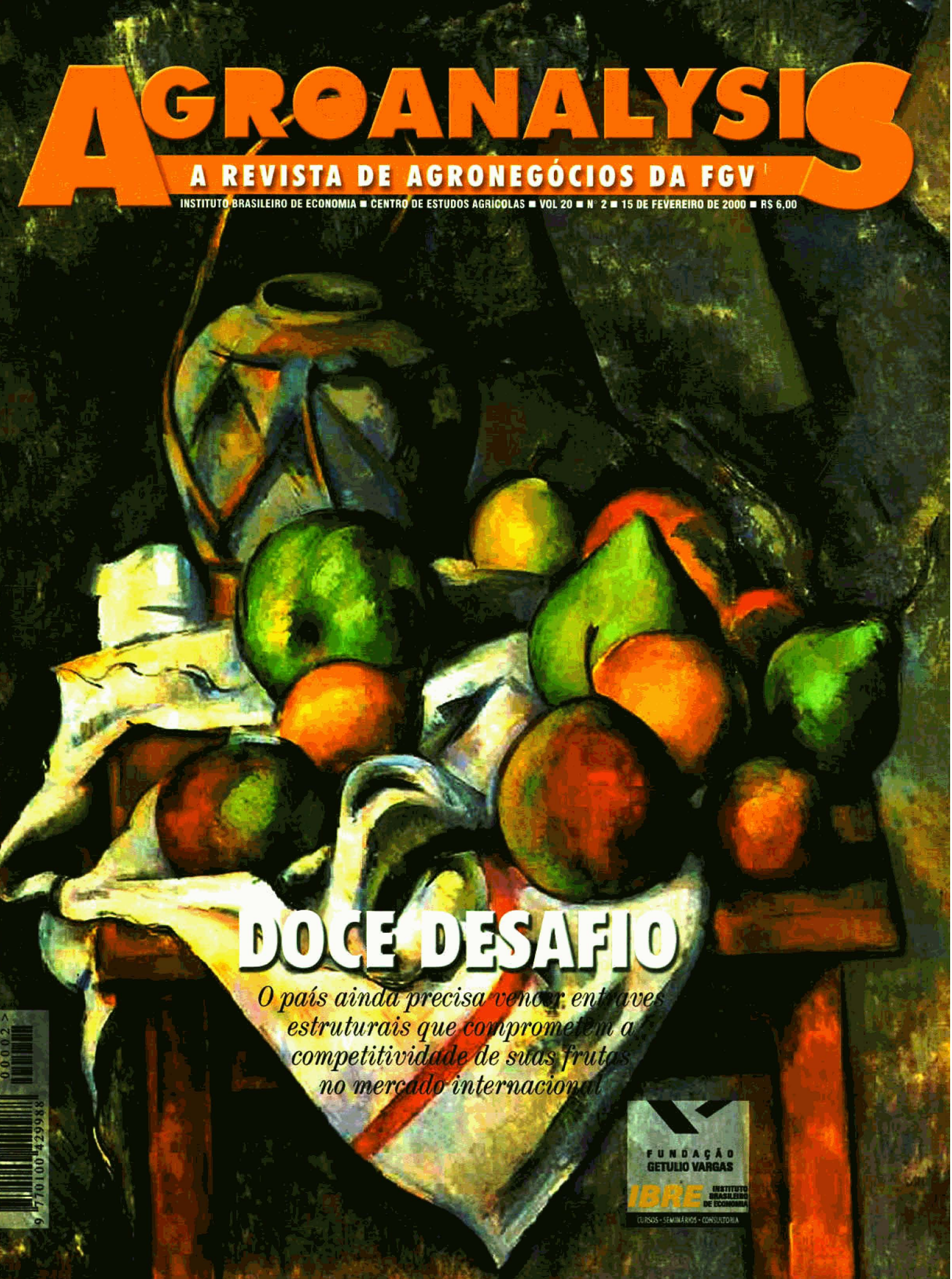
AGROANALYSIS

A REVISTA DE AGRONEGÓCIOS DA FGV

INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA ■ CENTRO DE ESTUDOS AGRÍCOLAS ■ VOL 20 ■ Nº 2 ■ 15 DE FEVEREIRO DE 2000 ■ R$ 6,00



DOCE DESAFIO

O país ainda precisa vencer entraves estruturais que comprometem a competitividade de suas frutas no mercado internacional

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
IBRE INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA
CURSOS • SEMINÁRIOS • CONSULTORIA

9 770100 429988 00002

Soja

Folicur®

Controla oídio e doenças de final de ciclo



www.bayer.com.br

TeleBayer
Discagem Direta Gratuita
0800-115560

Bayer
Proteção das Plantas

ATENÇÃO

Este produto é perigoso à saúde humana, animal e ao meio ambiente. Leia atentamente e siga rigorosamente as instruções contidas no rótulo, na bula e na receita. Utilize sempre os equipamentos de proteção individual. Nunca permita a utilização do produto por menores de idade.

Consulte sempre um Engenheiro Agrônomo

Venda sob receituário agronômico

ANDEF

AGRO drops



Cebola é lançada após testes de campo

Bulbos graúdos, firmes e uniformes, alta produtividade, precocidade e estalo uniforme são algumas das características da cebola Nova Fronteira, lançada pela Asgrow no Brasil em dezembro e cujas sementes estarão à disposição do produtor a partir de março. Híbrido do segmento tropical, o produto é recomendado para o plantio de abril/maio em São Paulo e Minas Gerais e para o plantio de maio no Sul.

A cebola tem casca com maior aderência, que protege o fruto, reduzindo a perda de água, e sua cor mais escura agrada o consumidor. Além disso, os bulbos firmes toleram o armazenamento por tempo mais prolongado, e a precocidade (colheita cerca de 10 dias antes que produtos concorrentes) reduz os custos do produtor, aumentando sua rentabilidade. As folhas cerosas desse híbrido são uma barreira contra doenças foliares, em especial a alternária e o míldio.

Agricultor que investir na safrinha terá seguro

Os agricultores que investirem na safrinha e utilizarem sementes de milho e herbicidas da Monsanto contarão a partir deste ano com um seguro agrícola oferecido pela empresa e pela companhia de Seguros do Estado de São Paulo (Cosesp).

