponta, como é o caso de dois laboratórios de biotecnologia da Cooperativa Holambra, que produzem de 35 mil a 40 mil mudas por mês, ao custo máximo de US$0,50 a unidade.

Este subsetor da agricultura movimenta hoje cerca de US$700 a US$800 milhões anualmente (do mesmo porte dos mercados internos de livros, brinquedos ou margarinas) e caminha em uma velocidade que promete torná-lo uma das estrelas do setor agrícola neste final de século.

No momento, o país também vem importando flores dos países sul-americanos, como Bolívia, Chile, Colômbia e Equador, além da Europa, e recebe visitas de técnicos que produzem estatísticas sobre o mercado brasileiro. Aliás, de 1992 para 1993, as importações brasileiras de flores cresceram 50% e, de 1993 para 1994, aumentaram 79%.

No principal estado produtor brasileiro, São Paulo, a produção de flores e plantas ornamentais iniciou-se nos anos 50, com os portugueses. Nos anos 60, entraram os membros da colônia japonesa e, nos anos 70, os holandeses. O estado de São Paulo concentra cerca de 70% da produção do país, sendo um estado exportador. Destacam-se ainda Minas Gerais, Rio de Janeiro e Santa Catarina.

Os produtos são classificados em quatro grupos: flores de corte, flores em vaso, plantas de interior e plantas de jardim. Estes dois últimos estão sujeitos ao

* Com apoio de Takashi Yamauchi, assessor da Associação Central dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo (ACPF). Augusto Yasuo Aki é gerente de *marketing* da Veiling Holambra.

ICMS. As principais regiões produtoras brasileiras caminharam para uma especialização por produto e, hoje, tem-se o seguinte quadro: Holambra e Campinas, em São Paulo, com flores em vaso de clima quente, crisântemos de corte e plantas de interior; Atibaia e Ibiúna, São Paulo, com flores em vaso de clima frio, crisântemos de vaso e plantas de jardim; Barbacena e Munhoz, em Minas Gerais, com rosas de corte; Petrópolis, Rio de Janeiro, com flores tropicais e Joinville, Santa Catarina, com plantas de jardim.

Em São Paulo, existem cerca de mil hectares de área plantada, onde estão cerca de 2.500 produtores. Ao todo, esta atividade gera aproximadamente 75 mil empregos diretos no estado. Dominada por descendentes de holandeses, que se agruparam segundo a filosofia cooperativista, e pelos de japoneses, que seguem a filosofia associativista, a atividade é de caráter intensivo. Nela se destacam o grande investimento de capital, o emprego de mão-de-obra (cerca de 15 pessoas por hectare), o rápido ciclo de produção (de 4 a 6 meses), a pequena área utilizada (5 a 20ha) e o alto valor agregado.

A Alemanha, os EUA e a França lideram o ranking dos importadores mundiais, com elevados padrões de consumo. O Brasil consome US$4 per capita ao ano.

A avaliação global do mercado indica que o consumo potencial é talvez o dobro do consumo real hoje verificado, o que o classificaria como um mercado de demanda. A dificuldade em ordenar seus agentes, todavia, faz com que este oscile entre um mercado de oferta e um mercado de demanda.

O mercado movimenta, em nível de varejo, cerca de US$700 milhões e, em nível de produção, cerca de US$200 milhões. Fazendo a divisão entre estes dois números, chega-se ao fator 3,5, que seria o valor (ou custo) agregado na distribuição do produto. Na Holanda, que é o expoente máximo do mercado de flores no mundo, este fator está na ordem de 2,5. Por este raciocínio, a melhor distribuição de margens, a diminuição dos custos de distribuição e a melhoria do manuseio do produto (com a respectiva redução de perdas) podem fazer a produção crescer 40% (de US$200 para US$280 milhões, o que faria o fator passar de 3,5 para 2,5), sem que haja um centavo de crescimento no consumo *per capita* atual.

Comercialização

Como perspectivas para a produção, podem-se destacar os efeitos da globalização da economia, que se refletem hoje em grandes acordos de *royalties* com empresas norte-americanas e européias, as quais trarão novos produtos ao mercado, na chegada de produtos importados, nas perspectivas de exportações para o Mercosul e na entrada de flores artificiais da China.

Para este elo, o grande desafio é contribuir para a estruturação da distribuição do produto (em nível global) e para a fixação e proteção de marcas (em nível individual).

As duas principais regiões produtoras adotaram opções diferentes de comercialização. A Holambra comercializa sua produção mediante oferta coletiva pelo sistema *Veiling* (pregão holandês). Atibaia e Ibiúna comercializam por meio de oferta individual na Ceagesp/SP e na Ceasa/Campinas. São 160 os produtores participantes do *Veiling* e 170 atacadistas compram a produção. Supõe-se que este sistema represente 35% do mercado brasileiro, destacando-se nele as rosas, crisântemos, gladíolos, azaléias e violetas. Destas últimas foram importadas, em maio último, 36 mil mudas de 11 novas variedades, da Optimara, empresa especializada dos EUA. A Holambra tem feito os acordos de *royalties* com firmas norte-americanas, holandesas e alemãs. Podem-se comprar as mudas e pagar percentual sobre as vendas de flores.

O sistema de pregão existe na Europa (desde 1887), EUA e Japão e é recomendável para produtos perecíveis, até peixes. Na América Latina, só o Brasil o adota, há quatro anos. Segundo a Holambra, por intermédio dele são feitas 13 transações por minuto (1.500 por dia).

De uma forma ou de outra, a boa formação de preço é alcançada na medida em que se consegue a concentração de oferta nessas centrais de comercialização, que podem ser classificadas em:

- primárias — onde só entram produtos de produtores, como no caso da Holambra;
- secundárias — onde entram produtos de produtores e de atacadistas, como na Ceagesp/SP e na Ceasa/Campinas;
- de distribuição — onde só entram produtos de atacadistas, como o Cadeg, no Rio de Janeiro, e a Ceasa de Porto Alegre.

Até este momento, foram a organização e especialização da produção, as centrais de comercialização e a formação de preço via concentração de oferta e a distribuição do produto via linhas de atacadistas porta a porta, ao longo do país, os fatores finais que mais impulsionaram o mercado.

Este circuito, contudo, vive algumas dificuldades, uma vez que, em São Paulo, a depauperação da estrutura da Ceagesp e sua própria localização dificultam a comercialização. Além disso, o atendimento nos grandes centros, via linhas de atacadistas, encarece demais a distribuição e prejudica a qualidade dos produtos. A falta de integração do mercado resulta em um ponto-de-venda fraco na concorrência com outros produtos (basicamente estruturados em forma de franquias e grandes magazines). Por fim, a preocupação da maioria dos produtores em manter incógnitos seus negócios impede o levantamento de estatísti-

cas reais sobre o tamanho do mercado e sobre decisões a respeito de seu planejamento.

Oportunidades à vista

Este setor deve passar agora por um momento de transição — e de confusão — em que devem surgir oportunidades na busca de outras opções de centrais de comercialização capazes de atender aos principais bolsões de consumo, de uma forma eficiente, do ponto de vista da ligação entre produção e consumo. A grande dificuldade será o financiamento da nova rede ou o agrupamento dos interesses (associativismo, cooperativismo ou interesses privados).

Assim como as floriculturas, os atacadistas tiveram sua origem em antigas famílias de produtores que resolveram, em dado momento, comercializar sua produção "além sítio". Posteriormente, ocorreu um processo de terceirização, em que pessoas ligadas às primeiras empresas familiares montaram seus próprios negócios, que passaram a existir sem qualquer ligação direta com a produção.

Estão ocorrendo visitas de técnicos estrangeiros, para levantamento estatístico do mercado interno brasileiro, que tem aumentado suas importações.

Estima-se que, no Brasil, existam entre 600 e 700 empresas neste grupo, que, pelo seu processo de formação natural, tornou-se um segmento pouco profissionalizado e de baixa produtividade.

Esta é outra área de oportunidades no mercado. Há demanda para fretistas e terminais regionais. A distribuição feita por caminhões, porta a porta, nos grandes centros, deve ser levada provavelmente para áreas mais interioranas.

O próprio meio de distribuição do produto para as regiões mais extremas, como Sul, Centro-Oeste, Norte e Nordeste, oferece grandes oportunidades para o transporte aéreo (acima de mil quilômetros de São Paulo) e fluvial (circuito Piracicaba/Tietê/Paraná).

Seja qual for a opção, prevalecerão aquelas empresas que, como em qualquer outra operação de distribuição, forem tecnologicamente eficientes no sentido de agregar o menor custo possível ao produto, realidade ainda bem distante da situação atual.

Dos anos 50 aos 80, a atividade foi evoluindo de maneira familiar, até que, nos anos 90, houve forte penetração de pessoas de fora do setor (consumidores insatisfeitos com os preços ou o atendimento, executivos buscando negócios para as esposas e até desempregados). Estima-se que cerca de 50% dos 10 mil pontos-de-venda existentes no momento tenham menos de cinco anos.

Nos mercados europeu e norte-americano, existem duas linhas de venda: a de valor agregado (floriculturas) e a de consumo de massa (*garden centers*, supermercados, postos de gasolina). No Brasil, como as flores são vendidas mais para presentes, o mercado estruturou-se sobre as floriculturas. Considerando-se ainda que pelo menos metade do mercado é formada por pontos-de-venda tradicionais, a situação de preço para o consumidor e a da marca do produtor foram sensivelmente prejudicadas. Em termos de *agribusiness*, talvez esteja aqui a maior dificuldade para o setor.

Canais de venda

A floricultura vê nas flores a matéria-prima para seu trabalho e tem interesse em divulgar a própria marca. Além disso, por ser considerada um trabalho artístico e de quantificação bastante subjetiva, procura margens que maximizem o retorno desse trabalho. É claro que existem bons profissionais no mercado e não é o ponto-de-venda que arca com a maior parte das perdas de produtos, mas certamente já ocorreram muitos abusos.

Outra problemática dessa atividade é que seu ambiente é bastante elitizado e, muitas vezes, mal localizado, o que não favorece o crescimento do consumo para uso próprio. Isto é fundamental para o mercado. A partir da Conferência Mundial do Ambiente, o Earth Summit, no Rio de Janeiro, em 1992, a situação começou a mudar. O consumidor passou a manifestar sua opinião e o setor supermercadista procurou participar mais ativamente, crescendo a uma velocidade de 50% ao ano. Uma boa oportunidade é o investimento em *garden centers*, que seriam supermercados de jardinagem, abrangendo até a linha de produtos para decoração da casa e jardim.

Os grandes benefícios que essa mudança traz são: o fato de a marca do produtor chegar até o consumidor, a melhor distribuição do produto e seu preço mais acessível democratizam o consumo; a desconcentração da venda nas datas de pico do ano contribui para a estabilização de preços; e, como as empresas trabalham fortemente com a promoção de seus produtos, trazem mais verbas para o fomento do mercado.

O aspecto crítico ainda não resolvido é que os supermercados trabalham apenas com auto-serviço. As flores precisam de auto-serviço assistido, pois o manuseio do produto pelo consumidor prejudica o estoque em exposição e o consumidor demanda informações sobre o comportamento do produto em casa.

De outro lado, verifica-se também uma reação das floriculturas no sentido de ir ao encontro dos interesses do consumidor. Isto está representado pelo incrível aumento de participantes nos cursos de aperfeiçoamento de arranjo floral (cerca de 1.500

pessoas ao ano), pelo crescimento da televenda e pelo uso de espuma floral.

No esforço de divulgação da floricultura, sob a orientação do Instituto Brasileiro de Floricultura (Ibraflor), pode-se citar o Projeto Anhangüera, com 58 programas de trabalho, da Associação Central dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo, estado que abriga 75% da produção brasileira de flores. No ano passado, por exemplo, o projeto celebrou um termo de cooperação com a Associação dos Floricultores do Estado do Rio de Janeiro (Aflorerj).

Os principais programas do projeto são o de Qualidade Total de Floricultura e o de Pólo de Distribuição, que abrirá 25 terminais atacadistas no Brasil e no Mercosul, até 1998. Nesta linha, foi criada a Companhia Central de Abastecimento de Flores e Plantas do Estado de São Paulo (Centraflores), como S.A. de capital fechado, formado pelos produtores. Vende diretamente dos produtores às lojas e profissionais do subsetor.

A ACPF foi criada em 1992, o mesmo ano em que se resolveu o problema da incidência do ICMS sobre mudas, e alugou o mercado da Cooperativa Agrícola de Cotia para vender flores. Além de se preocupar com a maior qualificação do subsetor, a associação também criou o projeto devido ao fato de, simultaneamente ao aumento das importações, as exportações terem aumentado apenas 13,3% e caído 4,4%, em 1994.

Atualmente, para implementar seus planos, a ACPF divulga seu conceito de "associativismo comercial", buscando parcerias com floriculturas, paisagistas, jardineiros e produtores, que devem cadastrar-se, formando núcleos.

Para a floricultura, finalmente, parece que tudo começa a ser flores.

Floricultura no Nordeste

Além de seu potencial como produtor de flores, a região nordestina poderá atender à demanda de folhagens tropicais, como as palmeiras, dracenas, cordilines e outras. Os produtores já começaram a se organizar para conquistar posições no mercado.

A Associação dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais Tropicais (Tropiflora) foi fundada em junho de 1994, por um grupo de produtores de flores tropicais que desenvolviam esta atividade muito empiricamente. Em geral o faziam por puro diletantismo, vendendo, contudo, algumas de suas flores e folhagens para o mercado de decoração local, incluindo decoração de casamentos, aniversários e alguns outros eventos sociais.

Naquela ocasião, havia cerca de 5ha sendo usados para esta atividade. A Tropiflora se propunha a representar e defender seus associados, assim como a prestar serviços que pudessem contribuir para o fomento e a racionalização das atividades inerentes a floricultura e a plantas ornamentais tropicais.

A partir de então, procurou-se realizar um levantamento das atividades de mercado dos associados e propiciar a troca de experiências entre os mesmos, para o aperfeiçoamento das culturas, quer por meio de discussões durante as reuniões, quer na procura de trabalhos desenvolvidos no setor em outras localidades. Buscou-se também efetuar visitas a outros produtores não-associados e a participação por conta própria de alguns sócios em encontros, um deles realizado em Manaus.

Foram tomadas algumas decisões quanto ao cultivo de determinadas espécies das flores de corte e das produtoras de folhagens mais demandadas no mercado local. Procurou-se estabelecer entre os associados um preço mínimo para cada produto, visando uma uniformização, e os pedidos passaram a ser distribuídos entre os produtores conforme a necessidade do mercado e a produção de cada um.

Partiu da própria imprensa local uma busca de informação sobre as atividades da associação, sendo publicado um artigo no caderno Campo, do *Jornal do Commercio*, em fins de 1994 e logo depois uma reportagem pela TV Pernambuco, no programa *Pernambuco S.A.* Estas duas reportagens surtiram um efeito que não se esperava, aumentando não só a procura dos produtos, como também o interesse de pessoas em se associarem. Desta forma, em fins de 1994 e início de 1995, a Tropiflora passou a atender a pedidos de estados vizinhos, como Alagoas, Ceará e Rio Grande do Norte. Em certo momento, a demanda do mercado local superou a oferta de produtos, havendo necessidade de apelar para produtores ainda não associados.

A atual área de cultivo dos associados — 12 deles já considerados produtores em potencial — está em torno de 12 a 13ha, numa média de 1ha plantado por produtor. As espécies mais procuradas, por ordem de preferência, têm sido as helicônias (*Heliconia caribaea*, *H. rostrata*, *H. wagneriana*, *H. episcopalis* e *H. psittacorum*), os panamás (espécies do gênero *Alpinia*, de tonalidades vermelha e rosa) e o bastão-do-imperador (*Etlingera elatior*); segue-se o coral (*Renanthera sp.*, uma orquídea cuja floração ocorre entre os meses de setembro e janeiro) e o sorvete (*Zingiber spectabilis*). O mercado ligado à decoração busca também vários tipos de folhagens tropicais (palmeiras, dracenas, cordilines, carludovica, jasmim-laranja, entre outras). A possibilidade de incremento no Nordeste da atividade floricultural com plantas tropicais contribuirá sem dúvida, numa etapa futura, para o atendimento do mercado nacional e internacional. Neste caso, deve-se levar em consideração as condições climáticas, principalmente na Zona da Mata costeira e a maior proximidade do Nordeste em relação ao mercado europeu.

Judas Tadeu de Medeiros Costa, biólogo, MSc, diretor-presidente da Tropiflora.

Problemas para as tulipas

MICHAEL GRIFFIN*

A eficiência holandesa na floricultura é mundialmente reconhecida. O fato de que os produtores tradicionais daquele país vêm sendo ultrapassados pelos de regiões bem mais atrasadas, em razão de interesses comerciais, ou estritamente políticos, é bem menos conhecido.

A Holanda celebra o 400º aniversário do nascimento de sua indústria de tulipas, enquanto o poderoso setor comercial de flores se vê cada vez mais ameaçado pelos plantadores dos países em desenvolvimento.

Os holandeses, contudo, continuam reinando. A cada dia, 10 mil caminhões transportam cerca de 20 milhões de flores recém-cortadas aos armazéns do famoso mercado de Aalsmeer, uma cidade em miniatura do tamanho de 110 campos de futebol, nos arredores de Amsterdã. Os relógios digitais, que dominam as cinco grandes salas de leilões e as telas com informações pontuais sobre as espécies, suas qualidades e origem, são o símbolo do domínio holandês de uma atividade que move, segundo cifras conservadoras, ao redor de US$35 bilhões/ano. Como o valor de uma rosa se mede em dias, bastam sete segundos para vender um lote de milhares delas.

Outro motivo do domínio da Holanda no comércio de flores decorativas é a sofisticação de seu sistema de distribuição. Após 24 horas do corte de uma rosa Rift Valley ou de uma orquídea do Sri Lanka, a flor poderá estar em qualquer dos 100 mil pontos-de-venda da Europa, ou ser transportada em avião até Buenos Aires ou Kioto, com um custo adicional por ramo insignificante. Cada etapa da viagem de uma rosa, desde o campo até o florista, é planejada com meticulosidade, para evitar sua deterioração e conseguir que a flor apresente, diante do consumidor, todo o esplendor de sua beleza.

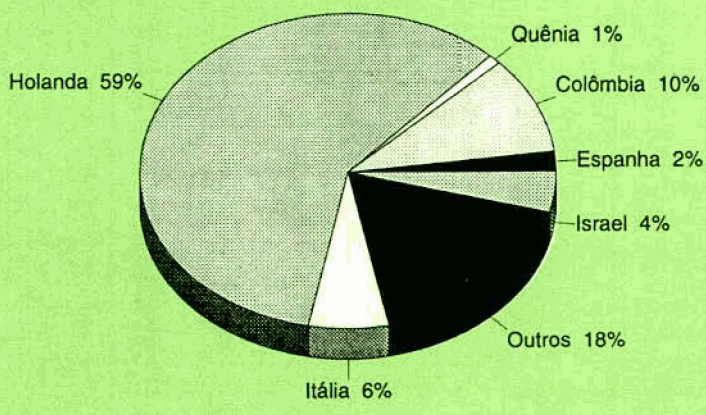
É preciso mudar

No entanto, no limiar do século XXI, a indústria de flores decorativas está-se vendo obrigada a se ajustar à crescente competição de preços dos produtores da África e da América Latina. A produção de flores se converteu em um sucesso nos países da África subsaariana, com Quênia e Zimbábue à testa de um grupo de agricultores desejosos de trocar sua dependência dos cereais e do fumo pelos campos verdes da floricultura.

Por outro lado, a partir da América Latina, as incursões colombianas ao mercado europeu têm aumentado enormemente, desde a decisão da União Européia, tomada em 1993, de suspender a tarifa aduaneira de 16% das sobrequotas de importação, com a finalidade de promover, entre os agricultores colombianos a substituição do cultivo de coca pelo de rosas e cravos. Aalsmeer, o principal pregão de flores, dos sete existentes na Holanda, registrou um aumento de 82,5% nas importações de rosas, enquanto no pregão de BHV a afluência de flores estrangeiras fez diminuir em 40% o preço das rosas durante a temporada de inverno.

Os salários baixos, o custo zero de calefação e a falta de re-

Percentagem das exportações mundiais de flores cortadas — 1993



* O autor é inglês e especialista em temas ligados ao desenvolvimento. Artigo publicado em *Ceres — Revista de la FAO*, 27(3), maio/jun. 1995. Trad. de Fernando Roberto de Freitas Almeida.

gulamentação sobre praguicidas e fertilizantes contribuem para o aumento da produção fora do território tradicional holandês. A tendência, contudo, também é determinada pelo mercado, já que os dias de venda máxima — Natal e dia de São Valentino[1] têm lugar quando a produção européia está baixa e o custo correspondente por unidade é maior. "O que acontecera", prediz Margarette Worsfold, editora do influente *Flower Trade Journal*, "é que os holandeses trarão mais flores do Quênia, da Colômbia e de outros países produtores, para compensar a escassez de seus pregões."

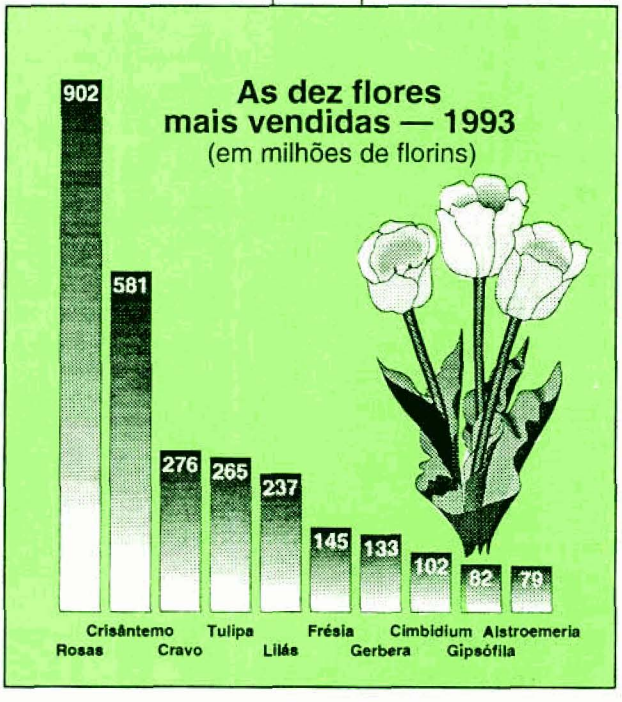
Uma de cada oito rosas que são vendidas atualmente na Europa cresceu na África, América Latina ou Israel, uma proporção que seguramente aumentará, quando os novos produtores diversificarem o cultivo das quatro espécies principais: o cravo tradicional, o cravo *spray*, o crisântemo e a rosa, que compõem cerca de 80% das importações atuais. Para os vendedores holandeses, que controlam 59% do comércio mundial, é favorável esta tendência, já que é uma oportunidade para ampliar seu mercado de flores a preços muito mais competitivos, ao mesmo tempo que conservam e até mesmo aumentam seus ganhos. Sem dúvida, os 11 mil produtores holandeses que originalmente criaram os pregões, como cooperativas de trabalhadores, vêem-se cada vez mais como claros perdedores e estão resignados a ficar sem o comércio da rosa e do cravo, equivalente a 42% do volume total anual de Aalsmeer.