O seguro rural, que é proporcional à compra dos produtos fabricados pela Monsanto, será oferecido por seus distribuidores nos estados de Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Goiás, Paraná, São Paulo e Minas Gerais (Triângulo Mineiro), devendo cobrir uma área de 400 mil hectares na safrinha de milho deste ano.

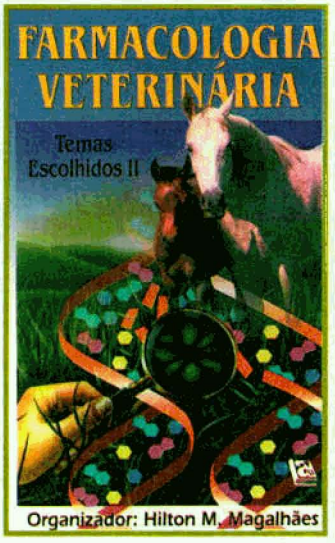
A taxa de prêmio paga à seguradora, fixada para a safrinha de 99/2000 em 8% pelo Instituto de Resseguros do Brasil (IRB), será paga pela Monsanto. Por exemplo, se o agricultor comprar R$1 mil em produtos da empresa, ela pagará R$80 relativos ao prêmio para que o agricultor possa assegurar o cultivo de seus produtos.

CORTESIA DA EDITORA DA FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS

Para fazer o seguro, o agricultor deve procurar um distribuidor Monsanto. Os segurados receberão, via distribuidor, todos os documentos encaminhados pela Cosesp e se responsabilizarão pelo cumprimento das condições gerais da apólice do seguro agrícola.

Monsanto e Cosesp pretendem ampliar o programa, agregando outros parceiros, em especial dos segmentos de fertilizantes, inseticidas e máquinas agrícolas, com o objetivo de aumentar a proteção da renda do agricultor.

Veterinária tem novo livro este mês



A Livraria e Editora Agropecuária acaba de lançar o livro *Farmacologia veterinária: temas escolhidos II*, coordenado pelo professor Hilton M. Magalhães.

A obra não é um livro-texto a ser adotado no ensino da farmacologia veterinária nos cursos de veterinária, mas objetiva complementar as informações ministradas aos acadêmicos de medicina veterinária.

Para os profissionais, a colaboração é no sentido de atualização em alguns assuntos de farmacologia, auxiliando no desempenho de suas tarefas.

Pedidos pelo telefone (51) 480-3030, fax: (51) 480-3309, e-mail: edipec@plugin.com.br ou pela caixa postal 66, CEP 92500-000, Guaíba-RS.

Software *tem versão na Internet*

A versão demonstrativa do *software* CliqSolo já está disponível para *download* na Internet. Desenvolvido pela Agromídia Software, empresa da Incubadora de Base Tecnológica da Universidade Federal de Viçosa, o aplicativo faz a interpretação de análises de solo e recomendações de calagem e adubação.

O produto foi desenvolvido exclusivamente para engenheiros agrônomos e empresas agropecuárias e florestais. Em ambiente Windows, ele trabalha com resultados fornecidos por todos os laboratórios agronômicos brasileiros e aceita resultados em todas as unidades e métodos analíticos aqui utilizados, além de emitir laudos personalizados com o nome do profissional.

Para fazer o *download*, o agrônomo deve acessar o endereço http://www.agromidia.com.br/cliqsolo.htm. A versão demonstrativa dá ao usuário acesso a sete resultados de análises de solo, com as quais poderá utilizar todos os recursos do aplicativo, incluindo laudos de interpretação, recomendações e acesso completo à ajuda *on-line*.

Oferta de papéis especiais chega a Goiás

Para explorar todo o potencial da região Centro-Oeste, a Igaras Papéis e Embalagens está abrindo uma nova frente comercial em Aparecida de Goiânia, GO. Isso

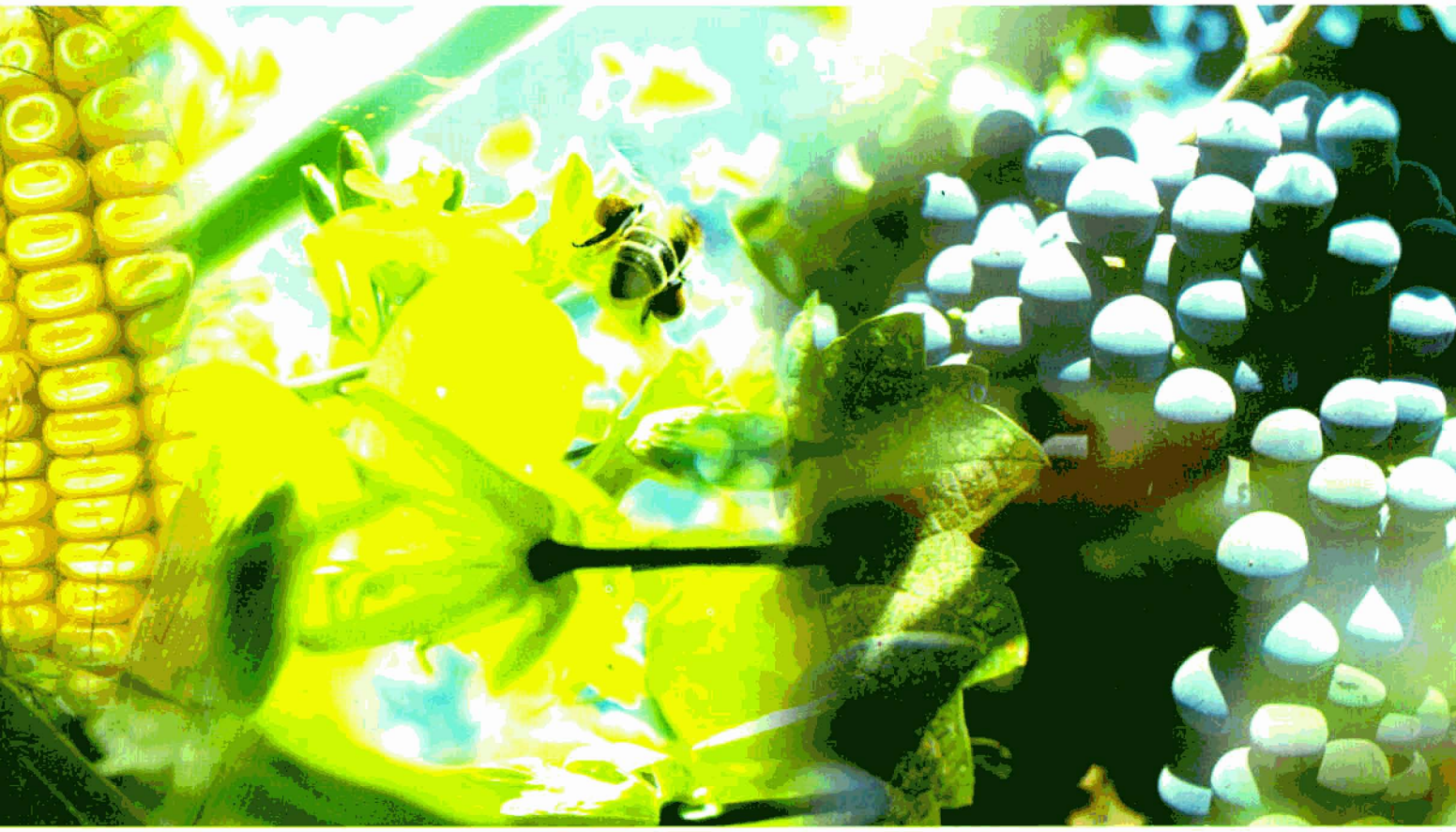


Novas idéias para a agricultura.

- PRODUTOS DE USO AGRÍCOLA.
- VENDA SOB RECEITUÁRIO AGRONÔMICO.
- CONSULTE SEMPRE UM ENGENHEIRO AGRÔNOMO.
- LEIA E SIGA CORRETAMENTE AS INSTRUÇÕES DO RÓTULO E BULA.

ALIETTE • BLITZ • BRESTANID • COBRA • DECIS • DEROSAL • ETHREL • FINALE • FUTUR • GLADIUM • HOSTATHION • KLAP • LARVIN

Aventis



Agora, a agricultura brasileira e mundial vai poder colher um futuro ainda mais produtivo e promissor.

Nasceu a Aventis CropScience. Uma empresa que resulta da fusão de dois líderes globais no campo dos defensivos agrícolas: a AgrEvo e a Rhône-Poulenc Agro.

Detentora do mais amplo e variado portfolio de produtos e de gigantescos recursos para investimento em pesquisa, a Aventis CropScience surge somando experiências e trazendo uma nova maneira de pensar.

Para a Aventis CropScience, a ciência sozinha não resolve problemas. Mas sim, o uso que dela se faz. Porque cada cultura tem sua necessidade específica, cada produtor tem suas exigências locais e cada mercado é distinto do outro.

Trazer novas idéias e produtos para aumentar a produção de alimentos, sem deixar de lado um absoluto respeito pela natureza e pelo ambiente sócio-econômico em que cada agricultor está inserido. Essa é a missão da Aventis CropScience: a mais nova e maior empresa de defensivos agrícolas de todo o planeta.

Aventis CropScience Brasil Ltda. **CAP: 0800-122333** Central de Atendimento Personalizado **www.aventis.com**

simple141.com.br

LISADE • PODIUM S • PROVENCE • REGENT 800 • ROVRAL • SANSON • STANDAK • STARICE • TATTOO C • TEMIK • THIODAN • WHIP S

permitirá à empresa melhorar a prestação de serviços para grandes clientes, além de fornecer embalagens para os principais segmentos locais.

Atualmente, a Igaras conta com uma estrutura de vendas distribuída de Norte a Sul, além de nove unidades industriais, desenvolvendo desde as sementes das árvores até as embalagens. Formada por capitais da norte-americana Riverwood International Corporation e da empresa brasileira Companhia Suzano de Papel e Celulose, a companhia atua nas áreas de administração e manejo florestal, fabricação de celulose, papel *kraft*, cartão *kraftliner*, embalagens de papelão ondulado e sistemas automatizados de embalagens múltiplas.

Case patrocina circuito de feijão

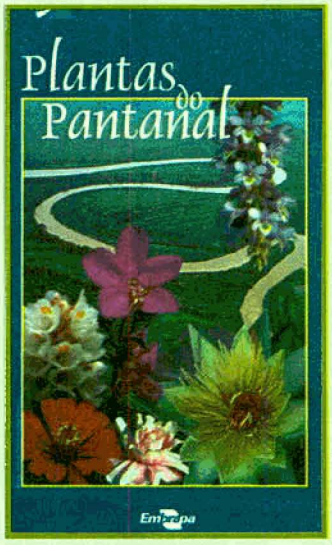
A divisão agrícola da Case é uma das patrocinadoras do 10° Circuito de Feijão de Ouro, realizado pela FT Sementes, empresa produtora de sementes. A parceria consiste na organização de dias de campo que acontecerão nas regiões produtoras de feijão no país.

Os eventos têm por objetivo demonstrar aos produtores de cada região a variedade de sementes produzidas pela firma de sementes. A programação do Circuito teve seu início em setembro do ano passado com previsão de término em dezembro de 2000. Durante esse período os organizadores do evento pretendem atingir cerca de 10 mil agricultores.

A dinâmica dos dias de campo é bastante simples. Os agricultores convidados visitam os estandes, onde podem ouvir palestras sobre o Programa 3S - Sistema de Sementes Sadias, visitam os *plots* com as diferentes espécies plantadas de feijão e assistem a uma demonstração da colhedora de grãos Axial Flow. Os produtores contam ainda com a presença de profissionais técnicos presentes no estande da Case para orientá-los sobre regulagem, operação e benefícios na utilização da colhedora.