Dez mil caminhões transportam diariamente para os armazéns de Aalsmeer, Holanda, cerca de 20 milhões de flores recém-cortadas.

Nichos de mercado

"Creio que os produtores holandeses sempre encontrarão variedades e nichos de mercado", afirma Njek Van Rest, diretor-gerente do Conselho de Flores da Holanda, o braço de promoção da indústria. "Rosas e cravos, sobretudo, serão cultivados por outros países, mas novas variedades continuarão sendo desenvolvidas e cultivadas na Holanda."

[1] N. do T.: Dia dos namorados.



Ainda que as cifras não sejam tão espetaculares como nos anos 80, Aalsmeer obteve interessantes 4,8% de lucros no primeiro semestre de 1994, incorporando 2,7% de aumento na Alemanha, o maior mercado da Holanda, e crescimento significativo na Europa Oriental e no Japão.

O Conselho de Flores prevê que a demanda mundial de flores cortadas aumentará cerca de 14% em 1997, número que poderia ser muito maior, se se chegasse a aplicar em sua totalidade os termos do Gatt, que têm importância especial para os mercados protegidos de flores dos EUA e do Japão. Este incentivo é só o que falta aos produtores distantes para pararem de cultivar flores como um recurso marginal de exportação e passarem a um cultivo genuíno, de segunda geração, como ocorre na Colômbia, cujo acesso ao mercado estadunidense converteu as rosas e os cravos em uma indústria florescente, que move aproximadamente US$400 milhões anuais e é o terceiro produto de exportação, depois do café e da banana.

No entanto, o mercado das flores também corre o perigo de saturação, se o Banco Mundial e os governos buscarem diversificar as economias decadentes, de modo a tirá-las de sua dependência de algumas plantas ou bebidas. No continente africano, Zimbábue, Costa do Marfim, Egito, Marrocos, Uganda, Zâmbia e África do Sul estão tentando entrar, ou já entraram, em um mercado no qual o Quênia foi pioneiro, há 30 anos. Tentativas similares ocorrem em países de outros continentes.

As flores, ao contrário do café e dos tecidos, não podem ser armazenadas, enquanto se recupera o preço no mercado internacional, e a competitividade não é dada tanto pela qualidade da flor, como pela capacidade de transporte aéreo e a segurança da refrigeração. Segundo Worsfold, "já não basta cultivar cravos ou rosas, ou alguma das quatro grandes espécies, porque há bastante deles na Europa. É preciso buscar algo que se

possa cultivar melhor do que em outras partes; é preciso fixar-se nos gostos do consumidor."

O valor agregado da apresentação

Como diz o ditado, "uma rosa é uma rosa", mas a apresentação é o que conta, independentemente das vantagens comparativas do clima, do terreno e dos custos trabalhistas. A imagem criativa é o equivalente nas flores do valor agregado pelo processamento em outros produtos. Além disso, dada a curta vida da planta, os vendedores estão cada vez mais relutantes em participar da embalagem, que soma tempo e dinheiro à já por si só longa viagem desde a zona de cultivo.

No curto prazo, os mais prováveis ganhadores com esta situação serão os países mais desenvolvidos, como Israel, Colômbia, Turquia, Marrocos e África do Sul, cujas indústrias de papel e de plástico são suficientemente sofisticadas para atenderem a crescentes pressões de legislações ambientais. Apesar da percentagem relativamente pequena que tem do mercado europeu, Marrocos fez grandes investimentos em sistemas de *acquapack*, ou sistema de empacotamento com regadura, que aumenta a vida das flores durante o vôo e reduz a manipulação. O *acquapack*, porém, é de propileno e descartável, o que está fora do alcance dos pequenos produtores. Israel, do mesmo modo, comercializa uma rosa para o dia dos namorados em um frasco de cristal com água tratada previamente, por US$7,50.

A nova legislação européia, no entanto, torna os importadores de flores responsáveis por todos os descartes e pela reciclagem da embalagem utilizada em seus produtos. Assim, enquanto o mercado europeu está aumentando, o número dos produtores capazes de se acomodarem a suas condições específicas está provavelmente diminuindo, pelo menos nos países em desenvolvimento.

O maior potencial para o crescimento encontra-se na transformação dos mercados moribundos "de ocasião", como o do Reino Unido, que tem um consumo anual de flores de 19 libras esterlinas por habitante, em nações de compradores como os alemães, que gastam mais de 30 libras esterlinas *per capita*. As chaves para tanto são um consumidor que entenda da qualidade das flores e um maior número de pontos-de-venda. A compra de flores nunca foi promovida a sério no Reino Unido, nem nos EUA, mas isto pode estar a ponto de mudar, devido às grandes cadeias de supermercados, que sentiram as possibilidades dessa demanda e começam a competir com a tradicional vendedora de flores da esquina. Apresentando ao comprador variedades mais exóticas e com estratégias de mercado, estão a meio caminho de conseguir que o tradicional ramo de rosas seja mais um artigo das listas de compras no supermercado, como são o vinho, a verdura fora da estação ou a comida estrangeira. Os supermercados têm os recursos e os pontos-de-venda necessários para fazer crescer um mercado relativamente não-desenvolvido, como o do Reino Unido.e estabelecer suas próprias *joint ventures* com plantações de flores do Terceiro Mundo, ameaçando potencialmente a primazia holandesa no setor.

A cadeia Marks and Spencer, por exemplo, já se abastece majoritariamente de flores espanholas, sem ter que passar pelo sistema de pregões de Aalsmeer e sua comissão. O diretor de Aalsmeer, Andre Mulder, contudo, está convencido de que continuará existindo a necessidade comercial de uma entidade que mantenha em ordem a situação e está mais preocupado com o aumento do total das transações que estão tendo lugar. No nível atual de crescimento, segundo ele, será impossível controlar o comércio em uma década. Com o intento de reduzir o congestionamento, o pregão introduziu há um ano um sistema de venda baseado em um vídeo para as plantas conservadas, permitindo que os plantadores enviem apenas uma amostra e que a maior parte seja inspecionada eletronicamente pelos compradores.

No entanto, este sistema nunca funcionará para as flores frescas, pela mesma razão pela qual as rosas serão sempre comercializadas sobre a terra e não em um mercado de futuros, apesar do volume das transações.

"A flor é um produto perecível, e se alguém quer fazer negócios corretamente, tem que tocá-la, vê-la e cheirá-la", conforme Mulder.

Hillegon, Holanda: Os amantes das flores podem respirar tranqüilos. Apesar das inundações na Holanda, a colheita de tulipas está sã e salva. "Quase 1% de nossa produção de tulipas se encontra fora da zona inundada", afirmou Bert Nollen, diretor de comercialização do Centro Internacional de Flores. A tulipa, símbolo dos Países Baixos, é cultivada no noroeste do país, a cerca de 160km das áreas inundadas de Gelderland e Limburg. Os Países Baixos produzem mais de 70% das tulipas do mundo (mais de 3 bilhões) e exportam para 80 países.

Flores: o difícil negócio da beleza

MICHAEL GRIFFIN*

Seis anos depois que a Holanda anunciou uma limpeza de sua indústria de flores, incluindo a proibição total do emprego de cerca de 300 praguicidas, os produtores holandeses estão perto de conseguir que seu processo produtivo seja quase perfeito, sem contaminação.

A velocidade com que os produtores holandeses de flores se ajustaram à nova legislação deve ser contabilizada como um dos êxitos ambientalistas mais destacados da década. Até 1989, os 11 mil cultivadores do país tinham motivos para ser felizes: metade do comércio mundial de flores estava em suas mãos e o governo os apoiava totalmente, fazendo vista grossa quando eram acusados de contaminadores, como na ocasião em que o mercúrio afetou o leite local, ou quando foi demonstrado que os desinfetantes que utilizavam eram cancerígenos.

Na década de 70, a contaminação era tão alta que os holandeses tiveram de parar de consumir a água de seus rios, abastecendo-se das águas purificadas do rio Reno.

A produção de beleza em larga escala pode ser um negócio "sujo", e as plantações holandesas não constituíam exceção. Ano após ano, milhares de capulhos e flores eram cultivados nos mesmos lugares, atraindo grande número de parasitas do solo e de fungos, todos requerendo esterilização regular, antes que se pudessem voltar a plantar. A cada mês de agosto, eram jogadas ao solo centenas de toneladas de dicloropropano e metassódio como desinfetantes, o que eliminava não só as pragas, mas também qualquer outra atividade dos solos.

Após a abertura dos capulhos, borrifava-se a planta com praguicidas uma vez por semana e grande parte do produto químico ia parar numa drenagem ou no solo. Só o cultivo do jacinto requeria 362kg/ha de inseticida, segundo dados da Federação do Ambiente do Sul da Holanda, o que os tornava mais tóxicos do que a beladona. Em fins dos anos 70, os níveis de contaminação eram tão altos, que os holandeses tiveram de parar de consumir a água de seus rios, abastecendo-se das águas purificadas do rio Reno.

Devido à pressão dos ecologistas da Alemanha, o seu maior mercado, o governo holandês viu-se finalmente forçado a empreender medidas duras. Anunciou, assim, em 1989, uma série de reformas de longo alcance, entre as quais se incluía a proibição total da aplicação de praguicidas na terra ou nas águas subterrâneas, até o fim do século. Entre outras medidas obrigatórias, estava a substituição da desinfestação química do solo pelo escaldamento a vapor e a redução de 50% na quantidade de energia utilizada para o cultivo de flores em estufa.

Uma mudança radical

"Presenciamos uma enorme mudança nos métodos de produção nos últimos dois anos", afirmou Nick Van Rest, do Conselho de Flores da Holanda, "já que 60% das flores de corte são cultivadas hoje em ambientes totalmente fechados, de maneira que não entra no terreno nenhum tipo de praguicida ou fertilizante. As novas variedades de plantas e flores são mais resistentes às enfermidades e, portanto, já não necessitamos de tantos produtos químicos. Além disso, há formas biológicas de luta contra as enfermidades e os insetos."

Terra Nigra, situada junto ao mercado de Aalsmeer, é uma das plantações típicas que nascem à sombra da nova legislação: três hectares cobertos que abrigam a produção de flores e as novas espécies de rosas e de gérberas. Realizou a transição do método antigo ao moderno em duas fases: substituindo a terra por lã de rocha[1] no primeiro ano e instalando a tecnologia de reciclagem no segundo.

Todas as plantas crescem agora em lã de rocha e recebem individualmente água, nutrientes e praguicidas através de um sistema fechado de tubos e canais, que reciclam de forma constante a água não utilizada, ou cerca de 30% do líquido não consumido pelas plantas. Johan Berk, gerente de vendas da Terra Nigra, ficou agradavelmente surpreendido pelos resultados.

Sem dúvida, nem todos os plantadores puderam pagar os dólares exigidos pela nova legislação, sobretu-

* O autor é inglês e especialista em temas ligados ao desenvolvimento. Artigo publicado em *Ceres — Revista de la FAO, 27*(3) maio/jun. 1995. Trad. de Fernando Roberto de Freitas Almeida.

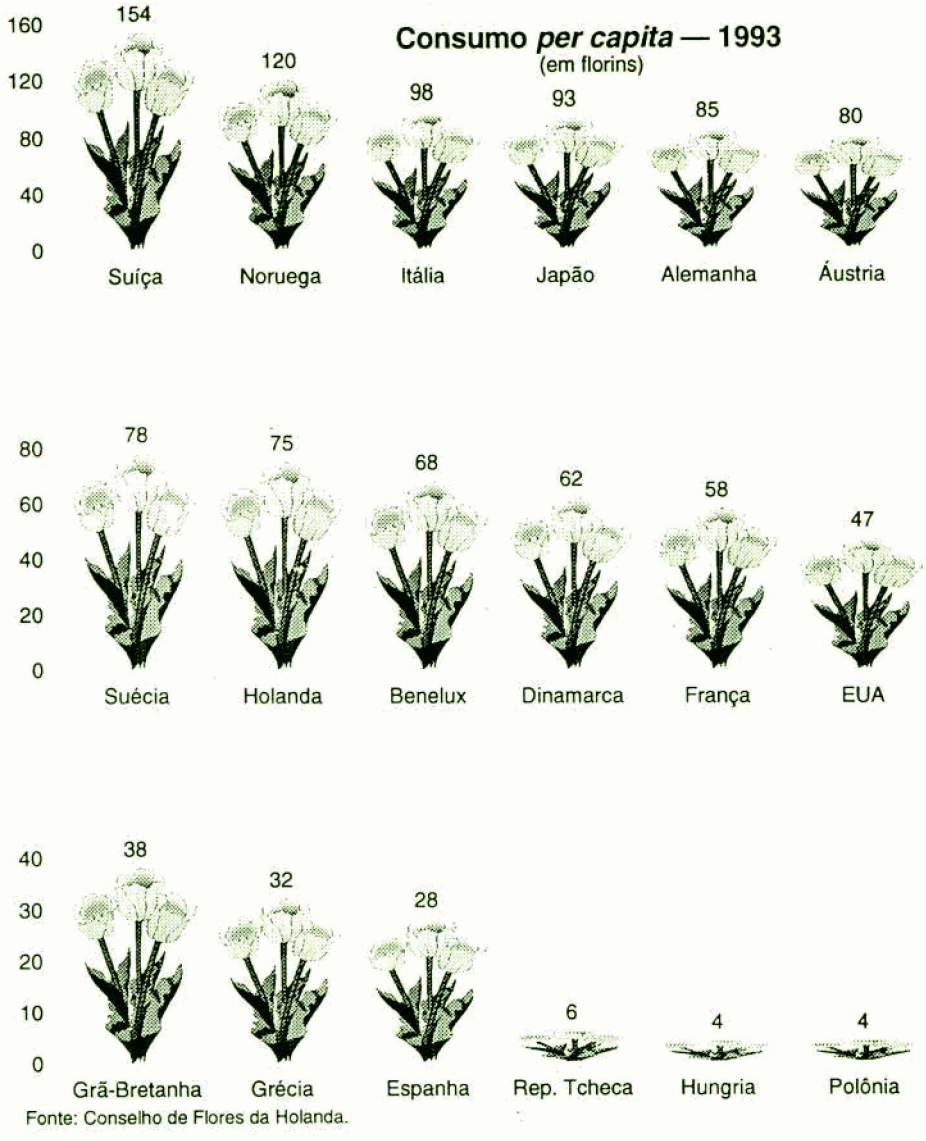
[1] N. do T.: Material inerte, à base de pedras, usado em hipotonia.

do com os preços de venda já tão baixos, como conseqüência da competição da África e da América Latina. Para os que puderam, o sistema fechado de cultivo oferece uma arma valiosa na batalha contra as importações, um aumento de rendimento de 200 a 600 plantas por metro quadrado a cada ano.

Para empresas como a Terra Nigra, sem dúvida o futuro não está nas flores de corte, mas nas variedades. Seus 2ha permitem-lhe viver folgadamente, mas patentear um novo tipo de rosa ou gérbera é como conseguir um sucesso musical: gera receitas durante anos, talvez até décadas. Os compradores da nova tecnologia devem pagar direitos aos fitomelhoradores por corte e podem ver-se obrigados a paralisar suas operações, se não o fizerem.

O pagamento de *royalties* da Tineke, uma rosa branca desenvolvida em fins dos anos 80, financia agora todo o programa de pesquisa e desenvolvimento de Terra Nigra. "A Tineke é a nossa vaca leiteira", afirma orgulhoso Berk, "vendeu maravilhosamente."

Podem passar anos até se obter uma variedade de flor, cruzando e comparando diversas gerações de plantas de sementes, até identificar duas ou três apropriadas. Uma vez conseguida a variedade, porém, seu impacto no mercado pode ser meteórico. Também significava, antes que se impusessem as novas regras ambientais no país, um aumento da contaminação. Só o germini, um primo genético das gérberas comuns, requeria a aplicação de 362kg de pesticidas por hectare, segundo dados da Federação do Ambiente do Sul da Holanda.



Fonte: Conselho de Flores da Holanda.

O Programa Frupex e a floricultura

ALFREDO HENRIQUE MAGER*

Para o desenvolvimento da floricultura brasileira, foi criado um programa governamental específico, que tem incentivado a formação de comitês nos estados e em breve lançará manuais técnicos e vídeos para a orientação dos produtores.

Tendo como pressuposto as inegáveis vantagens comparativas que o país apresenta para a produção de frutas, hortaliças e flores de qualidade e o sucesso obtido pelo Chile com as exportações agrícolas, o Ministério da Agricultura lançou, em 1993, um programa voltado para a ampliação da exportação desses produtos. Calcado em grande parte na experiência de fruticultura irrigada da região Nordeste, o programa propõe um conjunto de ações que visam resolver os principais pontos de estrangulamento que têm impedido um melhor desempenho das exportações brasileiras.

O Sítio Burle Marx, hoje uma fundação, conserva uma das maiores coleções mundiais de plantas da família das aráceas.

Ao longo desses anos, foram desenvolvidas principalmente ações no campo da informação técnica, com a produção de manuais sobre produção, colheita, pós-colheita e fitossanidade de culturas selecionadas e manual de exportação. Também foram realizados palestras, seminários e eventos motivadores e organizadas missões empresariais e feiras.

Entre os setores abrangidos pelo programa, o de produção de flores e plantas ornamentais tem-se destacado como um dos mais dinâmicos. Segundo dados da Associação Central de Produtores de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo (ACPF), o mercado de flores gira atualmente um montante de US$800 milhões. Tendo em vista a importância da floricultura, a Coordenação Nacional do Frupex tem desenvolvido ações específicas para o setor. Atualmente, estão em fase de edição manuais técnicos e vídeos sobre as culturas de rosas, crisântemos e helicônias. Com a finalidade de implementar o programa, a Coordenação Nacional tem incentivado a criação de comitês estaduais, com a missão de congregar as entidades públicas e privadas e adequar o programa às particularidades de cada estado. Os comitês do Rio Grande do Sul e do Rio de Janeiro têm desenvolvido ações voltadas para o setor de produção de flores e plantas ornamentais.

Floricultura no Rio de Janeiro

O estado do Rio de Janeiro apresenta características bem peculiares, destacando-se as diferenças climáticas, o relevo montanhoso, a densidade populacional e uma estrutura fundiária composta de pequenas e médias propriedades. Observa-se, também, que o processo de desenvolvimento econômico estadual gerou um forte desequilíbrio ente a região metropolitana e as regiões do interior. Dentro de uma perspectiva de revitalização do setor agrícola fluminense, a floricultura é uma atividade que deve ser incentivada, pois proporciona altos rendimentos, necessitando, porém, de muita mão-de-obra e tecnologia (ver *Agroanalysis*, *15* (7), jul. 1995).

A floricultura é uma atividade tradicional no estado, tendo firmas produtoras que atuam no mercado há cerca de 30 anos. Existem duas principais zonas de produção, que se diferenciam pelas condições edafoclimáticas. Uma, localizada no município do Rio de Janeiro, caracteriza-se pela produção de espécies tropicais e abrange as localidades de Guaratiba, Jacarepaguá e Campo Grande. Guaratiba e Jacarepaguá destacam-se pela produção de plantas ornamentais e flores envasadas, predominando o cultivo de palmeiras, dracenas e aráceas. A produção dessas localidades é geralmente vendida na propriedade e no comércio varejista. Observa-se também uma forte articulação com o mercado de paisagismo, e alguns produtores se dedicam a esta atividade. O núcleo de Guaratiba cresceu a partir da experiência desenvolvida pelo artista plástico e paisagista Burle Marx. O Sítio Burle Marx, hoje uma fundação, conserva uma das maiores coleções mundiais de plantas da família das aráceas. Na localidade de Campo Grande, encontram-se produtores que cultivam flores tropicais (helicônias, orquídeas, antúrios e alpíneas) de corte e em vaso. A produção é comercializada no mercado atacadista estadual e na Ceasa de Campinas, São Paulo.

* Engenheiro-agrônomo do Ministério da Agricultura e Reforma Agrária.

A outra zona de produção se situa na região serrana, onde são produzidas espécies subtropicais e de clima temperado. Compreende os municípios de Petropólis, Teresópolis, Friburgo, Sumidouro e Bom Jardim. Petrópolis e Teresópolis concentram a produção de plantas ornamentais e flores envasadas, sobretudo orquídeas e bromélias. Ali estão instaladas empresas tradicionais do setor, como o Orquidário Binot, a Florália e a Aranda. A comercialização é feita na propriedade e no mercado atacadista do Rio de Janeiro. Algumas firmas se dedicam à exportação, principalmente de orquídeas. Na região de Friburgo, Sumidouro e Bom Jardim, localizam-se os produtores de flores de corte, destacando-se a produção de crisântemos e gladíolos. A produção é vendida no mercado atacadista estadual.

A Central de Abastecimento do Estado da Guanabara (Cadeg) foi criada na década de 60, por comerciantes do antigo mercado da Praça XV de Novembro, para a comercialização no atacado de produtos hortifrutigranjeiros. A comercialização de flores era realizada no Campo de São Cristóvão, só se transferindo para a Cadeg na década seguinte. Atualmente, é o principal pólo atacadista de flores do estado do Rio de Janeiro, para onde convergem floristas, decoradores e habituais compradores. A comercialização acontece de segunda a sábado, no horário de 5 às 10 horas da manhã, num espaço ao ar livre, situado no fundo do mercado. São cerca de 70 produtores, na sua maioria do estado do Rio de Janeiro, provenientes da região serrana e de Campo Grande. Alguns são intermediários que comercializam a produção oriunda da região de Holambra, São Paulo e rosas produzidas em Barbacena, Minas Gerais. A época mais forte de comercialização acontece nos meses de comemorações, como maio, setembro e dezembro. Estima-se que circulem no mercado, mensalmente, algo em torno de R$1,5 milhão a R$2 milhões.

O Rio de Janeiro possui duas importantes regiões produtoras, que se diferenciam pelas condições edafoclimáticas: a região serrana e o próprio município.

O Rio de Janeiro possui um forte mercado varejista, que tem crescido rapidamente nos últimos anos. A comercialização é realizada por uma enorme rede de floriculturas, quiosques, supermercados e feiras.

Atividades do Frupex e do setor de floricultura

No Rio de Janeiro, o Comitê Estadual do Frupex é coordenado pela Delegacia Federal de Agricultura (DFARA-RJ). Devido à dificuldade de reunir as diversas instituições participantes, e também à amplitude dos temas tratados pelo programa, a Coordenação Estadual tem trabalhado setorialmente e a partir da demanda dos próprios setores.