Vídeo mostra plantas do Pantanal

Os vários sistemas ecológicos do Pantanal e as principais plantas de cada um deles estão no vídeo *Plantas do Pantanal*, que a Embrapa lança este mês em Campo Grande, MS. O documentário

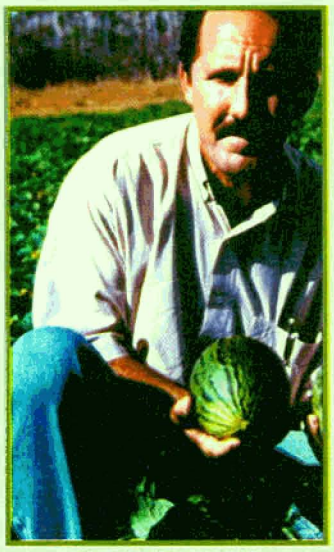


mostra como as diversas espécies da flora pantaneira se dispõem nos 138 mil km² da região, criando ambientes diferenciados onde convivem cerca de 1.800 espécies de plantas superiores.

O vídeo destaca ecossistemas pantaneiros como cordilheiras, campos de pastagens nativas, capões de mato, rios e salinas que, de acordo com suas características, abrigam árvores, arbustos, ervas e capins.

Destaque também para as imagens inéditas de plantas aquáticas do Pantanal sob as águas das baías e dos rios da região.

Plantas do Pantanal custa R$20,00 e pode ser adquirido pelos telefones (61) 348-4236, (67) 231-1430, ou ainda pela Internet no endereço eletrônico www.spi.embrapa.br/liv/.



Novo híbrido de melão chega ao mercado

A Petoseed, empresa de sementes de Campinas, SP, está lançando comercialmente no Nordeste o melão Tendency, que é um híbrido do tipo pele de sapo com *brix*, que em boas condições de cultivo pode superar os 14 graus, qualidade que o torna bastante agradável ao consumo. Outra característica é a resistência ao oídio e à queima de frutos, que são os principais problemas das regiões produtoras e vêm ocasionando sérios prejuízos ao setor.

O tipo pele de sapo, que tem casca de coloração mosqueada entre verde-escuro e verde-claro, é um cultivar que registra crescimento de consumo, mas a sua produção vinha sendo ameaçada pela grande incidência do oídio e principalmente da queima de frutos.

Além de solucionar esse problema, o Tendency tem também outras qualidades que o tornam bastante aceito por produtores, comerciantes e consumidores. É uma planta precoce, que pode ser colhida com até 60 dias, desenvolve polpa branca bastante doce, crocante e uma cavidade pequena. A boa produtividade pode variar conforme os tratos culturais. Outra característica importante é a resistência pós-colheita.

Fungicida melhora produtividade da soja

A Zeneca Agrícola está lançando no mercado um novo defensivo contra as doenças de fim de ciclo da soja. Trata-se do Priori, um fungicida à base do ativo *Azoxystrobin*, substância desenvolvida pela empresa a partir de uma molécula encontrada no cogumelo comestível europeu *Oudemansiella mucida*.

Pesquisas realizadas nos últimos dois anos em mais de 260 áre-



as de plantio, envolvendo cerca de 60 técnicos da Zeneca, Embrapa e universidades, mostraram que as áreas tratadas com Priori chegaram a colher entre seis e 10 sacas a mais por hectare do que testemunhas e entre duas e quatro sacas a mais por hectare do que em lavouras tratadas com fungicidas convencionais.

Além da produtividade, o lançamento da Zeneca confere o efeito verde às folhas e uma coloração amarelo-ouro à vagem e aos grãos, trazendo de volta os anos dourados da lavoura da soja. Para garantir esse resultado, o produto deve ser aplicado com o adjuvante Nimbus, que é específico para o fungicida. A ação deve ser preventiva, com a aplicação entre os estágios R 5.1 e R 5.3, momento em que se começa a sentir, no tato, o enchimento das vagens, independentemente do aparecimento ou não de fungos.

ABRE ASPAS:

Eduardo Eugenio Gouvêa Vieira é engenheiro e carioca há 52 anos. Diretor superintendente da Ipiranga Química, Vieira preside a Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan), é diretor regional do Sesi e faz parte dos conselhos regionais do Senai e Sebrae RJ.

Nesta entrevista, Gouvêa Vieira mostra como o Sistema Firjan e seus parceiros – o Sebrae e a Faerj – estão implementando no Rio de Janeiro um pólo de fruticultura com o apoio do setor privado. As metas são ambiciosas: propiciar o desenvolvimento, criar oportunidades, aumentar a renda e gerar empregos de boa qualidade.

Não faltam infra-estrutura de transportes, água para irrigação, eletrificação, centros de pesquisa e mão-de-obra para esse projeto. O governo do estado e o BNDES financiariam alguns investimentos. E o resultado de tantas parcerias de peso não podia ser outro: a primeira unidade agroindustrial do pólo vai ser inaugurada em março.

Fruto da parceria

DAREDAÇÃO

8/10/1998 – Geraldo Viola



Gouvêa Vieira: R$1,8 bilhão em 10 anos

■ *O que é exatamente o programa de fruticultura irrigada do Norte fluminense?*

— O Sistema Firjan está envolvido na implantação de um pólo – não é um programa – de fruticultura pelo setor privado. As áreas potencialmente irrigáveis no Norte e Noroeste fluminense totalizam algo em torno de 240 mil hectares. A importância desse potencial pode ser aquilatada quando se sabe que o Chile dispõe de uma área irrigada de 186 mil hectares onde são produzidas frutas cuja exportação alcança cerca de US$1,4 bilhão/ano. No Pólo estão previstos investimentos totais da ordem de R$1,8 bilhão ao longo de um período de implantação estimado em 10 anos.

■ *Como surgiu a idéia do Pólo?*

— O Pólo começou a partir de duas preocupações nossas: a falta de dinamismo da economia do Estado e a necessidade de descentralizar e interiorizar o processo de crescimento. O Sistema Firjan contratou o Ibre (Instituto Brasileiro de Economia /FGV) para identificar as potencialidades de cada uma das oito regiões. Esse estudo apontou a vocação agroindustrial no Norte e do Noroeste fluminense.

Então o Sistema contratou a Campo, empresa de capital nipo-brasileiro, para selecionar as atividades agroindustriais mais promissoras. Os estudos mostraram condições adequadas à implantação da fruticultura irrigada com seus desdobramentos agroindustriais.