Visando a organização e o fortalecimento das entidades representativas do setor de floricultura estadual, o comitê tem apoiado as atividades desenvolvidas pela Associação de Floricultores do Rio de Janeiro (Aflorerj). Este ano, foi realizado um seminário em promoção conjunta, onde houve a participação da ACPF, tendo sido apresentado o trabalho que essa entidade vem desenvolvendo em São Paulo. Neste seminário, foram discutidos aspectos relacionados com o mercado de flores, evidenciando-se o seu potencial de crescimento e a necessidade de melhoria da qualidade do produto brasileiro, a fim de que o mesmo não perca espaço no mercado interno. Em vista disso, a ACPF delineou o Projeto Anhangüera, em que se destaca o Projeto de Criação de Pólos de Distribuição, com a meta de abrir 25 terminais atacadistas no território nacional, envolvendo distribuidores, produtores, lojistas e profissionais do setor. Como desdobramento do seminário, prevê-se uma articulação mais estreita entre as duas unidades, com o objetivo de melhorar a qualidade da produção e da comercialização no estado do Rio de Janeiro.

A DFARA-RJ estabeleceu também um convênio com o Jardim Botânico do Rio de Janeiro, visando a conservação e o fomento à produção de plantas raras nativas do estado. Numa fase inicial, tem-se trabalhado com espécies de cactáceas epífitas, conhecidas popularmente como flor-de-maio e flor-de-outubro. O objetivo do convênio é incentivar a produção sustentável de plantas nativas, evitando a depredação desse valioso patrimônio genético.

Paralelamente, o Comitê tem realizado gestões junto à Secretaria de Agricultura do estado, no sentido de que seja dada a devida importância ao setor, que tem sido totalmente esquecido na formulação de políticas agrícolas. No programa agrícola do atual governo, está previsto um programa específico de apoio à floricultura na região serrana. Entre as medidas que têm sido discutidas no Comitê, como prioritárias para o estabelecimento de uma política para o setor, destacam-se a necessidade de uma atuação mais efetiva do serviço de extensão rural na assistência técnica aos produtores e o desenvolvimento de linhas de pesquisa agronômica para a floricultura. Faz-se necessário, também, um diagnóstico da floricultura, que englobe uma análise dos diferentes segmentos atuantes na parte da produção, do mercado varejista e atacadista e no segmento de paisagismo, o que seria de fundamental importância para orientar qualquer ação planejada para o setor.

Como funciona o relógio no Veiling

AUGUSTO YASUO AKI*

A idéia de um painel em forma de relógio para comandar o pregão em um sistema Veiling *foi resultado de uma evolução de pelo menos 50 anos.*

Um dos segredos do sucesso do sistema de comercialização adotado em Holambra é a centralização da oferta e da demanda no leilão holandês — *Veiling*. Assim, os produtores organizam-se para criar um fluxo regular de mercadorias inteiramente produzidas e preparadas no próprio sítio. Além disso, esses fornecedores têm a obrigação de entregar toda a sua produção à cooperativa.

Para normatizar a oferta, é utilizado um regimento de padronização e qualidade, o que resulta em um sistema extremamente operacional para viabilizar o escoamento dos volumes envolvidos.

Todo dia, entre 14 e 22 horas, o produtor envia seus produtos ao Veiling, pessoalmente ou através de fretistas, acompanhado de uma boleta que indica o que está sendo enviado, quem produziu e o número da conta corrente para crédito.

A mercadoria é conferida e a classificação de qualidade é ratificada. Esses produtos são encaminhados ao setor de exposição e a boleta é enviada ao faturamento. Ao final da recepção, é feito o agrupamento dos produtos que foram chegando de forma aleatória ao longo da tarde. Formam filas por espécies e por qualidade. A boleta enviada ao setor de faturamento é digitada e cria um banco de dados no sistema.

No dia seguinte, o conjunto dos clientes já cadastrados visita a área de exposição e avalia as condições dos produtos, selecionando eventualmente os lotes que lhe interessam. As 7,30 horas, inicia-se o pregão, com o "veiloeiro" chamando os dados do lote, no painel à frente das mesas dos computadores. Esse painel tem o formato de um relógio, onde se destacam *displays* informativos no centro e uma seqüência de números em sua esfera (de 1 a 100).

Os compradores analisam o movimento do ponteiro e acionam em sua mesa um botão que o interrompe no ponto em que o preço lhes agrade.

Na frente da tribuna, há quadros que indicam a oferta total dos principais produtos para aquele dia, o preço mínimo de cada produto e um resumo das negociações do pregão anterior. A preocupação é fornecer ao comprador informações suficientes para que haja uma boa formação de preços. Também à frente das mesas dos computadores há um corredor por onde os produtos são apresentados fisicamente, lote a lote, sendo a seguir transferidos de sua área original na exposição para a área de distribuição.

Dentro desse universo, o "veiloeiro" inicia o pregão movimentando o ponteiro do relógio até um valor acima daquele do mercado para o produto em questão. Liberado, o ponteiro passa a circular em sentido anti-horário, simbolizando decréscimo do preço.

Nos *displays* internos do relógio são indicados inicialmente o número do lote e a quantidade de produtos. O "veiloeiro" anuncia o nome do produtor e a qualidade é indicada no próprio carrinho que transporta o produto. Dentro desse universo, o "veiloeiro" inicia o pregão, movimentando o ponteiro do relógio até um valor acima daquele de mercado para o produto em questão. A partir daí, o ponteiro é liberado e começa a circular no sentido anti-horário, simbolizando decréscimo de preço.

Os compradores analisam aquela movimentação e acionam em sua mesa um botão que pára o ponteiro assim que o preço lhes agrade. Existe um preço mínimo, abaixo do qual o produto não é vendido, sendo então destruído. Em um mercado de produtos perecí-

* Gerente de *marketing* da Veiling Holambra.

veis, é muito importante que o comprador tenha confiança no bom estado do que lhe está sendo oferecido.

Da mesma forma que a variação decrescente de preços é um fator do comprador, os lotes são fechados sempre no primeiro lance, o que o pressiona a fechar a transação antes de seus concorrentes. Dado o número de compradores disputando o lote, pode-se dizer que é impossível a formação de cartéis para manipular preços. O sistema é totalmente informatizado, e permite a emissão imediata de uma boleta confirmando o negócio assim que o carrinho de flores sai da tribuna, indicando quem o comprou e qual foi o preço pago. Alimenta ainda o sistema de faturamento, contas a receber e todos os relatórios estatísticos necessários para que produtores e clientes possam tomar decisões (preços médios, quantidades, vendas por cliente e região etc.).

O pregão dura cerca de três horas e são feitas aproximadamente 1.500 transações, trabalhando em média a 15 vendas por minuto.

O *Veiling* evoluiu muito a serviço de seus clientes. Em uma área de 22.000 m^2, tem-se todo o processo operacional, além de escritórios para atacadistas, setor de guarda-volumes, câmara fria, estacionamento, lanchonete e estrutura de apoio para os negócios do cliente. É muito importante trazer a base de compras do cliente para dentro do *Veiling*, de modo a conseguir maior integração de informações e, também por esse motivo, melhor formação de preços.

O Veiling se originou na Holanda, cerca de 1880, e era inteiramente verbal. Só mais tarde criou-se a modalidade que utiliza o relógio de ponteiro, vindo a seguir um relógio digital. Hoje o relógio é apenas projetado à frente da tribuna.

Real importância do relógio no processo do pregão

O processo por venda em preços decrescentes nasceu na Holanda por volta de 1880. Inicialmente, era feito de maneira verbal. Foi criada, mais tarde, a opção de um relógio com ponteiro (como usado hoje na Holambra), e depois de um relógio digital. Atualmente existe uma modalidade de *Veiling* em que o relógio não é visto fisicamente, mas apenas projetado à frente da tribuna.

De qualquer maneira, a função do relógio atende principalmente a algumas exigências, tais como:

a) Transparência na formação de preço: oferta e demanda são encontrados no mesmo local e no mesmo momento. Se houver excesso de oferta, ocorrerão produtos descartados que serão destruídos. Se houver excesso de demanda, ocorrerão disputas pelo produto e elevação de preços.

Todos os produtores podem oferecer seus produtos a todos os atacadistas que, além de terem acesso à opção de compra, ficam sabendo por quanto foi realizado o negócio, caso outra pessoa feche a transação.

b) Agilidade para o processo comercial e geração de estatísticas para tomada de decisões. Caminhando a 15 vendas por minuto, a distribuição total do produto foi encurtada entre um e cinco dias. Em um mercado de produtos perecíveis, isso significa ganhos inimagináveis. O fato de encontrar o que precisa no mesmo lugar em que oferece seu produto deixa também mais tempo para o atacadista dedicar-se ao mercado.

c) Garantia de preço de mercado ao produto a cada negociação. Tanto compradores como produtores têm segurança de que as negociações realizadas são as melhores para aquele momento. Adicionalmente, os preços praticados na tribuna se transformam depois em referenciais para o mercado.

d) Ambiente que premia a qualidade e incentiva o produtor a melhorias constantes. Por ter seu nome anunciado individualmente, o produtor acaba formando seu próprio mercado dentro da tribuna, assim como o fato de os demais produtores daquela espécie serem apresentados conjuntamente favorece a comparação e a identificação de vantagens a explorar.

Talvez o grande obstáculo do sistema seja exatamente o seu ponto mais forte: a automatização do processo. Clientes e fornecedores criam um modo eficiente de realizar suas trocas, mas deixam de lado o contato direto para troca de informações e formação de parcerias, que é essencial para a integração da cadeia e traz outros ganhos nas áreas de produtividade e agressividade de mercado.

Para tanto, o *Veiling* tem uma área de *marketing* que atua na órbita do pregão, mais voltado para o sucesso do negócio do atacadista e para o que está pensando o cliente do atacadista. A composição dos recursos de *hardware/software*, da filosofia do sistema *Veiling* e do poder de análise global do negócio é o que torna a "máquina" eficiente e sustenta um crescimento da ordem de 20% ao ano, nesta década de 90.

BRASIL: A RETOMADA DO DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO

- A ECONOMIA LATINO-AMERICANA PÓS-CRISE MEXICANA
  Sebastian Edwards
- O ESTADO E O SETOR PRIVADO NO BRASIL
  Geoffrey Shepherd e Paul Holden
- PRIVATIZAÇÃO E DESREGULAMENTAÇÃO: A EXPERIÊNCIA INTERNACIONAL
  Hernán Büchi
- O BRASIL E A CRISE MEXICANA
  Carlos Geraldo Langoni
- O MILAGRE ASIÁTICO
  John Page
- CUSTOS DE TRANSAÇÕES NO BRASIL
  Omar Carneiro da Cunha
- POLÍTICAS DE ESTABILIZAÇÃO E LIBERALIZAÇÃO EM ECONOMIAS SEMI-ABERTAS
  Robert Mundell
- INTERMEDIAÇÃO FINANCEIRA E INFLAÇÃO: O CASO BRASILEIRO
  Valeriano Garcia

Mais um lançamento da série que vem sendo publicada pelo Comitê de Cooperação Empresarial e pelo Centro de Economia Mundial da Fundação Getulio Vargas, reunindo artigos de personalidades do meio acadêmico, político e empresarial.



Publicações anteriores

- **BRASIL: O DESAFIO DA ABERTURA ECONÔMICA**
- **OS NOVOS BLOCOS ECONÔMICOS: DESAFIOS E OPORTUNIDADES**
- **A ECONOMIA MUNDIAL EM TRANSFORMAÇÃO**

INFORMAÇÕES

Editora da Fundação Getulio Vargas
Praia de Botafogo 190 - 6º andar
22253-900 - Rio de Janeiro/R.J.
(021) 551-0698 e 536-9196
Fax: (021) 551-7801 e 551-5755

Exportações brasileiras continuam recordes

Em 1995, o Brasil deverá exportar cerca de 500 mil toneladas de carne congelada de frango, estabelecendo um novo recorde no comércio. As vendas de partes de aves continuarão a ser o grande filão da indústria.

O segmento exportador de carne avícola no Brasil tem conseguido manter um desempenho invejável, sobretudo se levadas em consideração as turbulências e dificuldades pelas quais este comércio tem passado. Em 1994, as exportações atingiram novo recorde, da ordem de 481 mil toneladas.

A maior dificuldade enfrentada tradicionalmente pelo setor sem dúvida diz respeito à concorrência do produto subsidiado oriundo de países como a França e os EUA. Para combatê-la, o Brasil conta com três aliados.

O primeiro são as restrições ambientais que diversos países do chamado Primeiro Mundo têm aplicado a processos produtivos dos mais diversos bens. Como, no Brasil, tais restrições — quando existem — são muito mais brandas, isto automaticamente implica menor preço final para nossos produtos e, em conseqüência, maior competitividade no mercado mundial.

O segundo aliado é a exploração, por parte da indústria avícola brasileira, de novos nichos de mercado nos países adquirentes. Neste caso, ao se buscar o atendimento de necessidades específicas dos consumidores estrangeiros, abrem-se novas oportunidades de vendas, especificamente de produtos de maior valor agregado.

O terceiro instrumento são tanto as condições favoráveis de arraçoamento do rebanho — determinadas pela ampla oferta interna do milho e da soja — como também o menor custo da mão-de-obra local.

As dificuldades das exportações brasileiras, porém, não existem somente em nível externo. Dada a ampla aceitação que já caracteriza a carne avícola junto aos consumidores brasileiros, o segmento produtivo não raro se vê envolvido em situações delicadas, quando bruscas oscilações do consumo representam uma ameaça à manutenção do comércio externo.

Exemplo desta situação ocorreu a partir de meados do ano passado, quando a recuperação da renda real dos consumidores brasileiros, determinada pela queda da inflação, levou à rápida expansão da procura da carne avícola. Como as empresas exportadoras também produzem para o mercado interno, isto significou a necessidade de uma abrupta reacomodação ao novo perfil de consumo doméstico. Buscou-se satisfazer esta nova demanda, sem que os compromissos de exportação deixassem de ser atendidos, sendo descartadas as

Brasil — carne de frango
Exportações por empresas — 1994 (em t)

Empresa	Partes	Inteiro	Total
Sadia/Frigobras	37.304,9	102.967,0	140.271,9
Perdigão	56.774,5	56.968,8	113.743,3
Ceval	33.728,7	27.540,8	61.269,5
Frangosul	11.538,3	30.976,5	42.514,8
Chapecó	12.986,6	28.635,5	41.622,1
Agroeliane	19.010,4	—	19.010,4
Minuano	11.529,9	4.131,0	15.660,9
Diplomata	200,0	12.554,0	12.754,0
Avipal	360,0	6.211,2	6.571,2
Big Frango	—	5.144,5	5.144,5
Batavo	4.574,7	69,0	4.643,7
Aurora	2.951,9	1.585,0	4.536,9
Da Granja	3.252,8	1.160,0	4.412,8
Pena Branca	1.816,1	1.580,0	3.396,1
Copacol	2.872,3	—	2.872,3
Osato Ajinomoto	1.981,6	—	1.981,6
Avic	600,0	—	600,0
Itambi	23,0	—	23,0
TOTAL	201.505,7	279.523,3	481.029,0

Fonte: Abef/Anab.

Brasil— carne de frango
Exportações em volume e valor — 1984 a 1995

Ano	Frango inteiro			Frango em partes		
	Volume (t)	Valor (US$ mil)	Preço médio (US$/t)	Volume (t)	Valor (US$ mil)	Preço médio (US$/t)
1984	255.689	225.689	882	31.805	43.478	1.367
1985	236.740	192.504	813	36.720	46.066	1.255
1986	180.724	157.477	871	44.439	63.495	1.429
1987	164.724	144.477	877	50.439	68.495	1.358
1988	164.000	130.000	788	72.000	95.000	1.326
1989	161.071	145.518	903	82.818	117.842	1.422
1990	209.567	191.802	915	89.651	127.963	1.427
1991	203.188	209.652	1.032	118.512	183.206	1.546
1992	232.114	230.006	991	139.606	200.104	1.433
1993	286.904	282.051	983	146.594	196.764	1.342
1994	279.523	279.799	1.001	201.506	308.702	1.532
1995[1]	103.176	119.852	1.162	96.641	171.335	1.773

Fonte: Abef.
[1] Primeiro semestre.

previsões de que o país recorreria, pela primeira vez em sua história, às importações do produto.

Na verdade, na atual conjuntura, a avicultura brasileira de exportação foi salva por um tripé de fatores: a experiência passada, a solidez da estrutura de produção do agronegócio frango e a disponibilidade recorde de milho para a alimentação das aves.

Com relação à experiência passada, o ocorrido no ano de 1986 constitui aprendizado bastante significativo. Naquele período, a explosão do consumo interno causada pelo Plano Cruzado levou o governo a contingenciar as exportações de frango congelado, deixando-se de atender a compromissos de exportação previamente assumidos. As vendas ao exterior daquele ano caíram 17% em relação às de 1985, não só gerando forte frustração por parte dos países adquirentes, como também abrindo um flanco para a entrada dos EUA, cujo programa de incentivo às exportações da carne foi iniciado exatamente ao final de 1985.

Já no que diz respeito à estrutura produtiva, a rápida adequação do segmento de pintos de corte ao novo perfil do consumo, além de refletir a agilidade que atualmente caracteriza o setor, evitou a ocorrência de eventuais problemas de abastecimento, tanto interno quanto externo.

Essa presteza é comprovada por dados pretéritos da ociosidade média na produção de pintos de corte. Em 1993, por exemplo, este indicador atingiu praticamente 7%, chegando a 6,5% no primeiro semestre de 1994. Já no segundo semestre do ano passado (portanto, no início do Plano Real), o percentual caiu bruscamente, sinalizando uma rápida sintonia da produção com o consumo. Na segunda metade do ano, a média de ociosidade foi de apenas 3,4%, tendência que se repetiu, embora de forma menos acentuada, no primeiro semestre do presente exercício, ao se registrar 4,8%.

A velocidade de adaptação e a atual boa oferta de milho derivada da safra 1994/95 deverão dar suporte à continuidade deste comércio. A Associação Paulista de Avicultura (Apa) prevê que as exportações de carne avícola, em 1995, alcancem o patamar inédito de cerca de 500 mil toneladas.

Na atual conjuntura, a avicultura brasileira de exportação foi salva por um tripé de fatores: a experiência passada, a solidez da estrutura de produção do agronegócio frango e a disponibilidade recorde de milho para a alimentação das aves.

Por sua vez, a indústria avícola brasileira deverá prosseguir sua política de ampliação dos esforços visando o aumento das exportações de partes de aves em detrimento do frango inteiro, tendo em vista o maior preço daquelas, devido a seu maior valor agregado. O resultado da pauta de exportações de 1994 mostra muito claramente a busca deste objetivo, pois a participação percentual das vendas de carne de ave em pedaços chegou a 42% do total (contra 34% em 1993). A título de ilustração, no ano passado a tonelada FOB deste produto foi cotada, em média, a US$1.532, contra US$1.001 para a ave inteira.

Dentre os mercados adquirentes da carne de aves em pedaços ao Brasil destacam-se, respectivamente em primeiro e segundo lugares, o Japão e Hong Kong,

que, conjuntamente, abocanharam 40% do total oferecido.

O caso de Hong Kong é digno de uma observação mais aprofundada. Com um consumo *per capita* de 35kg/ano, sua produção, que não atende nem a 10% do consumo interno, está em franco descenso, desde que o país adotou severa legislação de combate à poluição das águas.

Em vigor desde 1987, as restrições aumentaram sobremaneira os custos da criação avícola, a ponto de levar os criadores a abandonarem a atividade. O USDA estimou que a produção avícola de Hong Kong decresceu quase 90% em termos acumulados entre 1987 e 1994, prevendo nova redução de 5,3% para 1995.

Em 1993, a ociosidade média na produção de pintos de corte atingiu praticamente 7%, chegando a 6,5% no primeiro semestre de 1994. Já no segundo semestre do ano passado (portanto, no início do Plano Real), o percentual caiu bruscamente, sinalizando uma rápida sintonia da produção com o consumo.

Como a carne avícola estrangeira vendida em Hong Kong custa de 25 a 40% a menos do que a nacional, desenvolveu-se uma forte preferência dos consumidores pelo produto importado. Em 1987, as compras ao exterior não ultrapassavam 148 mil toneladas, e deverão saltar este ano para 500 mil toneladas,[1] segundo a previsão do USDA. Em 1994, 68% dessas compras foram realizados nos EUA e 5% no Brasil.

No entanto, essa pujança de Hong Kong como grande comprador de carne avícola deve ser encarada com reservas. Isto porque, ao mesmo tempo que tem comprado cada vez mais, o protetorado tem expandido também suas exportações. Para 1995, estas vendas estão previstas em 238 mil toneladas (o equivalente a 48% das importações), contra 16 mil toneladas em 1987 (11% das importações de então)

Embora não se saiba exatamente a quanto chegam as revendas de Hong Kong à China, o USDA estima que este comércio represente metade das importações totais daquele território britânico. O motivo do intenso comércio encontra-se no fato de a China Continental não conseguir prescindir de complementar a oferta com o produto importado, embora tendo aumentado fortemente sua produção interna.

A demanda chinesa deriva, sobretudo, dos grandes investimentos do Japão, da Tailândia e dos EUA na instalação de unidades processadoras da carne. Atraídos pela barata mão-de-obra local, esses investimentos visam a confecção de produtos elaborados (tipo *nuggets*), a serem vendidos depois em países de maior renda *per capita* (especialmente o Japão).

Em outras palavras, pode-se prever que, na medida em que a China passe a adquirir a carne avícola diretamente de fornecedores em potencial, abrindo mão da triangulação por Hong Kong, ocorra um significativo deslocamento da posição internacional de destaque que Hong Kong ocupa na lista de compradores da commodity.

Admitindo que se concretizasse já em 1995 esta modificação na origem das importações chinesas, a importância de Hong Kong no mercado internacional cairia abruptamente, restringindo-se apenas às 262 mil toneladas necessárias ao abastecimento interno, como complemento às 18 mil toneladas a serem produzidas localmente.

IRENE RAGUENET TROCCOLI

[1] Incluindo aves vivas.

Agenda: Acontece em Curitiba, no Parque Barigui, a Semana Avícola 95, entre em 19 e 21 de setembro. Procure-nos. *Agroanalysis* estará lá.

MORANGO

Mais uma guerra européia

Enquanto vem crescendo a incipiente produção brasileira, dois dos maiores países produtores mundiais, a Espanha e a França, lançam-se numa disputa que já é chamada de "guerra do morango".

A União Européia passa periodicamente por crises que se originam na produção agrícola do próprio continente e que às vezes assumem sérias conotações políticas. Isto já ocorreu nas denominadas "guerras" dos queijos e do vinho, entre outras, e agora se desenrola uma "guerra do morango" entre a França e a Espanha.

Desta feita, a Comissão de Agricultura da União decidiu, no início de julho, levar o governo francês à Corte de Justiça Européia, por ele ter falhado em tomar previdências contra os agricultores acusados de terem atacado remessas de morangos e outros produtos, que entravam no país a partir da Espanha.

Morango — produção em países selecionados — 1990/91 a 1994/95

País	1990/91		1991/92		1992/93		1993/94		1994/95	
	Área colhida (ha)	Produção (t)	Área colhida (ha)	Produção (t)	Área colhida (ha)	Produção (t)	Área colhida (ha)	Produção (t)	Área colhida (ha)	Produção (t)
EUA	18.965	620.993	19.723	596.656	20.773	656.621	19.842	737.632	nd	nd
Espanha	6.575	183.100	5.600	189.700	6.970	213.600	5.700	219.400	5.700	225.000
Japão	9.600	213.300	9.350	208.600	9.350	208.600	9.000	200.700	8.700	200.000
Polônia	62.000	263.000	63.000	205.000	60.465	200.000	46.200	142.000	60.000	180.000
Itália	6.250	162.000	6.318	145.000	6.218	145.000	6.128	155.000	6.250	160.000
México	6.200	100.000	4.500	70.000	5.752	94.570	3.800	80.000	4.100	85.000
Canadá	4.900	24.940	4.940	29.005	5.315	32.424	5.500	30.000	5.700	33.000
Chile	645	15.000	600	11.000	640	14.000	700	16.000	650	13.000

Fonte: USDA.

Este acontecimento é importante por ser a primeira vez que a comissão indica à corte um Estado membro por este ter fracassado na punição a indivíduos que bloquearam a livre circulação de bens na União.

Em termos concretos, como registrou a publicação inglesa *Agra Europe*, a corte provavelmente não se manifestará quanto ao caso durante cerca de dois meses, e é possível que sejam necessários outros oito meses antes que um veridicto seja alcançado. Se se deliberar contra os franceses, eles terão de tomar alguma atitude que puna os responsáveis, ou indenizar os danos causados. Se eles novamente não o fizerem, a comissão poderá, sob o sistema acordado no Tratado de Maastricht, devolver o caso à corte e pedir sanções.

O prazo final para uma resposta de Paris esgotou-se em junho, coincidindo com novos ataques de agricultores franceses, o que levou a comissão à etapa final de seus procedimentos quanto a infrações. O problema é que os produtores radicais estão preocupados porque as frutas e verduras espanholas estão tomando o espaço da produção francesa em seu próprio mercado interno.

Dados da FAO apontam que a produção francesa, em anos recentes, cresce lentamente, mas com regularidade. No triênio 1979-81, os franceses produziram, em média, 79.818t. Dez anos depois, em 1990, já com a Espanha incorporada à então Comunidade Econômica Européia, a produção da França totalizava 87.816t passando a 80.761t em 1991, 82.044t em 1992 e 82.330t em 1993.

No caso dos morangos espanhóis, plantados majoritariamente na Andaluzia (86% do total), a safra de 1994/95 superou em 3% a do ano passado, atingindo 225 mil toneladas, devido ao melhor rendimento físico das plantações. O pico de área no país, porém, deu-se em 1988/89, com 11.500ha plantados e 8.460ha colhidos. De lá para cá, a competição no mercado e lavouras alternativas mais rentáveis levaram a um declínio nas áreas plantadas e colhidas, que se estabilizaram em 7.200ha e 5.700ha, respectivamente. Apesar dessa redução na área, o aprimoramento das práticas de cultivo fez com que a produção aumentasse.

Hoje, toda a extensão cultivada com morango na Espanha é irrigada e tem coberturas plásticas. A disponibilidade de água, porém, está escasseando, devido a uma seca persistente. A safra deste ano não foi afetada de modo signicativo porque o cultivo de morango não exige grandes quantidades de água. No entanto, caso a estiagem persista ao longo de 1995, a disponibilidade para irrigação poderá alcançar níveis críticos, reduzindo a safra 1995/96 e talvez encerrando a disputa com os vizinhos do norte.

É a primeira vez que a Comissão de Agricultura da União Européia indica à Corte de Justiça um Estado membro por este ter fracassado na punição a indivíduos que bloquearam a livre circulação de bens na União.

Pelo menos, poderá ser modificado o panorama da "guerra". Atualmente, os morangos espanhóis custam bem menos do que os franceses, em razão da grande participação da mão-de-obra informal na colheita e das recentes desvalorizações da peseta. Estas flutuações monetárias e seus efeitos sobre o comércio são uma das razões pelas quais os franceses se mostraram bastante determinados na última reunião do Conselho da UE, pressionando por medidas compensatórias.

O maior plantador mundial da fruta é outro país europeu, a Polônia, no qual as condições são bem dife-

rentes. Lá, apesar da posição no *ranking*, os rendimentos físicos médios variam entre apenas 4.200kg/ha e 6.200kg/ha, enquanto outros importantes produtores obtêm mais de 15.000kg/ha. As plantações polonesas têm este baixo desempenho como reflexo da falta de irrigação, da baixa qualidade das mudas e do uso limitado de produtos químicos e de outras medidas de proteção às lavouras. Deste modo, a enorme extensão do cultivo não lhe permite ombrear-se com espanhóis e japoneses.

No Brasil, o cultivo do morango vem-se expandindo por áreas novas em vários estados. De acordo com dados da FAO, a média da produção brasileira no triênio 1979-81 foi de 1.467t. Nos últimos anos, tem crescido rapidamente, passando de 2.100t, em 1990, para 2.300t em 1993, último dado disponível.

Além da recente expansão, vale destacar a presença de alguns agricultores muito produtivos e de outros inovadores que, movidos pela rentabilidade favorável da atividade, têm investido em tratos culturais e em tecnologias avançadas. Alguns, como se verifica no município fluminense de Miguel Pereira, investiram até mesmo em cultivo hidropônico. É claro, porém, que o país ainda se situa muito distante dos produtores que se destacam no mundo.

FERNANDO ROBERTO DE FREITAS ALMEIDA

MANGA

Profissionalismo: a chave para o mercado externo

A produção de frutas tropicais no Brasil tem atraído investimentos consideráveis, os quais emprestam forte dinamismo ao segmento, que tem ocupado espaço cada vez maior no mercado externo.

A fruticultura brasileira atravessa hoje uma fase de dinamismo, tanto em função de linhas de crédito especiais para financiamento dos projetos, como pelas boas perspectivas que os mercados interno e externo têm oferecido a esta atividade.

Analisando o comportamento das exportações de diversas frutas, podem-se identificar um grupo de frutas "tradicionais" (banana, laranja, abacaxi), com peso dominante na pauta de exportações, mas com taxas de crescimento muito pequenas nos últimos anos, e um grupo de frutas "dinâmicas" (manga, papaia, melão, maçã, uva), cujas exportações apresentaram crescimento significativo em anos recentes, partindo de quantidades muito pequenas. Essa diferenciação consta de *Manual de exportações de frutas* editado pelo Programa de Apoio à Produção e Exportação de Frutas, Hortaliças e Plantas Ornamentais (Frupex), do Ministério da Agricultura, Abastecimento e Reforma Agrária, e suscita um melhor acompanhamento das tendências de mercado e de produção dessas culturas.

De fato, a receita cambial gerada pelas exportações de manga *in natura* saltou de US$2,9 milhões para US$17,5 milhões no período de 1990 a 1994, tendo atingido um recorde de US$19,8 milhões em 1993. O crescimento da quantidade exportada de 4,6 mil toneladas para 13 mil toneladas em apenas 5 anos (183%) deveu-se em boa parte à superação de barreiras fitossanitárias no mercado norte-americano, atualmente o segundo maior comprador da manga brasileira. Apenas para se ter uma idéia, as compras daquele país passaram de US$652 mil em 1991 para US$4,8 milhões em 1994. Esse crescimento é bastante expressivo, considerando-se a competitividade tradicionalmente baixa do produto brasileiro no mercado mundial.

O recente dinamismo no comércio exterior da fruta está relacionado também com o aperfeiçoamento da manipulação da produção. A exemplo do que ocorre com diversos produtos agrícolas, setores empresariais capitalizados têm sido atraídos para a atividade, destacando-se as empresas sediadas no pólo agroindustrial de Petrolina e Juazeiro, na região do submédio São Francisco.

A manga pertence ao grupo das frutas "dinâmicas", cujas exportações apresentaram crescimento significativo em anos recentes, partindo de quantidades muito pequenas.

Exigências dos importadores restringem exportações

Sabe-se que o mercado mundial de frutas *in natura* é extremamente exigente quanto a requisitos de aparência e fitossanidade. É essencial que "as frutas estejam em perfeito estado, sem mossas ou arranhões, que tenham medidas e pesos homogêneos, além de uma coloração atraente. Na realidade, cada fruta deve obedecer a especificações particulares, fixadas em função de suas propriedades específicas".[1] No caso da manga, os

[1] *Conquistas e desafios para a produção de frutas na Bahia*. Salvador, Fundação Centro de Projetos e Estudos, 1993.

Dinamismo nas exportações e preços mais favoráveis

Brasil — evolução das exportações de manga — 1990-95

Brasil	Quantidade (t)	Valor (US$)	Preço médio (US$/t)
1990	4.644	2.878.680	620
1991	7.628	4.705.650	617
1992	9.077	6.930.948	764
1993	18.202	19.836.219	1.090
1994	13.181	17.505.418	1.328
1995*	1.365	1.734.348	1.271

Fonte: Secex.
* Janeiro a junho.

Produção em crescimento

Vale do São Francisco: produção de mangas — 1993/94

Anos	1993	1994
Área em produção (ha)	2.650	3.600
Quantidade produzida (t)	25.000	35.000
Área total implantada (ha)	5.400	6.200
Exportação (t)	13.000 [1]	18.000 [1]

Fonte : Valexport.
[1] Dados preliminares, sujeitos a revisão.
Obs: Os dados das exportações citados pela Valexport para 1994 são discrepantes dos fornecidos pelo Secex. Ambos são preliminares, sendo que o Secex informa apenas as quantidades efetivamente embarcadas. Os da Valexport podem estar incluindo negócios contratados porém ainda não efetivados.

Produção disseminada por todo o país

Brasil — estados selecionados — produção de manga — 1992[1]

Estado	Quantidade (mil frutos)	Área colhida (ha)
São Paulo	414.755	19.873
Minas Gerais	191.839	5.686
Piauí	158.478	3.241
Bahia	142.120	4.329
Paraíba	131.450	1.734
Ceará	112.428	2.128
Pernambuco	84.749	2.568
Rio Grande do Norte	82.807	2.094
Maranhão	59.187	672
Sergipe	55.596	876
Outros	118.954	3.791
Brasil	1.552.363	46.992

Fonte: IBGE.
[1]Último dado disponível.

Parâmetros econômicos da cultura da manga

Caso do Nordeste semi-árido — com irrigação

	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5	Ano 6	Ano 7
Custos de produção por hectare (US$)							
Implantação	2.020						
Tratos culturais e insumos	430	460	560	1.060	1.240	1.440	1.500
Mão-de-obra, colheita e embalagem			40	120	240	360	500
Total custos de produção	2.450	460	600	1.180	1.480	1.800	2.000
Curva de produção (g/ha)							
			2.000	6.000	12.000	18.000	25.000
Preços porteira líquidos — US$/kg (na caixa de papelão 7kg)							
O pior dos últimos 5 anos	0,38			A possibilidade média	0,80		

Fonte: Ibrae.

importadores exigem, de um modo geral, frutos de até 500g, coloração vermelha brilhante, ausência de marcas, frutos rígidos e tratamento fitossanitário pós-colheita, no caso do produto se destinar aos EUA. A conquista paulatina dos mercados norte-americano e europeu exigiu, portanto, que as empresas sediadas no vale do São Francisco dessem um salto tecnológico de amplitude suficiente para capacitá-las a enfrentar os rigorosos requisitos do mercado internacional.

O dinamismo no comércio exterior está relacionado com o aperfeiçoamento da manipulação da produção.

A região do vale do rio São Francisco apresenta condições edafoclimáticas extremamente favoráveis ao cultivo da manga. Lá a estação seca e a chuvosa são bem definidas, o que é altamente positivo para a cultura. Além disso, o vale oferece um fator adicional importante para os exportadores: a intensa luminosidade da região beneficia o desenvolvimento dos frutos e favorece o processo de pigmentação responsável pela coloração vermelha das mangas, importante quesito de qualidade. Associada a estas peculiaridades regionais, a utilização de tecnologias apropriadas de produção e colheita (mudas enxertadas de cultivares selecionados, sistemas de irrigação, indução de floração e adensamento dos pomares) tem permitido aos empreendimentos da região consolidarem seu espaço no cenário produtivo brasileiro, transformando-a num importante pólo produtor e exportador.

É elevada a proporção de área plantada com pomares que ainda não entrou em produção, em relação à área total, o que significa que deverá haver um crescimento substancial na produção do vale nos próximos anos.

De acordo com informações da Associação dos Exportadores de Frutas e Derivados do Vale do São Francisco (Valexport), três empresas se destacam na produção: a Fruit Fort (Curaçá Agrícola), a Nova Fronteira Agrícola Ltda. e a Mecanização Agrícola e Perfurações Ltda. (Mapel).

Pressão de ecologistas muda tratamento fitossanitário

A barreira não-tarifária imposta pelos EUA e pelo Japão ao produto brasileiro visa prever a disseminação da mosca-da-fruta e exigiu uma série de procedimentos técnicos por parte das empresas para ser superada. Em 1993, a Fruit Fort, sediada em Petrolina, investiu cerca de US$100 mil na importação da máquina que efetua o tratamento hidrotérmico de pós-colheita e elimina 100% das larvas e ovos da mosca-da-fruta, conseguindo, assim, romper o bloqueio imposto pelos EUA. A Valexport mantém um agrônomo coordenando um programa de monitoramento da mosca-da-fruta, embora, segundo a associação, a ocorrência do inseto na região seja considerada muito baixa. A cada safra, o Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) envia técnicos para inspeção do produto, e assim a empresa tem paulatinamente aumentado sua penetração no mercado norte-americano. A Fruit Fort foi pioneira na utilização do equipamento para tratamento hidrotérmico, seguida pelas outras empresas.

A conquista, ainda que paulatina, dos mercados norte-americano e europeu exigiu que as empresas sediadas no vale do São Francisco dessem um salto tecnológico que as capacitasse a enfrentar os rigorosos requisitos do mercado mundial.

Até 1986, o tratamento aceito pelo USDA para destruição de ovos, pupas, larvas e adultos da mosca-da-fruta era a fumigação com o gás dibrometo de etileno. A pressão dos ecologistas americanos, alegando que o gás era perigoso para a saúde humana, mobilizou a opinião pública, até que se proibiu o procedimento. O tratamento hidrotérmico foi o primeiro a ser aceito pelos EUA, e consiste simplesmente na imersão dos frutos, a 46°C, durante 75 minutos para frutas até 450g e 90 minutos para frutos maiores. Outra observação importante é que as empresas exportadoras devem custear a presença de um fiscal do Ministério da Agricultura brasileiro e outro do USDA, no período da safra, para o controle fitossanitário pós-colheita, o que representa um ônus a mais para o segmento. Além disso,

quem desejar exportar para os EUA deve submeter seus projetos de *packinghouses* à aceitação do USDA.

A Valexport considera que os mercados mais sofisticados estão em franca expansão e aponta a necessidade de criação de um *board*, à semelhança do que fizeram 12 produtores de uva da região. Eles criaram o Brazilian Grape Marketing Board, que passou a comercializar o produto com uma única marca, unificou o controle de qualidade e reduziu custos operacionais. De fato, a criação de um *board* da manga facilitaria a conquista do mercado internacional. Existem, entretanto, algumas dificuldades no vale para formar uma associação de agricultores; entre elas, pode-se citar o número muito elevado de pequenos produtores.

Há um aspecto do comércio europeu que deveria merecer maior atenção por parte dos exportadores brasileiros. Um grande número de fornecedores de manga abastece a Europa; entretanto, o período de produção da fruta de alta qualidade, na maioria dos países exportadores, é relativamente curto. Por essa razão, nenhum país envolvido na exportação da fruta conseguiu se impor de modo a dominar o mercado.[2] Existem esforços de pesquisa da Embrapa no sentido de utilizar a indução floral para antecipar a colheita, o que é bastante desejável, embora quase nunca a safra nacional coincida com a dos países concorrentes. Os países africanos produzem de abril a julho, exceto a África do Sul, que colhe de janeiro a maio. O México produz de abril a julho, e Índia, Paquistão e Venezuela, de abril a agosto, enquanto o Brasil colhe de outubro a fevereiro.[3]

Apenas para se ter uma idéia da dimensão do mercado mundial em 1992, de acordo com o Instituto Brasileiro de Frutas (Ibraf), a Europa adquiriu 40 mil toneladas da fruta de terceiros países, e a América do Norte, 60 mil toneladas, totalizando 100 mil toneladas. Naquele ano, o Brasil participou com apenas 9% desse total.

O aperfeiçoamento da tecnologia de pós-colheita permitiu às empresas sediadas no vale a intensificação do uso do transporte marítimo no comércio internacional. O frete aéreo, antes predominante, é muito oneroso e atualmente só compensa nas fases de alta dos preços na Europa e EUA, que são coincidentes e ocorrem entre os meses de agosto e outubro.

Mercado interno pode ser mais bem explorado

A cultura da manga encontra-se disseminada por todo o país, mas é no Nordeste e no estado de São Paulo que se localizam os principais pólos de produção.

Tanto em São Paulo como no pólo agroindustrial de Petrolina e Juazeiro, as variedades predominantes são as "americanas" ou "vermelhas", como a Tommy Atkins, Haden e Keitt, entre outras. As estatísticas do IBGE, no entanto, não diferenciam os cultivares, o que dificulta os estudos de mercado.

Em São Paulo, as principais regiões produtoras são as divisões regionais agrícolas (Dira) de São José do Rio Preto, Araçatuba e São Carlos, em ordem decrescente de número de pés em produção. Segundo o IEA, existem atualmente no estado 6,6 milhões de pés em produção e 430 mil novos pés.

De acordo com informações da Dira de São José do Rio Preto, onde se localiza quase 50% do total de pés produtivos no estado, a maior parte da produção é oriunda de pequenas propriedades e dirigida ao mercado interno. A perecibilidade e o período de safra muito concentrado da manga limitam a implantação de grandes pomares. Grandes lavouras exigiriam um esquema de comercialização muito eficiente e maior garantia com relação ao mercado. Em geral, os pequenos produtores vendem a fruta a atravessadores, e os preços são quase sempre pressionados pela concentração de oferta. Esses atravessadores são, em geral, empresas bem-organizadas, e algumas exportam o produto posteriormente.

O consumo de frutas no Brasil é muito baixo. A ampliação desse mercado pode ser obtida por meio de campanhas promocionais do produto, tão comuns no exterior.

Como qualquer atividade agrícola, a viabilidade econômica da cultura da manga depende das relações entre os custos de produção, a produtividade física e os preços. No entanto, melhorias nos tratos culturais, manuseio durante a colheita, tratamento pós-colheita, embalagens, *marketing* e alongamento do período de oferta são investimentos estratégicos que podem afetar sobremaneira a perspectiva de lucratividade. E, apesar do grande potencial do mercado externo, vale a pena lembrar que o consumo de frutas no Brasil ainda é baixo, podendo-se explorar mais esse mercado mediante campanhas promocionais do produto, tão comuns no mercado internacional.[4]

ELIANA CONDE BARROSO LEITE VIGLIO

[2] Ver, a respeito, *Perspectivas de mercado externo para produtos dos perímetros irrigados do vale do São Francisco*. Belo Horizonte, Programa Nacional de Irrigação (Proni), Fundação João Pinheiro, 1988-1990.

[3] Id.ibid.

[4] Ver, a propósito, *Agroanalysis*, n. 8, v.15, ago. 1995.

ÍNDICE FGV/ABAG (IABAG) 1995

Resultados de julho de 1995

Discriminação	Variação %	Ponderação	Influência em pontos de percentagem	
			Iabag	IGP-DI
Total do mês	3,17	100,00	3,17	1,05
Itens do IPA-DI	4,11	66,82	2,75	0,91
Alimentação	3,67	37,27	1,37	0,45
Matérias-primas brutas	4,67	29,56	1,38	0,46
Algodão arbóreo	-3,87	0,13	-0,01	0,00
Algodão herbáceo	-4,34	1,25	-0,05	-0,02
Amendoim	-13,55	0,11	-0,02	-0,01
Arroz em casca	5,13	1,92	0,10	0,03
Aves	8,54	1,96	0,17	0,06
Babaçu	-6,94	0,07	0,00	0,00
Borracha hévea	30,00	0,12	0,04	0,01
Bovinos	11,76	5,98	0,70	0,23
Cacau	-8,71	0,68	-0,06	-0,02
Café em coco	-6,99	3,49	-0,24	-0,08
Cana-de-açúcar	2,02	4,87	0,10	0,03
Cevada	-4,57	0,09	0,00	0,00
Erva-mate (bruta)	-2,68	0,04	0,00	0,00
Fumo em folha	0,89	0,47	0,00	0,00
Juta	-6,53	0,04	0,00	0,00
Leite *in natura*	1,79	3,81	0,07	0,02
Malva	-10,65	0,05	-0,01	0,00
Soja	13,58	1,40	0,19	0,06
Suínos	2,62	0,99	0,03	0,01
Trigo	18,42	2,08	0,38	0,13
Itens do IPC-BR	1,27	33,18	0,42	0,14
Alimentação	1,35	30,61	0,41	0,14
Gêneros alimentícios	0,95	26,39	0,25	0,08
Adoçantes	1,32	0,49	0,01	0,00
Arroz e feijão	0,47	0,96	0,00	0,00
Aves e ovos	2,42	1,11	0,03	0,01
Bebidas não-alcoólicas	-1,11	1,50	-0,02	-0,01
Carne bovina	3,53	2,17	0,08	0,03
Carne suína	-1,82	0,13	0,00	0,00
Carnes e peixes industrializados	0,15	1,36	0,00	0,00
Condimentos	1,77	0,80	0,01	0,00
Doces e chocolates	2,44	0,58	0,01	0,00
Frutas	9,72	3,36	0,33	0,11
Hortaliças	-10,19	4,81	-0,49	-0,16
Laticínios	3,91	3,49	0,14	0,05
Massas e farinhas	3,32	0,76	0,03	0,01
Óleos e gorduras	1,46	0,73	0,01	0,00
Outros gêneros alimentícios	2,29	0,20	0,00	0,00
Panificados	5,10	2,53	0,13	0,04
Pescado	-1,70	0,91	-0,02	-0,01
Enlatados e conservas	-0,36	0,49	0,00	0,00
Alimentação fora	3,84	4,22	0,16	0,05
Bebidas alcoólicas e fumo	0,28	2,56	0,01	0,00

Ligeira alta nos preços do agribusiness

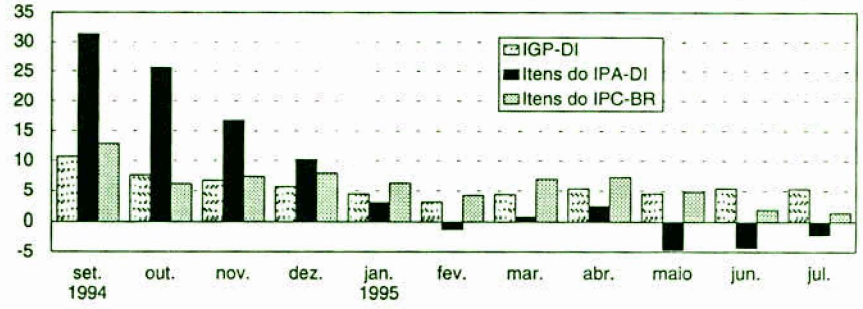
A alta de 3,17% registrada pelo Iabag de julho já é reflexo da entrada da entressafra dos principais grãos e da carne bovina, no atacado agrícola, tendo este variado 4,11%. No âmbito do IPC, a tendência a ser seguida é a mesma do atacado agrícola. Mantidas as atuais condições climáticas, é muito pouco provável que haja a repetição dos elevados patamares registrados no Iabag logo no início do Plano Real. Além do clima, fatores conjunturais, como as baixas alíquotas de importação, o câmbio sobrevalorizado, o desaquecimento no consumo e a elevada taxa de juros inibindo a formação de estoques colaboram para um cenário de preços mais tranqüilo durante a entressafra.