■ *E as fontes de financiamento?*

— Para fomentar a implantação do Pólo, o Sistema celebrou um convênio com o Sebrae-RJ e a Faerj, criando o Grupo Executivo de Fruticultura, que desenvolve ações de grande abrangência e ações pontuais, procurando sensibilizar produtores, potenciais investidores, instituições de pesquisa e órgãos de financiamento

para as potencialidades da região.

As principais linhas de atuação desse grupo se resumem em sugerir programas de financiamento específicos para o Pólo, atrair investimentos, sensibilizar produtores, realizar treinamento e divulgar informações técnicas sobre fruticultura e irrigação.

■ *A quem pertencem as áreas?*

— Diferentemente de experiências no Nordeste, todas as áreas pertencem ao setor privado; não há interferência direta do governo no processo de compra e venda de terras. O setor público deve garantir a manutenção da infra-estrutura comum (canais de irrigação, estradas, pesquisa) e realizar investimentos em infra-estrutura.

■ *Quais as metas previamente traçadas para o Pólo, principalmente em termos de perspectiva de emprego de mão-de-obra na região ?*

— O principal objetivo é propiciar o desenvolvimento dessas regiões, criar oportunidades, aumentar a renda e gerar empregos de boa qualidade. O potencial da fruticultura irrigada na geração de emprego pode ser avaliado pela situação da mão-de-obra nas atividades agropecuárias. Na região Noroeste a agricultura ocupava um contingente de 11,6 mil pessoas e na região Norte, 20,3 mil pessoas, segundo o Censo Agropecuário de 1995/96 – 0,2 pessoa ocupada por hectare na região Noroeste e 0,1 pessoa na região Norte. Os mesmos dados demonstram que a pecuária absorvia 17 mil pessoas no Noroeste e 20 mil pessoas no Norte, ou seja, 0,06 pessoa por hectare na região Noroeste e 0,04 na região Norte. Estima-se que a fruticultura irrigada empregue em média 2 pessoas por hectare, 10 vezes mais que a agricultura e 33 vezes mais que a pecuária na região Noroeste; e 20 vezes mais que a agricultura e 50 vezes mais que a pecuária na região Norte.

■ *Qual a área envolvida no Pólo?*

— Uma análise das características da região possibilita a utilização de uma área total de 240 mil hectares, dos quais 172 mil seriam destinados à fruticultura irrigada e cerca de 68 mil continuariam com cana-de-açúcar. A manutenção da competitividade da cultura de cana-de-açúcar se daria através da introdução de tecnologias mais avançadas de produção, capazes de proporcionar um aumento substancial de produtividade, liberando áreas para a fruticultura.

■ *Qual o perfil do produtor que está se instalando ou procura oportunidades de investimento no Pólo de fruticultura? O Pólo estará voltado para o mercado interno, externo ou local?*

— A fruticultura irrigada surgiu como opção de diversificação para produtores de cana-de-açúcar da região Norte, entre eles grandes empresários, proprietários ou ex-proprietários de usinas, e fornecedores de cana, normalmente pequenos ou médios produtores.

Na região Noroeste a situação é um pouco diferente, por sua característica fundiária. A região é constituída em grande parte de pequenas propriedades, muitas produzindo frutas com baixo nível de tecnologia. Em outros países, a fruticultura irrigada, intensiva em tecnologia, atrai empreendedores com formação técnica, engenheiros agrônomos, engenheiros de irrigação...

■ *E a captação de investimentos?*

— O Sistema Firjan, o Sebrae-RJ e a Faerj vêm procurando atrair novos investimentos em todos os elos da cadeia. Foi esse o objetivo do seminário e exposição Fruticultura Irrigada do Rio de Janeiro, realizado em Campos, com mais de mil participantes. Além do governador Garotinho e vários secretários de Estado, a região recebeu presidentes e altos executivos de grandes grupos do setor: Carrefour, Agrícola Fraiburgo, Directivos Agrícola (maior exportador brasileiro de bananas), Monteiro Aranha, Othon, Caliman e muitos outros.

Estudos do IBRE/FGV e da empresa Campo mostraram vocação agroindustrial e condições adequadas à implantação da fruticultura irrigada com seus desdobramentos no Norte e Noroeste do Estado do Rio de Janeiro.

■ *Quando começa efetivamente a funcionar o Pólo?*

— A primeira unidade agroindustrial será inaugurada em março próximo. A empresa Bela Joana, localizada na divisa dos municípios de Campos e São Fidélis, vai processar inicialmente maracujá e abacaxi, já produzidos na região. O investimento tem grande potencial multiplicador pela dimensão da unidade de produção e pela variedade de frutas que pode processar.

■ *A experiência da fruticultura irrigada no Nordeste demonstra que a organização das cadeias é fundamental para a sobrevivência do agronegócio. As altas margens da fruticultura podem ser dissipadas facilmente se o produtor não contar com uma excelente infra-estrutura de comercialização, já que o produto é perecível. Existe algum arranjo institucional nesse sentido? A instalação de empresas-âncora no Pólo de Petrolina/Juazeiro é um fator identificado como de sucesso no agronegócio da fruticultura irrigada. Há indícios de que empresas semelhantes vão se instalar no Pólo do Norte fluminense? Haverá alguma linha de incentivo?*

— A concepção do Pólo está baseada em um modelo de rede de empresas, que em sociedade constituirão empresas-âncora de comercialização e logística. Uma das diretrizes de implantação do Pólo é que os produtores agrícolas tenham participação importante nesses empreendimentos, para se constituir a rede prevista. Um dos benefícios é reduzir o escopo para conflitos entre produtores e processadores, como os ocorridos no caso da laranja no estado de São Paulo. Essas empresas-âncora terão condições adequadas de negociar contratos que atendam às condições de perecibilidade do produto

■ *E as linhas de crédito?*

— Em relação às linhas de crédito há o Programa de Fruticultura para as Regiões Norte-Noroeste Fluminense do BNDES. O programa financia todas as atividades da cadeia produtiva

do plantio à comercialização, em condições semelhantes às do Programa Nordeste Competitivo. As condições de financiamento são muito atrativas: TJLP mais 1% ao ano e mais um *spread* de risco de até 2,5% ao ano. Com a TJLP em 12% ao ano, o investidor pode se financiar a taxa real inferior a 9,5% ao ano, considerando uma inflação anual da ordem de 6%.