Bovinos, trigo e soja foram os itens de maior influência sobre o Iabag de julho. A alta da carne bovina se faz sentir nos preços dos seus produtos substitutos, como a carne de frango e a carne suína, tanto em nível de atacado como de varejo. Esse grupo de carnes (incluindo atacado e varejo) possui um grande peso no Iabag, de 12,34%.

No caso do trigo, o reflexo da alta das cotações internacionais se faz sentir internamente pela forte dependência que o abastecimento interno possui das importações. No varejo, itens do IPC que estão associados a essa matéria-prima, como panificados e massas e farinhas, registraram significativas elevações, 3,32% e 5,10%, respectivamente.

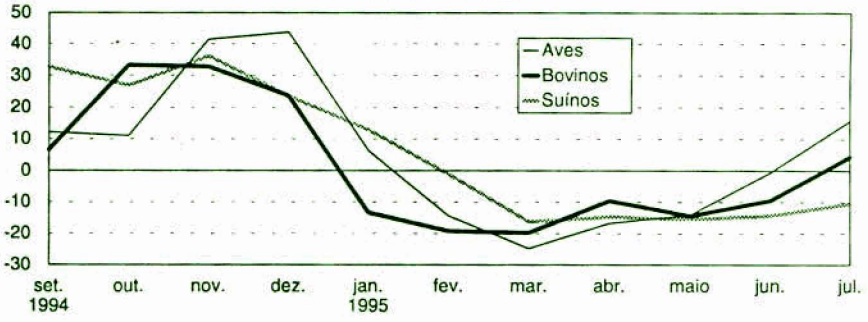
Pelo lado do IPC, cabe mencionar hortaliças, que caíram 10,19%, embora, no atacado, produtos como cebola e alface já apresentem significativas altas, de respectivamente, 16,94% e 19,41%. O item frutas, que acumula desde o início do plano uma forte alta de 151,74%, continua em ascensão, tendo variado 9,72% no mês de julho.

Média móvel trimestral do IGP-DI e dos componentes do Iabag (em %)



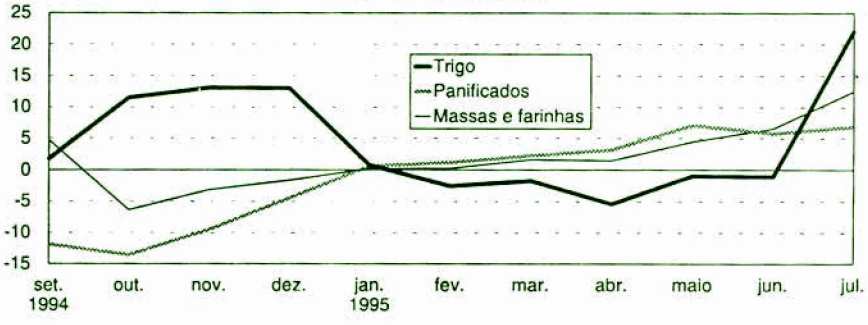
Atacado

Média móvel trimestral (%)



Atacado e ao consumidor

Média móvel trimestral (%)



Iabag — Estrutura

O índice FGV/ABAG vem sendo calculado desde setembro de 1993 como resultado do convênio mantido entre a Fundação Getulio Vargas e a Associação Brasileira de Agribusiness. Seu objetivo é avaliar o impacto dos produtos semiprocessados, processados e *in natura* de origem agrícola, no atacado e no varejo, sobre a inflação. O índice é constituído por itens pertencentes ao índice de preços por atacado — disponibilidade interna (IPA-DI) e ao índice de preços ao consumidor (IPC-BR). Em termos de grandes grupos, foram selecionados os integrantes do IPA-DI que foram classificados em alimentação e matérias-primas brutas, e produtos e serviços do IPC-BR, classificados em alimentação (gêneros alimentícios e alimentação fora) e bebidas alcoólicas e fumo.

A ponderação, ou seja, a importância relativa de cada componente do Iabag, assim como sua influência no índice, que resulta da conjugação do peso e da variação de preço ocorrida no mês, constam da tabela.

GUILHERME SORIA BASTOS FILHO
RUBENS ABDELHAY

Produção anual das lavouras (em 1.000t) e área (em 1.000ha)

Discriminação	1990		1991		1992		1993		1994*	
	Produção	Área	Produção	Área	Produção	Área	Produção	Área	Produção	Área
Abacaxi	736	33	794	36	826	37	835	40	974	44
Algodão em caroço	1.813	1.904	2.080	1.831	1.885	1.878	1.135	1.060	1.367	1.181
arbóreo	38	512	39	345	22	284	8	137	17	121
herbáceo	1.783	1.392	2.041	1.486	1.863	1.594	1.127	923	1.350	1.060
Alho	71	17	85	19	79	17	87	17	85	18
Amendoim em casca	138	84	141	89	172	101	152	86	159	91
Arroz em casca	7.421	3.947	9.488	4.122	10.006	4.687	10.108	4.411	10.499	4.415
Aveia em grão	178	193	230	265	297	284	263	268	257	276
Banana	551	488	554	491	562	516	558	520	575	517
Batata-inglesa	2.234	158	2.267	162	2.432	173	2.368	162	2.480	171
1ª safra	–	–	–	–	1.406	–	1.285	–	1.330	–
2ª safra	–	–	–	–	699	–	724	–	767	–
3ª safra	–	–	–	–	317	–	350	–	330	–
Cacau	356	665	321	668	329	731	341	734	331	699
Café em coco	2.930	2.909	3.041	2.763	2.589	2.500	2.558	2.559	2.617	2.101
Cana-de-açúcar	262.674	4.273	260.888	4.211	271.475	4.211	244.344	3.864	291.950	4.349
Castanha de caju	108	583	186	645	108	695	77	726	126	628
Cebola	869	75	888	77	896	76	929	72	1.019	81
Centeio em grão	5	4	6	5	7	7	5	6	4	4
Cevada em grão	157	105	112	97	125	67	110	67	92	54
Coco-da-baía	734	214	851	231	891	240	837	232	902	232
Feijão em grão	2.234	4.680	2.745	5.434	2.797	5.149	2.478	3.884	3.371	5.469
1ª safra	–	–	–	–	1.553	–	1.343	–	1.636	–
2ª safra	–	–	–	–	1.019	–	808	–	1.380	–
3ª safra	–	–	–	–	228	–	281	–	267	–
Fumo em folha	445	274	414	287	576	345	658	373	544	339
Guaraná	2	11	2	7	2	7	2	8	2	7
Juta (fibra)	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2
Laranja	87.603	913	94.682	983	98.411	989	93.986	801	87.111	896
Maçã	2.718	22	2.635	26	2.999	24	3.494	26	3.667	27
Malva (fibra)	19	21	12	14	19	16	17	11	16	10
Mamona	148	290	130	234	102	175	43	141	53	106
Mandioca	24.322	1.938	24.538	1.945	21.919	1.826	21.837	1.811	24.469	1.850
Milho em grão	21.348	11.394	23.624	13.064	30.506	13.364	30.051	11.871	32.487	13.748
1ª safra	–	–	–	–	29.096	–	27.799	–	30.003	–
2ª safra	–	–	–	–	1.460	–	2.266	–	2.339	–
Pimenta-do-reino	78	34	84	37	33	29	42	24	35	21
Rami (fibra)	10	7	8	6	7	5	7	5	4	3
Sisal (sisal)	185	249	234	300	204	264	126	179	131	165
Soja em grão	19.898	11.487	14.938	9.617	19.215	9.441	22.575	10.635	24.911	11.514
Sorgo em grão	236	138	258	174	282	164	282	140	288	150
Tomate	2.261	61	2.344	61	2.141	52	2.348	54	2.678	62
Trigo em grão	3.094	2.681	2.917	2.049	2.796	1.956	2.156	1,463	2.108	1.348
Uva	805	59	648	59	800	60	787	60	807	60
Total	–	49.079	–	47.805	–	47.985	–	44.394	–	49.125

Fonte: IBGE, Levantamento Sistemático da Produção Agrícola.
* Dados revistos em maio de 1995.

Cereais de inverno: recuperação da cevada

Os números divulgados pelo IBGE em sua estimativa de agosto trazem poucas surpresas. A área colhida manteve-se praticamente igual à do ano anterior e a produção de cereais, leguminosas e oleaginosas, num total de cerca de 76,6 milhões de toneladas, 5,9% superior à do ano anterior, confirma o recorde histórico que se vem anunciando.

A única surpresa no mês é o registro de um significativo aumento na área plantada com cevada, 28%, e a expectativa de que a colheita alcance 138 mil toneladas, 52% acima do obtido no ano passado. A causa mais provável desse recorde é a falta de alternativas: produtores de trigo desestimulados que se voltaram para uma lavoura que, se de boa qualidade, poderá ser vendida à indústria cervejeira, onde o preço é compensador, e em caso contrário serve de alimento para a criação animal. De qualquer forma, evita-se o perigo da erosão que ameaça as terras nuas no inverno.

O aumento de cerca de 88% na produção do milho safrinha, apesar dos preços desencorajadores do cereal, também pode ser explicado pela retração do trigo.

MARIA JOSÉ CYHLAR MONTEIRO

Produção anual das lavouras (em 1.000t) e área (em 1.000ha)

Discriminação	Área			Produção		
	Informantes	1994	1995	Informantes	1994	1995
Abacaxi	100,00	43,57	44,64	100,00	973,55	990,23
Algodão em caroço		1.179,74	1.247,36		1.365,98	1.533,09
arbóreo	100,00	121,10	97,26	100,00	16,90	16,70
herbáceo	99,85	1.058,65	1.150,10	100,00	1.349,09	1.516,40
Alho	100,00	17,64	12,77	100,00	84,16	60,55
Amendoim em casca		91,07	90,97		158,86	145,88
1ª safra	100,00	66,98	69,98	100,00	124,31	115,17
2ª safra	100,00	24,09	21,00	100,00	34,54	30,72
Arroz em casca	100,00	4.415,18	4.382,24	100,00	10.499,46	11.242,06
Aveia em grão	100,00	275,84	145,76	100,00	257,28	167,47
Banana	100,00	515,46	518,80	100,00	572,17	573,77
Batata-inglesa		164,67	167,41		2.335,42	2.451,29
1ª safra	100,00	97,91	99,52	100,00	1.357,46	1.436,90
2ª safra	100,00	58,82	59,95	100,00	805,46	841,88
3ª safra	54,51	7,94	7,94	54,38	172,50	172,50
Cacau	100,00	698,32	639,55	100,00	330,40	287,22
Café em coco	100,00	2.095,62	1.893,07	100,00	2.612,54	2.138,13
Cana-de-açúcar	100,00	4.344,54	4.525,50	100,00	292.070,45	301.747,50
Castanha de caju	100,00	627,56	645,34	100,00	126,25	178,47
Cebola	100,00	81,48	73,34	100,00	1.018,84	905,56
Centeio	100,00	4,24	2,63	100,00	4,17	3,40
Cevada	100,00	53,61	68,62	100,00	90,61	138,08
Coco-da-baía	100,00	232,38	236,26	100,00	902,22	920,22
Feijão em grão		5.401,51	5.025,82		3.255,66	2.980,63
1ª safra	100,00	2.922,27	2.610,02	100,00	1.676,89	1.364,69
2ª safra	100,00	2.319,38	2.257,41	100,00	1.394,16	1.441,82
3ª safra	70,31	159,86	158,39	62,08	184,60	174,13
Fumo em folha	100,00	319,10	308,36	100,00	518,98	495,81
Guaraná	100,00	7,25	7,40	100,00	2,01	2,15
Juta (fibra)	100,00	1,76	1,79	100,00	2,30	2,25
Laranja	100,00	895,79	911,71	100,00	87.091,09	93.481,59
Maçã	100,00	27,06	27,29	100,00	3.498,55	3.447,54
Malva (fibra)	100,00	10,01	5,25	100,00	16,21	8,21
Mamona	100,00	105,89	75,56	100,00	53,50	45,02
Mandioca	100,00	1.849,26	1.964,89	100,00	24.452,36	25.884,71
Milho em grão		13.747,74	14.025,48		32.487,40	36.081,27
1ª safra	100,00	12.325,34	12.399,02	100,00	30.170,57	32.983,13
2ª safra	100,00	1.422,40	1.626,46	100,00	2.316,83	3.098,13
Pimenta-do-reino	99,98	20,80	19,53	99,99	34,71	34,08
Rami	100,00	3,48	2,90	100,00	3,99	4,55
Sisal (sisal)	100,00	164,79	165,93	100,00	131,42	136,01
Soja em grão	100,00	11.514,43	11.544,85	100,00	24.912,35	25.717,61
Sorgo em grão	100,00	152,97	146,51	100,00	292,15	270,10
Tomate	100,00	61,56	59,93	100,00	2.678,15	2.587,10
Trigo em grão	100,00	1.348,03	1.030,64	100,00	2.092,42	1.663,57
Uva	100,00	60,10	58,66	100,00	806,61	792,34
		50.532,43	50.076,73	100,00		

Fonte: IBGE, Levantamento Sistemático da Produção Agrícola.
As colunas "informantes" registram a participação das unidades da Federação que informam a área e a produção de cada produto em relação ao respectivo total do Brasil. Última previsão (julho de 1995).

Brasil — limão-taiti[1]

Com a oferta direcionada em sua quase totalidade para o consumo *in natura*, o consumo de limão-taiti pouco tem oscilado desde 1991/92, devido à estabilidade da produção.

Anos-safra 1991/92 a 1994/95 (em mil t)

Ano-safra	Produção	Importação	Exportação	Processamento	Consumo *in natura*
1991/92	695,0	0,0	1,0	46,0	648,0
1992/93	688,0	0,0	1,0	46,0	641,0
1993/94	690,0	0,0	1,0	46,0	643,0
1994/95	684,0	0,0	1,0	46,0	637,0

Fonte: USDA (julho de 1995).

[1] Apenas o estado de São Paulo, que produz cerca de 80% do total nacional.

Brasil — laranja

Grande parte do aumento estimado de quase 60% no consumo da fruta *in natura* em 1994/95 deve-se à forte expansão interna da demanda de suco fresco ou pasteurizado.

Anos-safra 1991/92 a 1994/95 (em mil t)

Ano-safra	Produção	Importação	Exportação	Processamento	Consumo *in natura*
1991/92	14.974,0	0,0	82,0	11.670,0	3.222,0
1992/93	14.484,0	0,0	82,0	10.771,0	3.631,0
1993/94	13.460,0	0,0	140,0	10.120,0	3.200,0
1994/95	15.100,0	0,0	82,0	10.040,0	4.978,0

Fonte: USDA (julho de 1995).

Brasil — tangerina[1]

O processamento de tangerina visa fundamentalmente a adição do seu suco ao da laranja, para reforçar a coloração deste último.

Anos-safra 1991/92 a 1994/95 (em mil t)

Ano-safra	Produção	Importação	Exportação	Processamento	Consumo *in natura*
1991/92	605,0	0,0	8,0	120,0	477,0
1992/93	553,0	0,0	8,0	120,0	425,0
1993/94	605,0	0,0	8,0	120,0	477,0
1994/95	585,0	0,0	8,0	120,0	457,0

Fonte: USDA (julho de 1995).

[1] Apenas o estado de São Paulo, que produz aproximadamente 50% do total brasileiro. Cerca de 120 mil toneladas de tangerinas, que são processadas, estão incluídas na tabela de laranja.

Brasil — limão-siciliano[1]

A maior concentração de pectina e de óleo na casca do limão-siciliano explica o elevado processamento da fruta, por sinal recorde em 1994/95.

Anos-safra 1991/92 a 1994/95 (em mil t)

Ano-safra	Produção	Importação	Exportação	Processamento	Consumo *in natura*
1991/92	53,0	0,0	4,0	49,0	0,0
1992/93	53,0	0,0	3,0	50,0	0,0
1993/94	63,0	0,0	3,0	60,0	0,0
1994/95	67,0	0,0	4,0	63,0	0,0

Fonte: USDA (julho de 1995).

[1] Apenas o estado de São Paulo.

IRENE RAGUENET TROCCOLI

Brasil — índices de preços recebidos pelos agricultores — valores nominais (base: agosto de 1994 = 100)

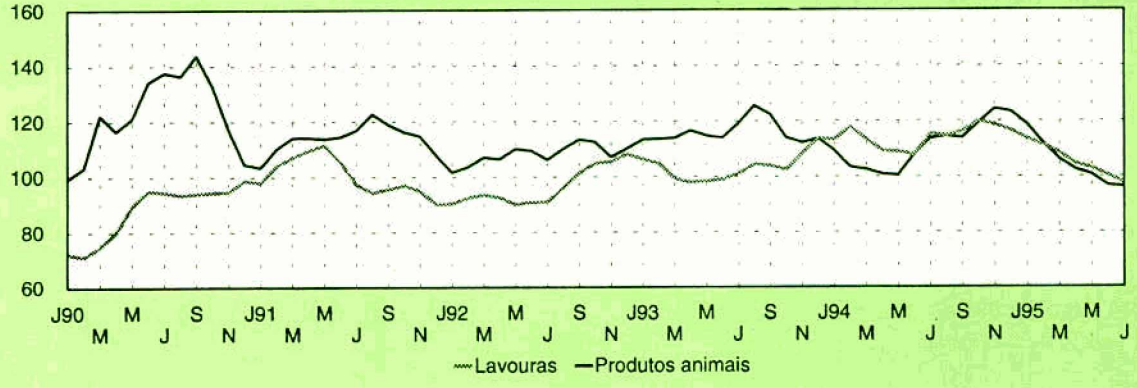
Anos/Produtos	Lavoura	Produtos - PGPM[1]	Demais lavouras	Produto animal	IPR
1990	0,002	0,002	0,001	0,002	0,002
1991	0,010	0,013	0,007	0,012	0,010
1992	0,112	0,141	0,079	0,121	0,114
1993	2,602	3,215	1,903	2,829	2,670
1994	70,490	73,192	66,860	70,140	70,348
Jun. 93	1,277	1,569	0,943	1,470	1,337
Jul.	1,717	2,098	1,280	2,026	1,813
Ago.	2,371	2,886	1,777	2,852	2,520
Set.	3,234	3,975	2,388	3,808	3,412
Out.	4,306	5,332	3,138	4,799	4,459
Nov.	6,244	7,701	4,578	6,470	6,307
Dez.	8,935	11,109	6,471	8,927	8,913
Jan. 94	12,641	15,632	9,229	12,216	12,466
Fev.	18,735	22,305	14,478	16,425	17,879
Mar.	26,103	30,876	20,382	23,581	25,174
Abr.	35,845	40,526	29,942	33,022	34,806
Maio	50,354	53,874	45,587	46,378	48,890
Jun.	72,980	76,818	67,744	73,149	73,035
Jul.	97,452	97,111	97,989	96,121	96,984
Ago.	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Set.	103,089	101,389	105,745	101,000	102,362
Out.	109,073	110,509	106,613	108,407	108,848
Nov.	110,429	114,424	104,110	115,871	112,339
Dez.	109,175	114,836	100,499	115,512	111,387
Jan. 95	107,853	113,183	99,639	112,682	109,557
Fev.	106,896	110,407	101,215	107,540	107,190
Mar.	106,082	104,652	107,549	103,853	105,383
Abr.	104,519	101,611	108,367	102,424	103,866
Maio	103,289	97,682	111,640	100,989	102,563
Jun.	103,287	97,938	111,177	99,683	102,100
Jul.	102,833	101,049	104,418	101,294	102,382

1 Lavouras amparadas pela Política de Garantia de Preços Mínimos.

Apesar do início da entressafra, os preços recebidos pelos agricultores se mantêm em queda. Boa safra, altos estoques e importações explicam o fato.

Brasil — preços pagos pelos agricultores

Evolução dos índices corrigidos



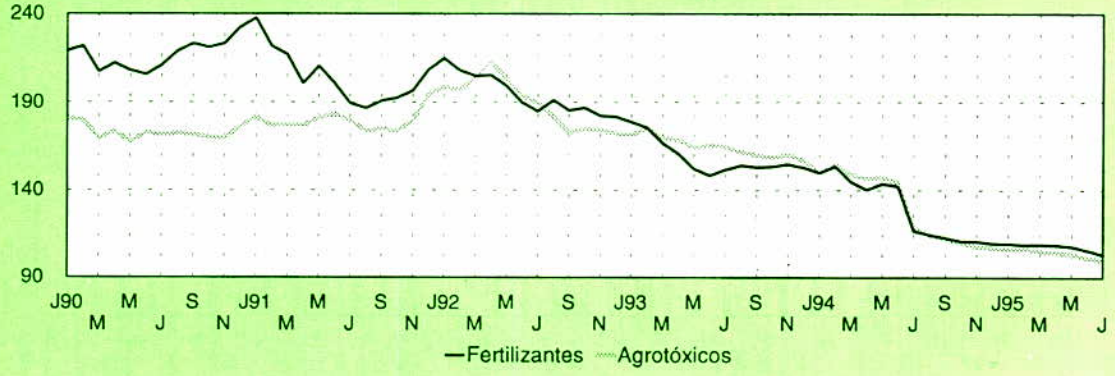
Brasil — índices de preços pagos pelos agricultores — valores nominais (base: agosto de 1994 = 100)

Anos/Produtos	Sementes	Fertilizantes	Agrotóxicos	Serviços	Combustíveis	Mão-de-obra	IPP-Brasil
1990	0,003	0,004	0,003	0,004	0,003	0,004	0,004
1991	0,017	0,020	0,018	0,017	0,013	0,020	0,018
1992	0,177	0,209	0,201	0,223	0,188	0,180	0,196
1993	3,584	3,765	3,916	4,157	4,010	3,705	3,829
1994	74,824	73,997	74,058	74,827	73,833	82,614	75,847
Jun. 93	1,857	1,910	2,136	2,189	2,062	2,031	2,007
Jul.	2,524	2,577	2,794	2,740	2,802	2,644	2,660
Ago.	3,411	3,494	3,668	3,907	3,792	3,349	3,571
Set.	4,615	4,761	4,972	5,253	5,113	4,949	4,913
Out.	6,152	6,449	6,650	7,161	6,943	6,404	6,582
Nov.	8,358	8,905	9,219	9,823	9,497	8,620	9,006
Dez.	11,533	11,981	12,275	13,122	13,053	11,182	12,103
Jan. 94	16,417	16,707	16,680	18,305	17,726	17,368	17,146
Fev.	24,387	24,387	24,562	25,332	24,634	24,710	24,626
Mar.	35,352	33,306	34,265	33,999	33,072	33,515	33,826
Abr.	49,184	45,979	48,026	48,162	47,570	46,985	47,426
Maio	67,446	66,388	68,037	63,333	64,876	64,852	65,812
Jun.	93,932	96,199	97,448	89,323	98,184	90,327	94,289
Jul.	97,496	98,627	99,945	96,465	99,932	95,074	97,841
Ago.	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
Set.	99,641	99,996	99,178	102,264	100,000	111,166	102,312
Out.	102,530	100,780	99,950	105,580	100,000	122,930	105,700
Nov.	104,794	103,058	100,304	108,168	100,000	134,784	109,203
Dez.	106,705	102,540	100,300	106,988	100,000	149,653	111,988
Jan. 95	106,309	103,892	100,812	108,949	100,000	112,025	115,412
Fev.	105,949	104,451	102,151	110,674	100,000	169,459	116,800
Mar.	106,465	106,425	102,645	114,138	100,000	181,424	120,150
Abr.	106,137	108,584	104,105	115,115	100,000	186,274	121,854
Maio	105,837	108,301	104,061	118,547	100,000	199,198	124,695
Jun.	106,078	108,852	104,211	119,210	100,000	206,690	126,297
Jul.	107,753	108,726	105,509	121,694	100,000	208,647	127,354

O declínio dos preços de fertilizantes e agrotóxicos ameniza a situação dos agricultores pelo lado dos custos. Ainda assim, os preços pagos como um todo se mostram ligeiramente crescentes, devido aos serviços e à mão-de-obra.

Brasil — preços pagos pelos agricultores

Evolução dos índices corrigidos



Brasil — preços recebidos pelos agricultores — valores reais (em R$ de julho de 1995/unidade)

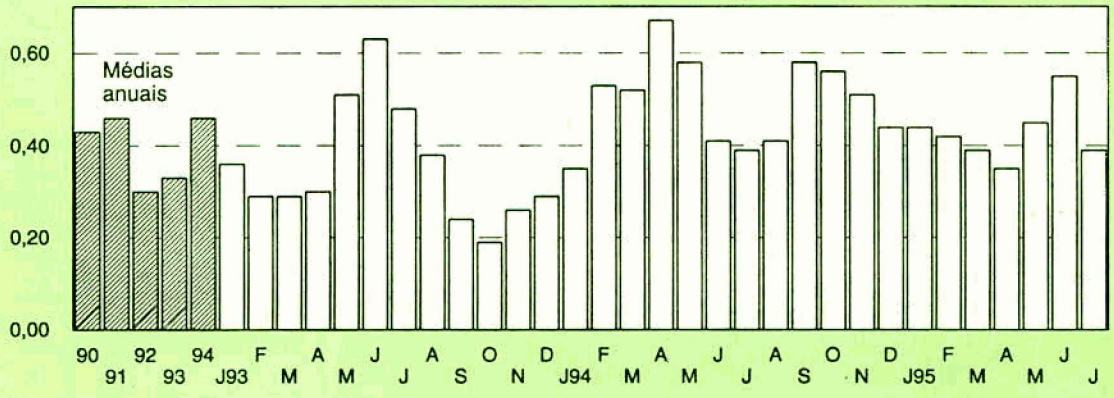
Anos/Produtos	Algodão em caroço (kg)	Amendoim em casca (kg)	Arroz em casca (kg)	Banana (dúzia)	Batata-inglesa (kg)	Cacau (15kg)	Café em coco (kg)	Cana-de-açúcar (t)
1990	0,55	0,47	0,28	0,37	0,43	18,36	0,73	15,95
1991	0,57	0,56	0,36	0,38	0,46	20,80	0,69	17,05
1992	0,50	0,39	0,27	0,28	0,30	20,60	0,60	17,70
1993	0,56	0,50	0,26	0,29	0,33	18,20	0,76	15,81
1994	0,52	0,40	0,23	0,33	0,46	17,44	1,19	14,83
Jun. 93	0,59	0,56	0,25	0,33	0,63	16,27	0,71	16,86
Jul.	0,57	0,53	0,25	0,37	0,48	19,14	0,78	17,04
Ago.	0,57	0,62	0,28	0,38	0,38	18,17	0,90	17,53
Set.	0,56	0,69	0,29	0,36	0,24	22,05	0,89	16,87
Out.	0,53	0,65	0,30	0,32	0,19	21,03	0,84	17,36
Nov.	0,54	0,58	0,30	0,28	0,26	23,20	0,87	17,88
Dez.	0,55	0,54	0,33	0,27	0,29	25,37	0,88	17,83
Jan. 94	0,56	0,46	0,34	0,29	0,35	21,43	0,85	17,63
Fev.	0,61	0,40	0,30	0,30	0,53	21,24	0,94	19,12
Mar.	0,64	0,42	0,27	0,34	0,52	21,38	0,93	17,87
Abr.	0,65	0,38	0,24	0,34	0,67	20,25	0,99	18,33
Maio	0,67	0,41	0,24	0,35	0,58	22,77	1,29	18,14
Jun.	0,64	0,43	0,25	0,37	0,41	23,94	1,44	18,05
Jul.	0,51	0,39	0,21	0,32	0,39	18,32	1,72	14,49
Ago.	0,48	0,40	0,22	0,37	0,41	17,52	1,57	14,03
Set.	0,48	0,40	0,23	0,38	0,58	15,86	1,61	13,87
Out.	0,48	0,49	0,23	0,39	0,56	14,36	1,51	13,74
Nov.	0,48	0,50	0,23	0,41	0,51	14,39	1,35	13,24
Dez.	0,47	0,48	0,24	0,42	0,44	14,11	1,18	13,31
Jan. 95	0,48	0,46	0,23	0,44	0,44	14,97	1,11	12,93
Fev.	0,47	0,42	0,22	0,43	0,42	15,47	1,14	12,84
Mar.	0,47	0,32	0,19	0,46	0,39	17,57	1,23	12,61
Abr.	0,47	0,36	0,18	0,53	0,35	17,40	1,19	12,22
Maio	0,44	0,35	0,17	0,54	0,45	18,04	1,21	12,53
Jun.	0,41	0,35	0,16	0,56	0,55	16,60	1,09	12,47
Jul.	0,39	0,34	0,16	0,56	0,39	13,78	0,99	12,41

.

. . roduto altamente sazonal, a entrada da safra de inverno reduziu acentuadamente os preços do tubérculo.

Brasil — preços recebidos — batata-inglesa

(em R$ de julho de 1995/kg)

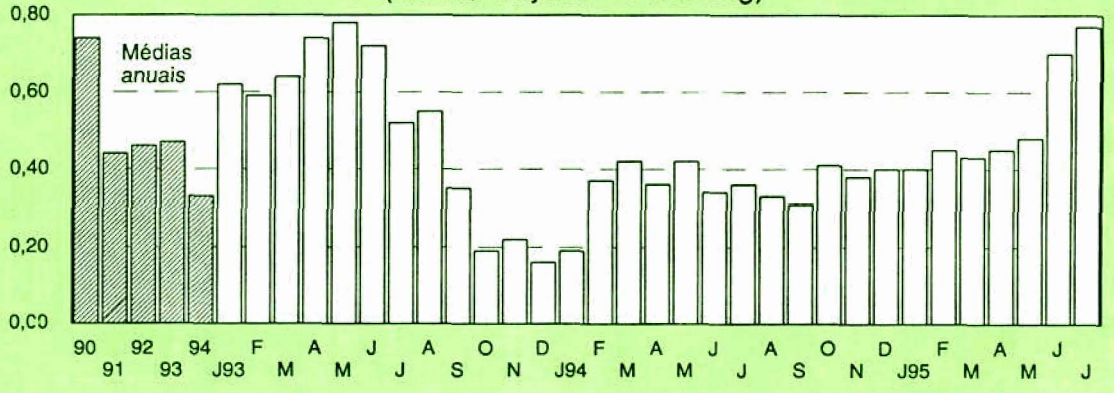


Brasil — preços recebidos pelos agricultores — valores reais
(em R$ de julho de 1995/unidade)

Anos/Produtos	Feijão (kg)	Fumo em folha (kg)	Laranja (cento)	Milho (kg)	Mandioca (raiz — t)	Soja (kg)	Tomate (kg)	Trigo (grão — kg)
1990	0,85	1,88	3,91	0,19	56,72	0,23	0,51	0,18
1991	0,84	1,95	3,01	0,20	67,93	0,28	0,44	0,18
1992	0,65	2,71	2,96	0,18	76,78	0,29	0,41	0,22
1993	0,82	2,43	2,34	0,19	76,19	0,29	0,39	0,20
1994	0,91	1,89	2,87	0,15	49,71	0,23	0,44	0,15
Jun. 93	0,99	2,62	2,08	0,18	84 48	0,28	0,55	0,23
Jul.	0,81	2,65	1,88	0,18	79,70	0,33	0,42	0,22
Ago.	0,80	2,49	2,01	0,20	68,32	0,34	0,35	0,22
Set.	0,83	2,47	2,15	0,21	69,39	0,32	0,27	0,20
Out.	0,81	2,51	2,18	0,21	72,43	0,31	0,29	0,20
Nov.	0,95	2,49	2,81	0,22	71,69	0,32	0,33	0,19
Dez.	1,10	2,65	3,24	0,23	72,34	0,33	0,47	0,19
Jan. 94	1,09	2,35	3,92	0,22	70,96	0,33	0,58	0,19
Fev.	1,45	2,34	4,02	0,18	77,95	0,32	0,49	0,18
Mar.	1,78	2,24	3,58	0,17	65,64	0,29	0,49	0,17
Abr.	1,48	2,18	3,38	0,16	54,54	0,27	0,43	0,17
Maio	1,01	2,34	2,78	0,16	46,88	0,28	0,34	0,18
Jun.	0,77	2,38	2,68	0,16	45,02	0,29	0,26	0,18
Jul.	0,69	1,88	2,35	0,14	34,93	0,21	0,25	0,15
Ago.	0,63	1,82	2,31	0,13	44,79	0,21	0,42	0,14
Set.	0,62	1,76	2,59	0,13	46,02	0,20	0,70	0,14
Out.	0,80	1,72	2,88	0,14	45,56	0,20	0,71	0,15
Nov.	0,77	1,73	3,16	0,15	53,77	0,19	0,54	0,15
Dez.	0,69	1,72	3,48	0,15	56,77	0,19	0,44	0,16
Jan. 95	0,62	1,76	3,76	0,13	64,26	0,19	0,30	0,16
Fev.	0,61	1,76	3,16	0,12	66,59	0,19	0,40	0,15
Mar.	0,61	1,72	3,51	0,11	68,77	0,16	0,52	0,15
Abr.	0,58	1,70	3,49	0,11	66,51	0,15	0,61	0,15
Maio	0,54	1,70	3,14	0,10	69,60	0,14	0,62	0,15
Jun.	0,47	1,69	2,58	0,11	70,25	0,13	0,61	0,13
Jul.	0,45	1,65	2,25	0,11	68,42	0,15	0,32	0,13

No caso da cebola, outro produto altamente sazonal e perecível, a redução da safra, que este ano deverá ser 11% inferior à do ano passado, eleva as cotações.

Brasil — preços recebidos — cebola
(em R$ de julho de 1995/kg)



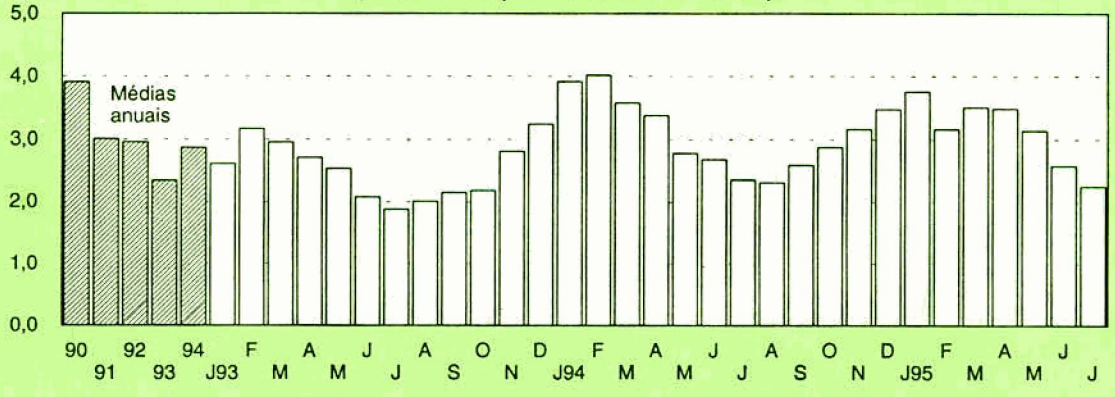
Brasil — preços recebidos pelos agricultores — valores reais
(em R$ de julho de 1995/unidade)

Anos/Produtos	Cebola (kg)	Mamona (kg)	Pimenta-do-reino (kg)	Sisal (kg)	Uva (kg)	Bezerro (até 1 ano — cab.)	Boi gordo p/ corte (15kg)	Vaca leiteira de raça (cab.)
1990	0,74	0,27	1,32	0,20	0,35	181,00	36,88	887,99
1991	0,44	0,22	1,08	0,20	0,31	160,34	33,99	716,08
1992	0,46	0,24	0,89	0,18	0,26	146,13	32,43	612,85
1993	0,47	0,27	0,96	0,19	0,22	157,49	34,37	654,05
1994	0,33	0,25	1,38	0,21	0,12	162,79	30,13	728,67
Jun. 93	0,72	0,38	0,86	0,23	0,00	162,86	32,15	703,59
Jul.	0,52	0,34	0,97	0,21	0,00	158,41	34,25	691,94
Ago.	0,55	0,31	0,95	0,18	0,00	166,95	41,27	718,94
Set.	0,35	0,31	1,35	0,18	0,00	172,31	41,17	724,61
Out.	0,19	0,35	1,34	0,18	0,00	163,68	38,24	721,64
Nov.	0,22	0,32	1,48	0,21	0,00	165,97	37,92	719,37
Dez.	0,16	0,28	1,10	0,20	0,00	164,58	38,13	706,21
Jan. 94	0,19	0,29	1,06	0,20	0,42	170,32	37,51	711,70
Fev.	0,37	0,30	0,99	0,23	0,39	169,74	34,56	688,51
Mar.	0,42	0,35	1,04	0,28	0,34	172,21	34,80	680,37
Abr.	0,36	0,35	1,56	0,28	0,35	173,80	34,02	700,93
Maio	0,42	0,32	1,87	0,28	0,00	175,28	30,22	752,46
Jun.	0,34	0,29	1,38	0,23	0,00	193,57	36,60	840,68
Jul.	0,36	0,21	1,53	0,17	0,00	163,44	27,55	728,63
Ago.	0,33	0,22	1,63	0,16	0,00	171,44	28,37	772,69
Set.	0,31	0,23	1,61	0,19	0,00	173,82	28,07	808,59
Out.	0,41	0,23	1,73	0,22	0,00	181,93	32,24	871,65
Nov.	0,38	0,23	1,75	0,24	0,00	181,24	33,93	912,03
Dez.	0,40	0,24	1,68	0,24	0,00	178,31	31,75	954,59
Jan. 95	0,40	0,24	1,55	0,23	0,58	168,96	27,99	902,80
Fev.	0,45	0,24	1,60	0,25	0,42	167,93	27,11	891,97
Mar.	0,43	0,25	1,67	0,27	0,48	161,07	25,86	863,59
Abr.	0,45	0,25	1,79	0,26	0,00	152,37	24,26	818,56
Maio	0,48	0,24	1,69	0,24	0,59	144,99	22,98	798,41
Jun.	0,70	0,25	1,68	0,24	0,00	134,37	21,77	768,36
Jul.	0,77	0,24	1,59	0,23	0,00	128,57	22,36	761,40

A confirmação de que a safra de laranja é maior do que a do ano passado, apesar das geadas ocorridas em 1994, contribui para o declínio das cotações.

Brasil — preços recebidos — laranja

(em R$ de julho de 1995/cento)



Brasil — preços recebidos pelos agricultores — valores reais (em R$ de julho de 1995/unidade)

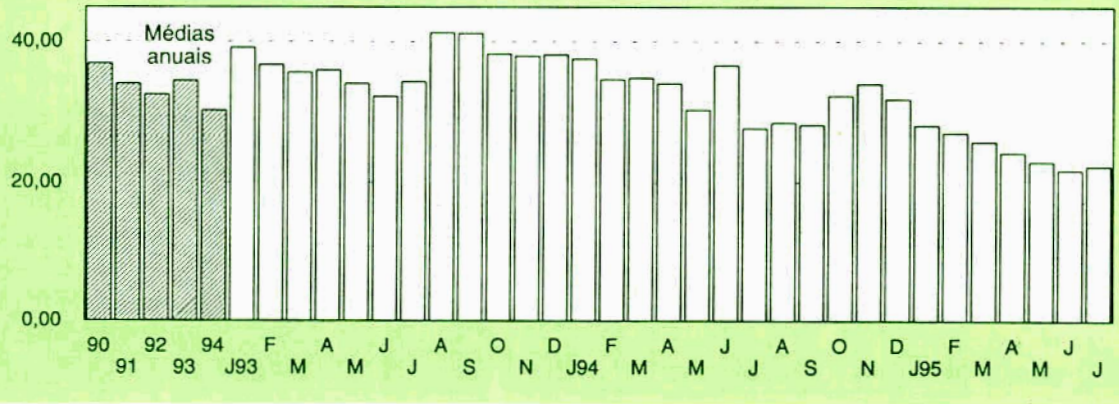
Anos/Produtos	Vaca leiteira comum (cab.)	Suíno para corte (15kg)	Frango/galinha corte (kg)	Leite (l)	Lã (15kg)	Ovos (dúzia)	Mel de abelha (l)	Boi magro (cab.)
1990	544,87	22,04	1,60	0,37	32,98	0,99	3,71	338,99
1991	447,73	21,09	1,36	0,35	19,47	0,87	4,34	293,08
1992	382,19	18,27	1,20	0,33	30,84	0,84	2,80	272,89
1993	406,86	20,42	1,21	0,34	25,62	0,94	2,91	286,08
1994	443,32	16,88	1,04	0,28	27,15	0,80	3,02	287,38
Jun. 93	425,17	21,23	1,16	0,42	22,21	1,14	3,10	282,52
Jul.	418,34	21,93	1,28	0,43	22,12	1,09	3,28	286,20
Ago.	445,61	21,64	1,33	0,41	26,34	1,05	3,46	310,14
Set.	450,62	21,47	1,33	0,39	26,95	0,94	3,39	326,38
Out.	446,26	20,79	1,25	0,36	24,72	0,86	3,24	320,12
Nov.	450,65	21,46	1,29	0,34	25,63	0,79	3,35	309,11
Dez.	444,73	23,61	1,36	0,32	24,95	0,84	3,26	319,01
Jan. 94	447,05	20,80	1,32	0,31	28,04	0,85	3,11	313,53
Fev.	440,83	18,77	1,23	0,30	26,10	0,89	2,86	305,79
Mar.	432,66	18,67	1,19	0,29	26,77	0,93	2,91	314,11
Abr.	433,00	17,05	1,17	0,29	28,51	0,95	2,96	317,40
Maio	469,77	16,94	1,17	0,32	29,68	0,95	3,22	297,29
Jun.	506,76	18,79	1,16	0,31	30,18	0,97	3,44	336,44
Jul.	436,68	16,27	1,05	0,29	27,62	0,91	3,06	284,47
Ago.	475,69	16,25	1,03	0,29	27,33	0,88	3,22	294,59
Set.	487,79	17,27	0,95	0,30	29,59	0,80	3,31	297,54
Out.	517,78	18,36	0,99	0,29	32,80	0,71	3,50	312,55
Nov.	533,05	19,02	1,07	0,29	31,68	0,74	3,59	323,65
Dez.	551,75	20,05	1,11	0,29	32,84	0,74	3,85	319,00
Jan. 95	516,09	19,55	1,08	0,30	34,71	0,75	4,41	293,70
Fev.	502,89	18,12	0,95	0,29	33,04	0,71	4,59	293,33
Mar.	483,71	17,02	0,84	0,28	33,91	0,67	4,71	279,59
Abr.	498,49	15,98	0,79	0,28	33,50	0,64	4,80	262,01
Maio	453,74	14,93	0,79	0,29	34,15	0,63	5,07	249,31
Jun.	421,60	13,84	0,77	0,29	32,83	0,63	5,31	233,68
Jul.	416,89	13,34	0,77	0,28	33,20	0,60	5,31	228,72

Fontes dos dados primários, brutos: empresas estaduais de assistência técnica e extensão rural, Instituto de Economia Agrícola (SP), Empresa de Pesquisa Agropecuária de Minas Gerais, Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira e prefeituras municipais.
Elaboração: Centro de Estudos Agrícolas — IBRE — FGV.

Estatísticas recentes do IBGE indicam que o primeiro semestre deste ano os abates de bovinos aumentaram 12% em relação a igual período do ano anterior. Isto e a expansão na oferta de outras carnes, como aves e suínos, impedem a recuperação dos preços do boi gordo.

Brasil — preços recebidos — boi gordo

(em R$ de julho de 1995/kg)



MARIA JOSÉ C. MONTEIRO

Mercado externo

As previsões do mercado foram realizadas no dia 23 de agosto e refletem as expectativas dos analistas em relação aos preços de setembro de 1995.

Preços / Produtos	Média dos 1os futuros				Futuros												Tendência	Fatores ponderáveis
	Agosto 1994	Julho - 1995	1 a 21 Agosto 1995	15 a 21 Agosto 1995	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J		
Açúcar raw US¢/lb-peso	11,92	10,27	10,95	11,13			10,95					10,50		10,48				Estruturalmente, a tendência do mercado é de baixa. A safra 1995/96 se desenvolve sem maiores problemas nos principais países produtores. A Índia, grande importador, deve ter uma produção melhor do que a esperada (11,4 milhões de t).
Algodão 1-1/16" US¢/lb-peso	66,80	78,42	75,80	79,18			75,80		73,74			74,69		75,54		76,06		Previsões do USDA indicam um excedente mundial de mais de 4 milhões de fardos. No entanto, notícias especulativas, por ocasião do início da colheita da safra americana, como ameaças de infestações por insetos, devem agitar o mercado no curto prazo.
Cacau Bahia US$/ tonelada	1.389,61	1.253,63	1.291,00	1.291,80		1.291,00			1.325,00			1.355,73		1.378,20		1.398,13		A relação mundial entre estoques e moagens, segundo a ICCO, continua em 48%. As pressões baixistas que adviriam das perspectivas da boa safra na Costa do Marfim devem ser em parte compensadas pela incerteza sobre a produção da Malaísia e da Indonésia, além da já certa redução na safra brasileira.
Café contrato com Nova York US¢/lb-peso	193,92	139,93	145,41	146,46		145,41			143,95			140,71		139,32		137,98		— As previsões das diversas entidades quanto à safra brasileira de 1995/96, prejudicada pelas geadas e pela seca, começam a convergir. — A continuada queda dos estoques nos países consumidores traz de volta os compradores ao mercado.