■ *Há previsão de mais empresas no Pólo?*

— A Bela Joana tem características de empresa-âncora, pois irá trabalhar com contratos de fornecimento de frutas e comercializará diretamente no mercado externo toda a produção. Além disso a empresa financiará os investimentos em irrigação.

O Grupo Executivo de Fruticultura atua para atrair outras empresas-âncora. A aptidão da região para o cultivo da banana atraiu a atenção de produtores e exportadores de outras localidades, o que motivou alguns proprietários de terra a se organizarem para investir no negócio de banana.

■ *Quais os mercados potenciais do Pólo?*

— Estamos mostrando aos produtores que a fruta da região deve ter qualidade para chegar à mesa do consumidor de qualquer parte do mundo, Tóquio, Nova York, Rio de Janeiro ou Paris, não importa o endereço. Mais de 80% das frutas comercializadas no Ceasa-RJ vêm de fora do Estado do Rio, que se beneficiará da proximidade do Pólo. Parte da produção será destinada ao mercado nacional.

A localização do Pólo e uma logística de transporte adequada tornarão o mercado externo um dos principais alvos das empresas-âncora. A produção esperada com a utilização de tecnologias de ponta atenderá a todos esses mercados.

■ *Que investimentos estão sendo realizados para garantir o escoamento da produção de frutas no Norte fluminense? Que portos estariam prontos para receber as frutas e exportá-las?*

— As regiões Norte e Noroeste estão inseridas na proposta de criação de um eixo de desenvolvimento Leste-Oeste, pela construção de uma rede ferroviária local e regional para complementar a atual malha ferroviária, ampliando sua interligação e adensando o fluxo de cargas em direção a e através do Rio de Janeiro. Tal estratégia inclui o complexo portuário de dimensões continentais localizado em Sepetiba, capaz de encurtar as distâncias econômicas entre o Rio e os grandes mercados mundiais. Outros portos também serão utilizados – o do Rio, o de Angra dos Reis, o de Macaé e o de Fornos em Arraial do Cabo.

O Aeroporto Internacional pode realizar operações interligadas com os de Campos, Itaperuna e Macaé. O de Campos pode receber até um Boeing 737. As regiões são cortadas por duas rodovias federais – BR 101 no sentido Norte–Sul e BR 356 no sentido Leste–Oeste – e 2.162km de estradas estaduais, sendo 729km pavimentados, e uma extensa rede de estradas vicinais que se interligam.

Existe ainda a malha ferroviária dos tempos do café e cana-de-açúcar, bastante capilarizada e parcialmente desativada. Essa malha integra a Ferrovia Centro-Atlântica, privatizada recentemente.

■ *E a infra-estrutura?*

— Há abundância de água para irrigação. E também uma extensa rede de canais artificiais de mais de mil quilômetros, construída pelo antigo DNOS na década de 40 para drenagem e saneamento, que pode ser utilizada para irrigação. Na região Noroeste a hidrografia é constituída por duas grandes bacias: a do rio Paraíba do Sul, a principal do estado, e a do rio Itabapoana, que delimita o Rio de Janeiro com o Espírito Santo.

Importantes também são os centros de formação técnico-profissional, universitária e de pesquisa e desenvolvimento. Há nas regiões Norte e Noroeste várias instituições de pesquisa e extensão rural que detêm substancial acervo de experiências e capacitações, como a Universidade Estadual do Norte Fluminense (Uenf), a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (que herdou o acervo de dados climáticos e de solos do antigo Planalçúcar), a Rural (UFRRJ), a Pesagro, dedicada à pesquisa agropecuária, e a Emater RJ, que conta com excelente centro de treinamento em Italva, equipado para apoiar a formação de técnicos e mão-de-obra especializada em fruticultura irrigada.

A região tem bom nível de eletrificação rural, entre 60% e 80% de atendimento às propriedades rurais e os investimentos programados na área de telecomunicações vão melhorar o sistema e facilitar o acesso aos mercados internacionais, importante vantagem competitiva para a realização de operações de exportação e importação com elevado nível de eficiência.

■ *Há algum incentivo para instalação de agroindústrias próximas ao Pólo?*

— O governo do Estado tem um Programa Especial de Desenvolvimento Industrial da Região Norte Fluminense, o Rionorte Indústria, que utiliza o Fundo de Desenvolvimento Econômico e Social (Fundes) e é executado pela Companhia de Desenvolvimento Industrial do Estado do Rio de Janeiro, a Codin.

O programa se destina a financiar capitais de giro atrelados a projetos de instalação de novas unidades fabris ou de expansão de capacidade instalada (mínimo 30%). A taxa de juros fixa de 4,5% ao ano é bem convidativa. O período de carência é de sete anos e a amortização se estende por mais cinco, num total de 12 anos.

Numa outra ponta, o programa de fruticultura do BNDES financia até 80% dos investimentos e pode ser utilizado para a instalação de agroindústrias.

Do lado da iniciativa privada, fornecedores estrangeiros costumam oferecer financiamentos associados à aquisição de equipamentos.

Em alguns casos esses financiamentos podem ser pagos com produtos processados pela agroindústria, o que é conhecido como *buy back*.

O Sistema Firjan e seus parceiros criaram o Grupo Executivo de Fruticultura para sugerir programas de financiamento específicos para o Pólo, atrair investimentos, treinar produtores e divulgar informações técnicas.

NESTA edição

12 Especial: O Desafio da Fruticultura

Estratégia: Unindo forças

O setor citrícola quer mapear os agentes econômicos que fazem parte da cadeia produtiva para fortalecer o agronegócio

Ademerval Garcia

Alternativas: Lição de casa 14

Algumas medidas tomadas aqui mesmo derrubariam barreiras criadas pelo Brasil à comercialização de seus próprios produtos

Xico Graziano

Comercialização: Magia e tecnologia . 15

Uma boa gestão do *marketing* na fruticultura brasileira implica conhecer os sonhos e expectativas do consumidor global

José Luiz Tejon Megido

Tecnologia: Fator de sucesso 16

Uma embalagem segura e econômica é meio caminho andado para obter bons resultados no mercado de vegetais

Armando P. Pimentel

Sobrevivência: Em nome do futuro 18

São urgentes reformas no setor, se quisermos ter algum futuro no mercado internacional

Manoel Dantas Barreto Filho

Pesquisa: Qualidade superior 21

A pesquisa desenvolvida pela Embrapa busca uma fruta mais saborosa, saudável e ambientalmente sustentável

Andrés Troncoso Vilas

Ação política: Mais competitividade 24

Entre a realidade e a potencialidade do setor de frutas, os produtores brasileiros têm muitos entraves a vencer

Fernando Brendaglia Almeida

Logística: Novo elo na cadeia 25

Varejistas e atacadistas estão perdendo a vez para um novo tipo de operador na cadeia: os processadores de alimentos

Jean-Paul Gayet

Paradigma: Notável exceção 26

Em vez de improvisar, o Chile prevê e planeja de acordo com sua realidade concreta

Produção diversificada 27

Nos anos 90, o Chile renovou sua produção agrícola com excelentes resultados de mercado

Comendo melhor 28

O Chile incrementou a produção e o consumo de carne e leite alavancado pela avicultura

Modelo exportador 29

Com boa infra-estrutura de produção, frutas e vinhos chilenos se firmam no mercado internacional

Luiz Antonio Pinazza e Regis Alimandro

32 Extra!

Hortícolas: Ponto de estrangulamento

Os obstáculos internos e externos representam vicissitudes a serem vencidas pela olericultura brasileira

José Honório Accarini et al.

DA redação

Diferencial de peso

Nesta edição, AGROANALYSIS refaz o caminho traçado há cerca de um ano, quando dedicou especial espaço ao segmento frutícola. É alvissareiro observar que pouco a pouco a fruticultura vem abandonando seu tradicional papel de mera coadjuvante no cenário agrícola do país, com iniciativas programáticas de porte plenamente condizente com o potencial de arrecadação de divisas do setor.

Há muito ainda a ser feito porém. O país atrasou seus investimentos nesse setor e está pagando um alto preço, representado pelo custo das oportunidades perdidas, principalmente nos negócios de exportação, devido à incapacidade de atender aos requisitos de quantidade e qualidade impostos pelos compradores.

Entre as dificuldades ainda a serem sanadas na cadeia da fruticultura, estão características verdadeiramente pré-históricas que, com honrosas exceções, persistem no tratamento que as frutas brasileiras recebem após sua colheita.

Se a polpa e o suco concentrado podem ser congelados para consumo posterior, a fruta *in natura* – mercadoria valorizadíssima exatamente por sua alta perecibilidade – sofre fortes limitações no que diz respeito à estocagem. Vai daí que nenhum sistema de produção de frutas para venda *in natura*, por

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
IBRE INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA
CURSOS · SEMINÁRIOS · PUBLICAÇÕES

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

SEDE: Praia de Botafogo, 190 – Rio de Janeiro – RJ, CEP 22253-900 ou Caixa Postal 62.591, CEP 22257-970. Tel.: (021) 559-6000.

PRESIDENTE FUNDADOR: Luiz Simões Lopes

PRESIDENTE: Jorge Oscar de Mello Flôres

DIRETOR GERAL: José Affonso Fausto Barbosa

CONSELHO DIRETOR

PRESIDENTE: Jorge Oscar de Mello Flôres

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

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

SUPLENTES: Alfredo Américo de Souza Rangel, Antonio Carlos Braga Lemgruber, Carlos Alberto Pires de Carvalho e Albuquerque, Daniel Dantas, Geraldo José Carbone, José Julio de Almeida Senna, Lindolpho de Carvalho Dias, Maria Silvia Bastos Marques e Oswaldo Antunes Maciel.

CONSELHO CURADOR – Presidente: Carlos Alberto Lenz Cesar Protásio

VICE-PRESIDENTE: Armando Klabin

DEMAIS VOGAIS: Antonio Monteiro de Castro (Souza Cruz SA), Associação de Bancos do Estado de São Paulo, Banco Bradesco SA, Banco CCF Brasil SA, Diogo Lordello de Mello, Domingos Marques Grello, Edmundo Penna Barbosa da Silva, Heitor Chagas de Oliveira, Instituto de Resseguros do Brasil, Ivan Ferreira Garcia (S/A White Martins), Jorge Gerdau Johannpeter (Gerdau SA), Mauro Salles (Salles, DMB&B Publicidade SA), Paulo Rabello de Castro, Sergio Franklin Quintela, Sergio Ribeiro da Costa Werlang, Sindicato das Empresas de Seguros Privados e Capitalização do Rio de Janeiro e Theodoro Arthou.

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

CARTA DO LEITOR

Reverdecer o planeta



Parabéns pela matéria "Reverdecer o Mundo". O conteúdo retrata com perfeição e competência a situação do ecossistema flora do nosso país. Os dados são bem consistentes e realistas. Fico feliz ao ler matérias como essa. Pena que mesmo com publicações assim sociedade e governantes não se manifestem. Aliás, penso que a maioria da população é a grande culpada por tudo, pois ficamos só no blablablá enquanto falta boa vontade aos nossos políticos. Há muito interesse econômico no meio. Quero expressar meus agradecimentos e respeito por essa bela matéria. Continuem sempre assim.

Juliano Milan Toscano Barreto
São José da Varginha, MG

maior tecnologia que venha a empregar nas fases de plantio e colheita, terá sucesso se não comportar um sistema de logística que inclua transporte e distribuição ágeis o suficiente para evitar o comprometimento da qualidade final do produto.

Nesse quesito, apesar de imprescindíveis, não são suficientes os esforços do empresariado para melhorar o tratamento pós-colheita das frutas e obter melhores resultados nas vendas. Ainda há muito a ser feito pelo governo, como o gerenciamento de melhorias nas condições rodoviárias e portuárias, que facultem uma racionalização dos custos de comercialização e, por tabela, o necessário ganho de competitividade do produto no ambiente externo.