Fonte dos dados brutos: bolsas de Nova York e Chicago.

Mercado externo

Preços / Produtos	Média dos 1os futuros				Futuros												Tendência	Fatores ponderáveis
	Agosto 1994	Julho 1995	1 a 21 Agosto 1995	15 a 21 Agosto 1995	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J		
Milho two yellow US¢/ bushel	219,26	285,70	280,30	282,35		280,30			278,66			285,33		288,64		290,37	↗	A onda de calor que atingiu os EUA no verão e a elevada umidade do solo em algumas regiões produtoras norte-americanas devem causar queda no rendimento físico da lavoura naquele país.
Soja-grão one yellow US¢/ bushel	573,35	620,56	592,45	592,50	592,45	595,59		603,75		612,77		621,83		629,23		632,46	↗	As indefinições da nova safra dos EUA continuam sendo um fator de sustentação do mercado. Apenas 40% da safra foram plantados até 15 de junho.
Soja-farelo US$/ tonelada	173,63	177,47	175,11	175,14	175,11	176,78	178,50		181,63	183,25		185,65		187,28			↗	A demanda internacional permanece aquecida e o USDA divulgou que as vendas peruanas de farinha de peixe caíram 12% no primeiro semestre.
Trigo soft red US¢/ bushel	344,89	447,50	434,23	428,45		434,23			446,38			444,35		413,22		376,35	↗	A relação estoque/consumo internacional atingiu os níveis mais baixos em vários anos e a safra dos países da ex-URSS será a pior desde 1965.
Suco de laranja U$¢/lb-peso	94,12	99,66	103,56	106,65		103,56		103,79		105,09		107,49		110,16		112,77	↘	A intensidade abaixo da esperada do furacão Erim, associada ao avanço de 7% da safra de laranjas 1995/96 da Flórida, pode levar as cotações a patamar inferior a US¢100/libra-peso em setembro.

Mercado interno

Os preços nominais foram corrigidos pelo IGP-DI até junho de 1994 e convertidos em R$ mediante a divisão pelo valor da URV média de junho de 1994. Posteriormente, foram corrigidos pelo IGP-DI (da nova base, após a implantação do real) para julho de 1995. Os preços de agosto são nominais.

Produtos / Preços	Agosto 1994	Julho 1995	1 a 21 Agosto 1995	15 a 21 Agosto 1995	Tendência	Fatores ponderáveis
Algodão tipo 6 – sul do Brasil – R$/15kg disponível	26,48	21,43	20,78	20,72	→	O mercado não está muito comprador. A elevação das alíquotas de importação de tecidos pode mudar um pouco esta situação. No entanto, o mercado encontra-se bem abastecido. Para 1995, a Conab estima que os estoques finais de algodão em pluma deverão atingir 252,9 mil toneladas, um dos mais altos nos últimos 10 anos, dos quais quase 90% estão estocados na iniciativa privada.
Arroz agulhinha R$/sc. 60kg	32,71	26,83	27,80	28,25	→	Há pouco arroz livre no mercado, visto que grande parte da safra foi imobilizada em EGF e AGF, o que pode dar alguma sustentação aos preços. Por outro lado, há uma forte redução na procura do produto, em razão do deslocamento da demanda em direção aos produtos de maior valor unitário devido à estabilização monetária.
Café tipo 6 R$/sc. 60kg	217,86	145,23	151,75	151,31	↗	— Oferta interna insuficiente forçosamente levará à mobilização parcial dos estoques oficiais. Contudo, ainda não há consenso entre autoridades e lideranças setoriais quanto ao início do leilão de estoques.
Boi gordo R$/arroba	28,82	25,38	25,20	24,80	↘	A forte competição com a carne de frango, cuja oferta e preços estão muito favoráveis ao consumidor, pressiona o mercado de carne bovina. Importações da Argentina e Uruguai, com prazos de até 90 dias, e o alto índice de confinamento e bom manejo de capineiras no inverno suavizam o período de entressafra.

Fontes dos dados brutos: algodão e café — BM&F; arroz, feijão, milho e soja — Bolsa de Cereais de São Paulo; boi gordo — IEA-SP e frango vivo — APA-SP.
Nota: Todos os preços referem-se ao mercado de São Paulo, capital, exceto os do boi gordo, que são de Presidente Prudente, SP.

Mercado interno

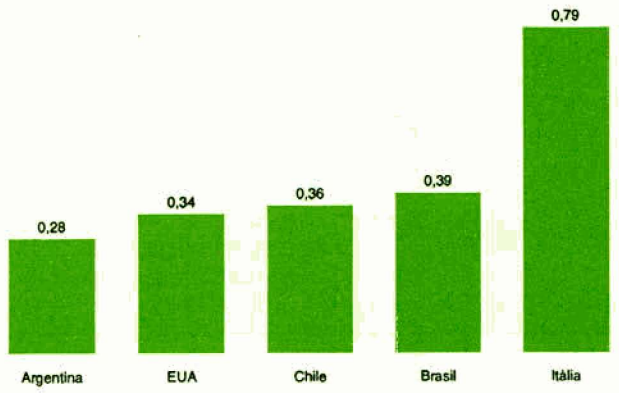
Produtos / Preços	Agosto 1994	Julho 1995	1 a 22 Agosto 1995	16 a 22 Agosto 1995	Tendência	Fatores ponderáveis
Feijão carioquinha especial R$/sc. 60kg	44,88	26,00	26,00	26,00	→	Mercado paulista bem abastecido e com boas perspectivas com relação à oferta, pelo menos até o mês de outubro. O preço no atacado e no produtor é considerado baixo, o que poderia influenciar negativamente as safras seguintes. Os preços dos outros produtos agrícolas, no entanto, também não estão muito convidativos e a oferta de feijão nos próximos meses deverá ser normal.
Frango vivo R$/kg	0,70	0,56	0,60	0,63	→	O inverno ameno frustrou as expectativas de aumento do preço da carne bovina, abortando, por conseguinte, a tendência sazonal de avanço na cotação da ave.
Milho amarelo semiduro R$/60kg	9,23	7,33	7,24	7,23	→	Com o fim da colheita da safrinha, interrompem-se as pressões baixistas sobre as cotações, que, no entanto, deverão continuar a refletir o nível recorde da oferta atual.
Soja-grão industrial R$/60kg	13,76	11,00	11,77	11,90	↗	A realização dos leilões pelo governo federal aliviou a pressão anterior, mas o mercado mantém sua tendência de alta, também influenciado pelas notícias do mercado externo.

Organização:
ELIANA CONDE B. VIGLIO

Comparativo internacional de preços — insumos industriais

Óleo diesel

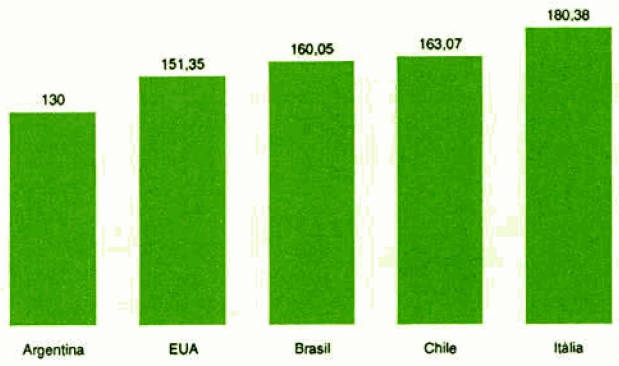
(US$/l — inclui impostos)



	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Argentina	0,28	0,27	0,28	0,28
EUA	0,35	0,34	0,33	0,34
Chile	0,35	0,35	0,37	0,36
Brasil	0,40	0,38	0,38	0,39
Itália	0,78	0,79	0,79	0,79

Óleo combustível

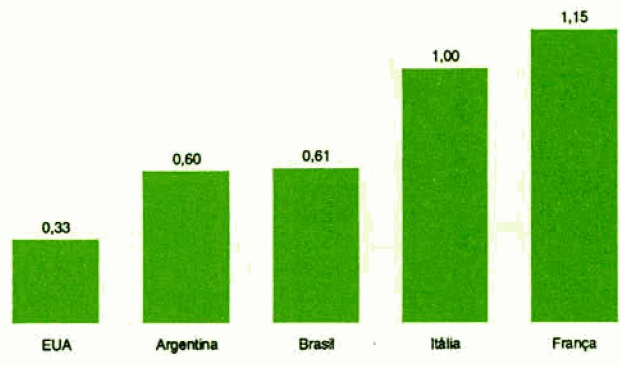
(US$/t — inclui impostos)



	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Argentina	130,00	130,00	n/d	130,00
EUA	169,77	135,82	148,45	151,35
Brasil	167,50	156,33	156,33	160,05
Chile	169,97	149,06	170,18	163,07
Itália	186,73	175,09	179,32	180,38

Gasolina comum

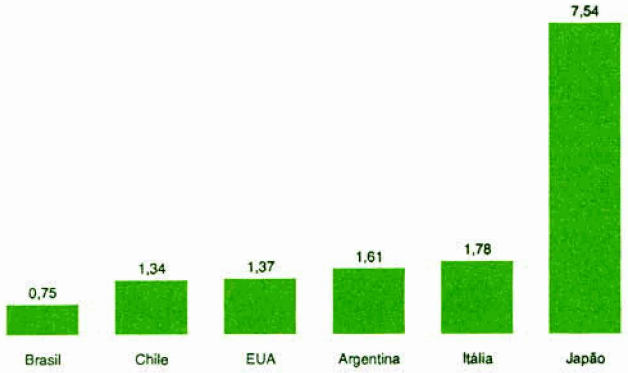
(US$/l — inclui impostos)



	Fev.	Mar.	Abr.	Média
EUA	0,34	0,33	0,32	0,33
Argentina	0,61	0,60	0,60	0,60
Brasil	0,64	0,60	0,60	0,61
Itália	0,98	1,00	1,01	1,00
França	1,11	1,16	1,19	1,15

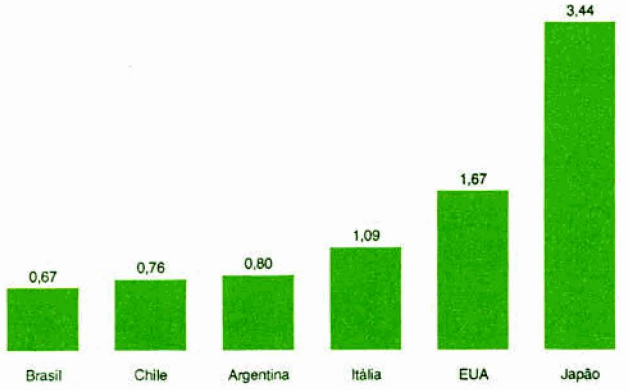
Comparativo internacional de preços — preços ao consumidor

Arroz
(US$/kg)



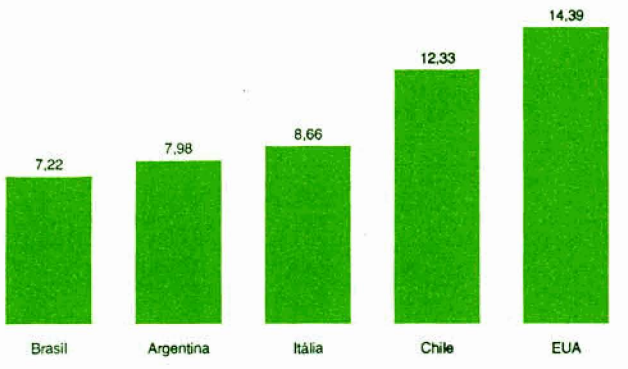
	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Brasil	0,80	0,72	0,72	0,75
Chile	1,33	1,33	1,35	1,34
EUA	1,37	1,37	1,37	1,37
Argentina	1,61	1,61	1,61	1,61
Itália	1,85	1,75	1,75	1,78
Japão	6,93	7,56	8,14	7,54

Açúcar refinado
(US$/kg)



	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Brasil	0,70	0,66	0,66	0,67
Chile	0,75	0,75	0,77	0,76
Argentina	0,78	0,81	0,81	0,80
Itália	1,08	1,03	1,16	1,09
EUA	1,62	1,70	1,70	1,67
Japão	3,16	3,44	3,71	3,44

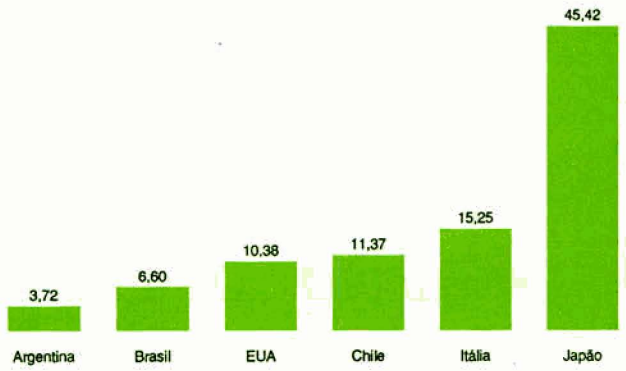
Café torrado
(US$/kg)



	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Brasil	7,43	6,87	7,36	7,22
Argentina	7,98	7,98	n/d	7,98
Itália	8,98	8,51	8,48	8,66
Chile	10,19	11,59	15,20	12,33
EUA	15,10	15,74	12,34	14,39

Carne bovina

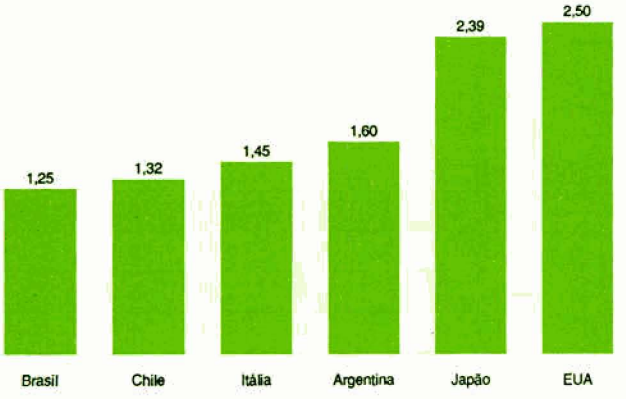
(US$/kg)



	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Argentina	3,68	3,74	3,74	3,72
Brasil	7,02	6,67	6,11	6,60
EUA	10,59	10,48	10,07	10,38
Chile	11,36	11,30	11,46	11,37
Itália	15,42	15,19	15,15	15,25
Japão	41,73	45,50	49,03	45,42

Ovos grandes

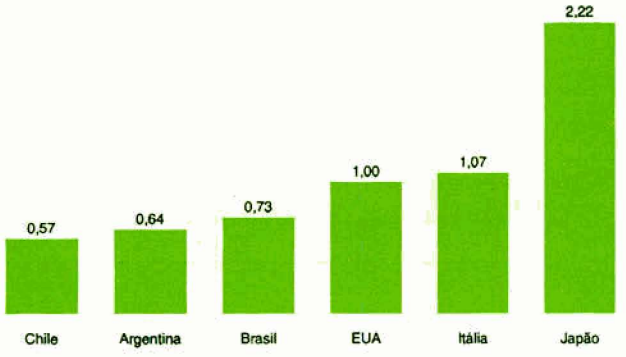
(US$/dúzia)



	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Brasil	1,31	1,22	1,22	1,25
Chile	1,33	1,33	1,30	1,32
Itália	1,46	1,45	1,45	1,45
Argentina	1,60	1,60	1,60	1,60
Japão	2,20	2,40	2,58	2,39
EUA	2,50	2,50	2,50	2,50

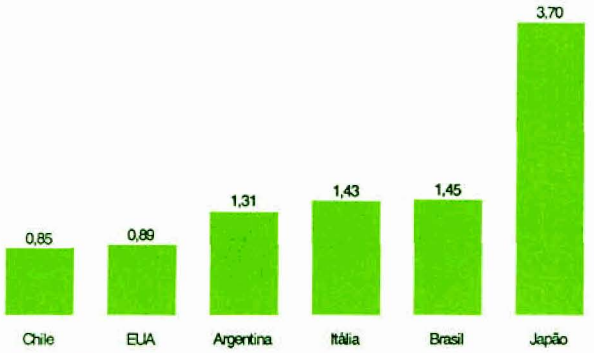
Leite fluido

(US$)/l)



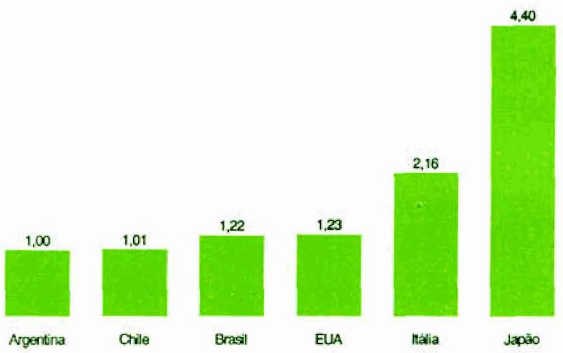
	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Chile	0,57	0,56	0,57	0,57
Argentina	0,65	0,63	0,63	0,64
Brasil	0,74	0,69	0,77	0,73
EUA	0,92	1,01	1,08	1,00
Itália	1,10	1,05	1,05	1,07
Japão	2,04	2,22	2,39	2,22

Manteiga
(US$/200g)



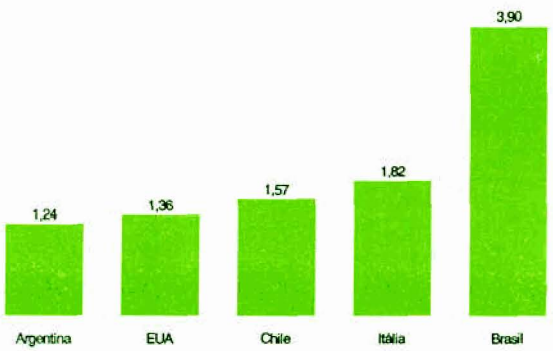
	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Chile	n/d	0,84	0,85	0,85
EUA	0,97	0,85	0,85	0,89
Argentina	1,31	1,31	1,31	1,31
Itália	1,27	1,51	1,51	1,43
Brasil	1,44	1,40	1,51	1,45
Japão	3,40	3,71	3,99	3,70

Pão
(US$/kg)



	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Argentina	1,00	1,00	1,09	1,00
Chile	1,01	1,01	1,02	1,01
Brasil	1,43	1,11	1,11	1,22
EUA	1,20	1,29	1,20	1,23
Itália	2,17	2,16	2,15	2,16
Japão	4,04	4,41	4,75	4,40

Vinho de mesa tinto
(US$/l)



	Fev.	Mar.	Abr.	Média
Argentina	1,24	1,24	1,24	1,24
EUA	1,36	1,36	1,36	1,36
Chile	1,57	1,56	1,59	1,57
Itália	1,83	1,81	1,81	1,82
Brasil	4,05	3,72	3,94	3,90

Nota: Os dados reproduzidos foram gentilmente cedidos pelo Instituto de Estudios Económicos sobre la Realidad Argentina y Latinoamericana da Fundación Mediterránea.
Fonte: *Novedades Económicas* IEERAL; Depto. de Informática, Estatísticas e Censos, Subsecretaria de Planejamento da Província de Córdoba, Argentina; Somisa; Sinco; Pasa Petroquímica; Irmãos Ramos; Adimra; Casa Petrini; Alvar; Diário *La Voz del Interior*; *International PetroleumTimes*; Preços ao Produtor e Índices de Preços dos EUA, Escritório de Estatísticas do Trabalho do US Department of Labor; *Metal Bulletin*; Monthly Statistics of Japan; Ministério da Fazenda do Brasil; Cosipa; Cenelat (Central de Negócios Laticínios); *Folha de S. Paulo*; *O Estado de S. Paulo*; *Correio Popular*; *Gazeta Mercantil*; Listino Prezzi all'ingrosso di Milano; Câmara de Comércio de Milão; Il Sole 24 ore; *L'Auto Journal*; Instituto Nacional de Estatísticas do Chile; Câmara Chilena da Construção; Compañia de Acero del Pacífico; Mil Autos.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación

ÚLTIMOS LANÇAMENTOS



La investigación sobre administración rural para el desarrollo del pequeño agricultor.
(Serie FAO: Sistemas de Explotación Agrícola nº 6)
327 páginas, US$ 31,00

Situación y perspectivas de los productos básicos: 1994-1995.
(Colección FAO: Desarrollo económico y social nº 53)
186 páginas, US$ 40,00

El cultivo de la soja en los trópicos. — mejoramiento y producción.
Preparado por um grupo de cientistas do Centro Nacional de Pesquisa da Soja da EMBRAPA
(Colección FAO: Producción y protección vegetal nº 27)
260 páginas, US$ 50,00

El capibara (Hydrochoerus hydrochaeris).
Estado Actual de su Producción.
(Estudio FAO Producción y Sanidad Animal nº 122)
114 páginas, US$ 12,00

La domesticación y cria de la paca (Agouti paca).
(Guía FAO Conservación nº 26)
91 páginas, US$ 10,00

Examen de la situación mundial de las especies altamente migratorias y las poblaciones transzonales.
(Documento Técnico Pesca nº 337)
81 páginas, US$ 10,00

Construcción de embarcaciones pesqueras: 2. — Construcción de embarcaciones pesqueras en fibra de vidrio.
(Documento Técnico Pesca nº 321)
108 páginas, US$ 10,00

Orientaciones para la promoción de la ordenación medioambiental del desarrollo de la acuicultura costera.
(Documento Técnico Pesca nº 328)
144 páginas, US$ 14,00

Editora da Fundação Getulio Vargas
Praia de Botafogo, 190 — 6º andar
22.253-900, Rio de Janeiro, RJ
Tel.: (021) 536-9110 e 536-9196
Fax.: (021) 551-5755 e 551-1596

Faça hoje mesmo seu pedido e ganhe um desconto especial de 35%. Preços em US dólares, convertidos pelo câmbio comercial do dia do pagamento, através de cheque nominal à Fundação Getulio Vargas, depósito na conta 55.597.036.1 do Banco do Brasil S.A agência 0287-9 (encaminhar cópia do comprovante) ou cartão de crédito (informar número e validade).

Várias medidas recentemente divulgadas poderão ter impacto sobre a próxima safra. Destacam-se os ajustes no Regulamento do Proagro e a instituição de uma nova linha de crédito para integralização de cotas-partes de cooperativas de produção. Em meados de agosto foram anunciados os preços mínimos para a próxima safra de verão que são aqui publicados junto com os parâmetros que nortearam sua fixação.

Resolução nº 2.184, de 26-7-95, do Bacen

Dispõe sobre redução do limite de risco e outros ajustes no regulamento do Proagro.

O Banco Central do Brasil, na forma do art. 9º da Lei nº 4.595, de 31-12-64, torna público que o Conselho Monetário Nacional, em sessão realizada em 20-7-95, tendo em vista as disposições do art. 4º, inciso VI, da citada Lei, do art. 4º da Lei nº 4.829, de 5-11-65, e do art. 4º do Decreto nº 175, de 1º-7-91,

Resolveu:

Art. 1º Inserir as seguintes alterações no regulamento do Programa de Garantia da Atividade Agropecuária (Proagro):

I — reduzir o limite de risco para R$ 150.000,00 (cento e cinqüenta mil reais), desprezando-se os valores enquadrados anteriormente a este normativo, para efeito de apuração desse parâmetro (MCR 7-2-8/9);

II — vedar, por tempo indeterminado, a adesão de empreendimentos com três coberturas deferidas relativamente aos três últimos enquadramentos;

III — excluir do amparo do programa perdas decorrentes das doenças denominadas cancro da haste (*Diaporthe phaseolorum l. sp. meridionalis; Phomopsis phaseoli f. sp. meridionalis*) e nematóide de cisto (*Heterodera glycines*) na lavoura de soja, implantada com variedades consideradas suscetíveis pela pesquisa oficial, independentemente do tipo de tecnologia utilizada no empreendimento;

IV — fixar o máximo de 0,5% (cinco décimos por cento) e o mínimo de 0,06% (seis centésimos por cento) do limite de risco, para efeito de remuneração do técnico responsável pela comprovação de perdas, prevista no MCR 7-7-4.

Art. 2º Em conseqüência, encontram-se anexas as folhas necessárias à atualização do Manual de Crédito Rural (MCR).

Art. 3º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 24 de julho de 1995

Gustavo Jorge Laboissiere Loyola, presidente

Os capítulos do Manual de Crédito Rural que foram alterados são os seguintes:

Capítulo: Programa de Garantia da Atividade Agropecuária (Proagro) - 7

Seção: Enquadramento - 2

6 — Veda-se o enquadramento de recursos destinados a:

a) empreendimento sem o correspondente orçamento analítico;

b) empreendimento já enquadrado na mesma safra ou ano civil;

c) aquisição de insumos como antecipação de custeio;

d) custeio de beneficiamento ou industrialização;

e) custeio de qualquer lavoura consorciada com pastagem;

f) atividade pesqueira;

g) prestação de serviços mecanizados;

h) empreendimento implantado em época ou local impróprio, sob riscos freqüentes de eventos adversos, conforme indicações da tradição, da pesquisa ou da experimentação;

i) empreendimento de responsabilidade de pessoa física ou jurídica impedida de participar do crédito rural como tomador no âmbito do Sistema Nacional de Crédito Rural (SNCR);

j) empreendimento com três coberturas deferidas relativamente aos três últimos enquadramentos.

8 — Veda-se ainda, em qualquer hipótese, o enquadramento de recursos que elevam o risco do Proagro com o mesmo beneficiário a mais de R$150.000,00 (cento e cinqüenta mil reais).

Capítulo: Programa de Garantia da Atividade Agropecuária (Proagro) - 7

Seção: Cobertura - 5

3 — Não são cobertas pelo Proagro as perdas decorrentes de:

a) evento ocorrido fora da vigência do amparo do programa definida neste capítulo;

b) incêndio de lavoura;

c) erosão;

d) plantio extemporâneo;

e) falta de práticas adequadas de controle de pragas e doenças endêmicas no empreendimento;

f) deficiências nutricionais provocadoras de perda de qualidade ou da produção, identificadas pelos sintomas apresentados;

g) exploração de lavoura há mais de 3 (três) anos, na mesma área, sem a devida prática de conservação e fertilização do solo;

h) qualquer outra causa não contemplada no item anterior, inclusive tecnologia inadequada;

i) cancro da haste (*Diaporthe phaseolorum f. sp. meridionalis; Phomopsis phaseoli f. sp. meridionalis*) e nematóide de cisto (*Heterodera glycines*) na lavoura de soja, implantada com variedades consideradas suscetíveis pela pesquisa oficial, independentemente do tipo de tecnologia utilizada no empreendimento.

Capítulo: Programa de Garantia da Atividade Agropecuária (Proagro) - 7

Seção: Despesas - 7

4 — Respeitado o máximo de 0,5% (cinco décimos por cento) e o mínimo de 0,06% (seis centésimos por cento) do limite de risco do programa, a remuneração do técnico responsável pela comprovação de perdas e devida a razão de 1% (um por cento) do valor total liberado para o empreendimento, crédito e correspondentes recursos próprios, na data da entrega do relatório de comprovação de perdas concluso.

Resolução nº 2.185, de 26-7-95, do Bacen

Dispõe sobre linha de crédito para integralização de cotas-partes de cooperativa de produção.

O Banco Central do Brasil na forma do art. 9º da Lei nº 4.595, de 31.12.64, torna público que o Conselho Monetário Nacional, em sessão realizada em 20.7.95, tendo em vista as disposições do art. 4º, inciso VI, da citada Lei, e dos arts. 4º e 14 da Lei nº 4.829, de 5.11.65, resolveu:

Art. 1º Admitir a concessão de crédito rural para integralização de cotas-partes do capital social de cooperativa de produção, no montante de até R$700.000.000,00 (setecentos milhões de reais), observadas as seguintes condições:

I — destinação dos recursos: saneamento financeiro, com prioridade para regularização das operações de crédito rural de responsabilidade de cooperativas ou de seus associados;

II — projeto técnico: deve ser exigido projeto técnico contemplando a reestruturação econômico-financeira da cooperativa, cuja implementação deverá ser rigorosamente supervisionada pelo agente financeiro;

III — fontes de recursos: recursos obrigatórios, previstos no MCR 6-2, e Fundo de Defesa da Economia Cafeeira (Funcafé);

IV — limite de crédito: até R$5.000.000,00 (cinco milhões de reais) por cooperativa, admitida a ampliação desse valor desde que o crédito destine-se, em sua totalidade, à regularização de dívidas de crédito rural;

V — prazo de financiamento: até 5 (cinco) anos, incluído 1 (um) ano de carência;

VI — remuneração financeira: Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP), acrescida de margem de 4% a.a. (quatro por cento ao ano);

VII — prazo para contratação: até 31.10.95.

1. Os recursos do Funcafé serão aplicados com exclusividade pelo Banco do Brasil S.A., no montante de até R$100.000.000,00 (cem milhões de reais), para atendimento às cooperativas de cafeicultores, segundo a disponibilidade do Fundo após a provisão necessária à satisfação de compromissos assumidos anteriormente.

2. Aplicam-se às operações as normas do MCR 5-3 que não conflitarem com as condições estabelecidas neste normativo.

Art. 2º Fica o Banco Central do Brasil autorizado a adotar as medidas que se fizerem necessárias ao cumprimento do disposto nesta Resolução, ouvida a Secretaria de Acompanhamento Econômico, do Ministério da Fazenda, e a Secretaria de Política Agrícola, do Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária.

Art. 3º Esta Resolução entra em vigor na data de sua publicação.

Brasília, 26 de julho de 1995

Gustavo Jorge Laboissiere Loyola, presidente

Plano de safra 1995/96
Preços mínimos

Produtos	Unidade	Atuais	Propostos
Algodão em caroço			
Centro-Sul	15 kg	5,52	5,96
Nordeste		5,58	5,96
Arroz irrigado em casca (todo o território nacional)	50 kg	10,02	10,02
Arroz de sequeiro em casca			
Sul, Sudeste, NE, C-O exc. MT	60 kg	8,85	8,85
MT e TO		8,54	8,54
Norte, exceto TO		8,06	8,06
Feijão cores	60 kg	22,50	24,00
Feijão-preto		22,50	24,00
Mandioca-raiz	t	25,50	24,00
Milho			
Sul, Sudeste, C-O (MT) e BA (SUL)	60 kg	6,32	6,00
MT e TO		6,00	5,70
AC e RO		5,69	5,40
Soja em grãos			
Sul, Sudeste, C-O exceto MT	60 kg	8,14	8,14
MT, PA, TO e Nordeste		7,73	7,73
AC e RO		7,32	7,32

Fonte: Conab/Dipla/Depae em 14 de agosto de 1995.

Proposta de preço mínimo para a safra 1995/96: Sumário

Algodão em caroço

1. Premissas Básicas:

• as importações acima do necessário, para complementar o consumo interno, sendo preciso estabelecer limitações;

• os preços do mercado interno estão muito abaixo dos preços internacionais e da paridade de importações;

• necessidade de aumento da área plantada, para compatibilizar a produção com o consumo interno.

2. Parâmetros	Atuais	Previstos
Preços mínimos (R$/15kg)		
Centro-Sul	5,52	5,96
Nordeste	5,58	5,96
Custo variável de produção	5,55	
Paridade de importação CIF/SP		
Origem USA	32,16	
Origem Argentina	29,94	

3. Medidas complementares:

• reduzir dos prazos de financiamento das importações para 30 dias;

• estabelecer alíquota de importação de 6%;

• criar armazéns alfandegados, como alternativa à eliminação de prazo de financiamento das importações;

• reduzir/facilitar o pagamento de ICMS para exportação.

Arroz

1. Premissa básica:

• manutenção do preço mínimo. Fixado em torno de 4,7% abaixo da paridade de importação de arroz tailandês da melhor qualidade (Thay 100 B), partindo da cotação FOB de U$282,76 por tonelada.

2. Parâmetros	Atuais	Previstos
Arroz Irrigado		
Preço mínimo básico R$/50kg	10,02	10,02
Paridade importação produtor	-	10,51
Alíquota de importação	20%	10%
Cotação FOB Bangkok/t	340,00	282,76
Custo variável de produção	7,47	-
Custo operacional de produção	9,15	-
Arroz de sequeiro		
Preço mínimo básico R$/60kg	8,85	8,85

3. Medidas complementares de defesa comercial:

• manutenção da alíquota de 20% até julho de 1996;

• manutenção do pagamento à vista das importações.

Feijão

1. Premissa básica:

• Preço mínimo fixado com base no custo variável médio de produção da região Centro-Sul para a produtividade de 800kg/ha.

2. Parâmetros	Atuais	Previstos
Preço mínimo básico (R$/60kg)	22,50	24,00
Alíquota de importação	0%	10%
Custo variável de produção	24,32	-
Preço sazonal - set./nov.	35,00	-

3. Medida complementar:

• retorno da alíquota de importação para 10% após o início da 1ª safra, a partir de 1º-12-95.

Milho

1. Premissa básica:

• manutenção do preço mínimo. Fixado em torno de 13,04% abaixo da paridade de importação do milho argentino, partindo da cotação FOB de US$108,00 por tonelada, e cerca de 26% acima do custo variável de produção.

2. Parâmetros	Atuais	Previstos
Preço mínimo (R$/60 kg)	6,32	6,00
Paridade importação produtor	-	6,90
Cotação FOB Argentina/t	135,00	108,00
Custo variável de produção	5,02	-

3. Medida complementar:

• manutenção do pagamento à vista das importações para a região Centro-Sul.

Soja

1. Premissas básicas:

• preços internacionais para a próxima safra: US$ 5,10/bushel a US$ 6,10/bushel; (US$187,40/t a US$224,14/t);

• exportação a US$5,60/bushel (US$205,77/t) e um preço CIF-Paranaguá de R$10,00/60kg; que corresponde a uma paridade do produto em Cascavel-PR R$9,01/60kg; Dourados-MS R$8,42/60kg; Rio Verde-GO R$8,42/60 kg; Rondonópolis-MT R$7,20/kg.

2. Parâmetros	Atuais	Previstos
Preços mínimos (R$/60kg)		
Sul, Sudeste, C-O(-MT)	8,14	8,14
MT, PA, TO e NE	7,73	7,73
RO e AC	7,32	7,32
Custo variável de produção		
Sul e Sudeste	7,14	
C-O (exceto MT)	7,23	
MT	7,37	

Preço ao produtor	Mar.-Jun. 95	Maio (piso)	Jul. 95
PR	8,61	8,33	9,69
MS	7,94	7,62	8,34
GO	7,56	7,21	7,70
MT	7,24	7,05	7,18

3. Medidas complementares:

• redução da carga tributária para exportação;

• melhoria das estradas da zona de produção aos portos, visando reduzir despesas com frete.

Mandioca

1. Premissa básica:

• redução do preço mínimo em cerca de 5,9%. Nível consistente com o custo variável médio de produção da região Centro-Sul para a produtividade de 22.000kg/ha de mandioca-raiz.

2. Parâmetros	Atuais	Previstos
Preço mínimo R$/t	25,50	24,00

3. Medida complementar:

• implementação do programa de comercialização de 120 mil toneladas de farinha de mandioca, visando reduzir os estoques oficiais que se encontram elevados.

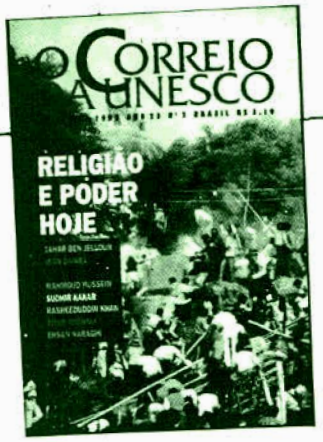
MARIA JOSÉ CYHLAR MONTEIRO

Para conhecer melhor nossas revistas, adquirir uma assinatura nova ou fazer sua renovação, entre em contato com qualquer um de nossos representantes de assinatura ou procure uma de nossas livrarias.









REPRESENTANTES DE VENDAS

SÃO PAULO
LOURIVAL DE SOUZA AYRES
Rua dos Navegantes, 242 - Vl. Penteado
Fone: (011) 427-2989

SANTO ANDRÉ/SP
JOÃO BOSCO DOS SANTOS
Rua das Figueiras, 2584 - B. Campestre
Fone: (011) 712-5877 e 440-2909
Fax: (011) 454-9003

RIO DE JANEIRO
AZIK KAUFMANN
Av. 13 de Maio, 47 - sala 2010
Fone: (021) 262-9654
Teletrim: (021) 546-1636 - cod: 700-1000

BRASÍLIA
CLAUDIO HERRERA
SDS Bl. D Entrada 27 sala 31
Fone: (061) 226-7093

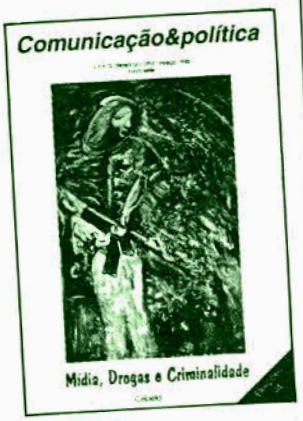
BELO HORIZONTE
GLOSS COM. REPRESENTAÇÃO
Rua São Paulo, 1631 - sala 402
Fone: (031) 291-6853

PORTO ALEGRE
CIA DE VENDAS ESTADUAIS
Rua Vigário José Inácio, 399-CJ. 311
Fone: (051) 224-5680

RECIFE
INACROSS COM. REPRESENTAÇÃO
Rua Gervásio Pires, 149 - sala 02
Fone: (081) 221-2047









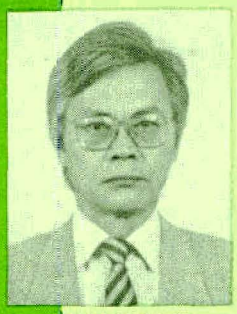
LIVRARIAS FGV

SÃO PAULO
LIVRARIA PREFEITO FARIA LIMA
Av. 09 de Julho, 2029
Fone: (011) 281-7875

RIO DE JANEIRO
LIVRARIA J. CARNEIRO FELIPE
Praia de Botafogo, 188
Fone: (021) 536-9105

BRASÍLIA
LIVRARIA DE BRASÍLIA (FGV)
L2 Norte, 602 - Módulos A-B-C
Fone: (061) 226- 0033

Potencial da floricultura brasileira



MINORO MATSUNAGA

A demanda atual de plantas ornamentais e flores cortadas dos países de Primeiro Mundo alcança US$21 bilhões por ano. Apesar de não se poder contar com nenhum dado quantitativo, o Brasil deve movimentar algo em torno de US$600 milhões anuais, montante estimado a partir do valor para São Paulo (próximo aos US$500 milhões por ano).

A floricultura, envolvendo flores cortadas, flores em vaso, folhagens ornamentais e outros itens, sempre esteve à margem da discussão como atividade econômica da agricultura por puro preconceito. A flor é considerada um produto supérfluo, restrito à camada de alta renda, numa época em que a economia está em busca do controle da inflação e do aumento da oferta de alimentos para a população.

Sujeito a altos e baixos, o setor vem crescendo rapidamente no estado de São Paulo, tornando-se hoje uma das melhores alternativas para quem busca um investimento na agricultura. Isto porque demanda pouca área e o ciclo de produção, dependendo da cultura, é curto (três meses), o que permite um giro rápido do capital. A maioria das culturas está sendo produzida em condições de estufa. Existe uma gama enorme de espécies a serem exploradas, além do apelo que representa a flora do cerrado, ainda pouco conhecida. O setor é promissor, uma vez que, numa crise, é a última atividade da agricultura a ser afetada e a primeira a sair dela.

A estrutura de mercado — representada pelos atacados da Ceagesp, Ceasa-Campinas, leilão Veiling da Holambra e a proposta recente do atacado da Associação Central dos Produtores de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo — dá o suporte adequado para a comercialização. A isto se junta a Câmara Setorial de Flores e Plantas Ornamentais do Estado de São Paulo, cuja proposta é atuar como fórum de debates que envolve todos os segmentos, representados pela produção, comercialização, cooperativas, associações, pesquisa, extensão e ensino, além do setor financeiro. Apóiam ainda o setor organizações como Ibraflor, Abraflor, Sociedade Brasileira de Floricultura, entidades que têm representação nacional.

A produção e o mercado de flores são pouco organizados e estruturados no país, exceto em São Paulo. Nesse sentido, o potencial de crescimento e exploração do mercado interno é muito grande. O consumo de flor cortada no Brasil, por exemplo, ainda é de US$4,00 *per capita*/ano, em comparação com US$70 na Itália, US$48 na Alemanha, US$42 na Holanda e US$40 no Japão (1990). No setor de flores e plantas ornamentais, em estados como São Paulo, Santa Catarina, Rio de Janeiro e Minas Gerais, coexistem pequenos produtores com uma grande variedade de espécies e grandes com poucas linhas de produção. A tecnologia não é homogênea, sendo melhor apropriada pelos grandes produtores. O capital inicial não é grande, o que facilita a entrada de novos produtores.

As tendências apontam para a especialização dentro do setor, a fim de que se atinja uma dada escala de produção. Aliás, para alguns produtores de rosa, crisântemo, violeta, lírio da paz e poinsétia, tal escala aproxima-se dos sistemas de cultivo de produtores norte-americanos. A produção de violeta em São Paulo, por exemplo, está estimada em 18 milhões de vasos em 1995. Uma proposta de maior organização, maior investimento em tecnologia e em qualidade do produto para atingir o consumidor, dentro da tendência de estabilidade da economia, fará o setor se expandir mais rapidamente.

O Mercosul é uma realidade, abrindo sobretudo o mercado da Argentina. Como bloco econômico, é a porta de entrada para as negociações com países externos. Atualmente, somos importadores de rosa cortada e cravo do Chile, Equador e Colômbia, em condições de qualidade e preços competitivos. Assim, os produtores deverão buscar a qualidade como principal fator de competição, o que não ocorreria em tempos passados. Por outro lado, as nossas exportações são modestas, de cerca de US$16 milhões em 1994, o que não representa nada. O Equador, país com pouco mais de 12 anos na atividade, exportou US$40 milhões em 1993, enquanto a Colômbia exportou US$900 milhões no mesmo ano.

O Brasil tem potencial de mercado, por exemplo, para plantas como helicônias, bromélias e antúrios, que têm o chamariz de produto tropical. As condições são lastreadas na tecnologia à disposição do produtor: estufas com controle total das condições ambientais internas, propagação vegetativa por meio da biotecnologia, nível de conhecimentos técnicos em fisiologia e nutrição vegetal. O que falta é nos estruturarmos em moldes empresariais — haja vista o exemplo das empresas que exportam rosa cortada para a Europa.

Para isso, contudo, é necessário equacionar diversos problemas, o que requer maior apoio por parte do governo na solução das questões relacionadas com pesquisa, infra-estrutura adequada dos portos e aeroportos e redução da burocracia. Do lado comercial, o problema é o frete. A título de exemplo, a exportação para os EUA tem frete de US$2,50/kg, o que é elevado, quando comparado ao custo dos nossos competidores diretos, como a Colômbia, a meio caminho dos EUA.

Minoro Matsunaga, engenheiro-agrônomo, é pesquisador científico do Instituto de Economia Agrícola, da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo.

INFORMAÇÕES MACROECONÔMICAS

O Centro de Estudos de Economia e Governo da Fundação Getulio Vargas elabora um conjunto de informações macroeconômicas, com o objetivo de ilustrar de forma atualizada o comportamento dos diversos setores da economia brasileira. As informações estarão disponíveis mensalmente em disquete.

Para maiores informações entrar em contato com Marina pelo telefone:
(021) 536-9163
Fax: (021) 551-3549

INDICADORES INTERNOS

Inflação — taxas anualizadas.

Indicadores de liquidez — base monetária, meios de pagamento e seus componentes em termos nominais e reais.

Tesouro Nacional — execução orçamentária, balanço orçamentário, execução financeira e ICMS.

Salário — relações entre salário mínimo e salário médio FIESP.

INDICADORES EXTERNOS

Balança comercial — exportação, importação, saldo e projeção da balança comercial — dados sazonalizados e dessazonalizados.

Índices de taxas reais de câmbio e da taxa efetiva real — relação da moeda nacional com as moedas dos países da OCDE e do Mercosul, considerando-se as respectivas inflações interna e externa, tendo como deflatores IPA-PI, IPA-DI, IPC-Brasil e salário médio FIESP.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA

Bamerindus Interativo. Você entra no sistema a qualquer hora.



Mais tempo pra você

Central Sinal Verde

Você decide a hora e o lugar em que vai movimentar a sua conta corrente: esse é o Bamerindus Interativo. É só passar numa das 437 **Centrais Sinal Verde** disponíveis em todo Brasil. Você pode obter saldos, tirar extratos, sacar, depositar, aplicar, fazer transferências, aplicar na poupança e até usar o Crédito Mão Aberta. 24 horas por dia, nos 7 dias da semana. Use o seu tempo com inteligência. Use o Bamerindus Interativo.