O bem-sucedido modelo chileno de renovação do agronegócio, com ênfase na fruticultura, certamente poderia ser usado como *benchmarking* pelos setores envolvidos na produção e comercialização de frutas no Brasil. Com as devidas adaptações às condições internas, seria possível replicar aqui o sucesso obtido pelo Chile. Com a vantagem de nossa capacidade específica de produzir uma variada gama de frutas tropicais, que cria um diferencial de peso no que diz respeito à captura de clientes, principalmente no caso daqueles localizados nos países do hemisfério Norte.

❑

Nossa capa: *Ginger jar and fruit (Le vase paillé)*, obra de 1895, de Paul Cézanne.

❑

Correção – É de Gilmar Oliveira a co-autoria do artigo "Boas Perspectivas", assinado por André Pessoa e publicado no especial sobre Trigo da edição de dezembro último de AGROANALYSIS. Gilmar é um dos sócios da SafraSul, empresa de Ponta Grossa, PR, especializada em comercialização agrícola.

Duailibi (DPZ Propaganda SA) e Fernando Roberto Moreira Salles (União de Bancos Brasileiros SA).

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

INSTITUTO BRASILEIRO DE ECONOMIA – Diretor: Antonio Carlos Pôrto Gonçalves

VICE-DIRETOR DE RELAÇÕES INSTITUCIONAIS – Istvan Karoly Kasznar

CENTRO DE ESTUDOS AGRÍCOLAS – Ignez Vidigal Lopes

CENTRO DE ESTATÍSTICAS E ANÁLISES ECONÔMICAS – Salomão L. Quadros da Silva

CENTRO DE ESTUDOS EMPRESARIAIS E FINANCEIROS – Ricardo Simonsen

CENTRO DE ESTUDOS DE PREÇOS – Paulo Sidney de Melo Cota

COORDENADORIA DE PROJETOS – Fernando de Albuquerque

REVISTA CONJUNTURA ECONÔMICA – Roberto Fendt Jr.

GERÊNCIA ADMINISTRATIVA – Fernando de Albuquerque

AGROANALYSIS

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

FUNDADOR – Julian M. Chacel

CHEFE DO CEA/IBRE – Ignez Vidigal Lopes

REDAÇÃO – Redator-chefe: Regis Alimandro

REDATORES SETORIAIS: Daniela de Paula Rocha (algodão), Guilherme Soria Bastos Filho, Irene Raguenet Troccoli (fumo, milho, avicultura, suinocultura, laranja), Luiz Antonio Pinazza (pecuária de corte e de leite e política agrícola), Maria José Cyhlar Monteiro (preços, previsão de safras, legislação e índice FGV-Abag), Mauro de Rezende Lopes (comércio internacional, política agrícola), Regis Alimandro (café), Rogério F. de Souza (indicador do preço do milho) e Stivilane Dornelas (cooperativas).

REDATORES César Garcia e Adelaide Oliveira.

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

REVISOR: Capi.

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

Contatos com a redação pelos telefones (21) 559-5621/5622/5623/5624 e fax (21) 559-5616 e 551-4049 ou pelos e-mails regis@fgv.br e cgarcia@fgv.br

SUPORTE TÉCNICO: Bruno da Silva Júnior.

ESTAGIÁRIOS: Raquel da Silva Guedes e Rômulo Garcia.

SECRETARIA E APOIO ADMINISTRATIVO: Eliane dos Santos Botelho, Bianca Leal de Castro e Antonio Getúlio de Oliveira.

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

REPRESENTANTES COMERCIAIS: **RIO** – Milla de Souza: telefax: (21) 524-0366, 533-3121 e e-mail: triunvirato@openlink.com.br; **BRASÍLIA** – Belmira Neves: tel.: (61) 225-0275; **SÃO PAULO** – José Mário Brito: tel.: (11) 9222-9480, 3875-2313; fax: (11) 3875-2313 e e-mail: reparte@uol.com.br; **RIO GRANDE DO SUL** – Ararê Vargas: tel.: (51) 343-8423; fax: (51) 337-4262.

CIRCULAÇÃO – Editora FGV: Elsa Maria Saboia Stephan: (21) 559-5543/5544 e fax 559-5541.

SERVIÇO DE VENDAS: Editora FGV: Praia de Botafogo, 190, sala 1217, CEP 22253-900 ou caixa postal 62.591, CEP 22252-970, Rio de Janeiro, RJ, tel.: (0800) 21-7777.

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

NESTA edição

Nordeste: Peso na balança 36

Superavitário em 1998, o agribusiness nordestino provou sua importância na balança comercial da região e na do país

MAURÍCIO TEIXEIRA RODRIGUES ET AL.

Conjuntura 40

Milho: Milho de menos

Se a oferta de milho não crescer, a safrinha deste ano terá que prover 6,5 milhões de toneladas de grão para satisfazer à demanda

IRENE RAGUENET TROCCOLI

Café: Queda de produção 42

Prejuízos à vista para os produtores de café das regiões afetadas pela seca em 1999

ARMANDO MATIELLI E ANDRÉ L. MATIELLI

Oferta & Demanda 44

Quanto mais fritas, melhor

As batatas fritas congeladas ganharam o mundo: quem não produz, tem que importar

IRENE RAGUENET TROCCOLI

Estatísticas 45

Produtos animais: Carne mais cara

Com a subida de preço dos insumos, as rações ficaram mais caras e 1999 ficou marcado por um comportamento de alta

Arroz em casca: Queda livre 46

O crescimento da área plantada e da produtividade mais o volume em estoque do governo provocaram a queda das cotações

Soja: Cotação em alta 47

Preços disparam no cenário doméstico e nos futuros em Chicago, em função da seca nas regiões produtoras brasileiras

Algodão: Maior demanda 48

Com os estoques baixos das indústrias e com a produção argentina comprometida, o produto nacional poderá ter maior procura

Índice FGV–Abag 49

Altos e baixos

Apesar da alta generalizada de alimentos no atacado, alguns itens apresentam deflações acumuladas no ano

GUILHERME SORIA BASTOS FILHO

Tendências 50

Diário de bordo 54

ROBERTO RODRIGUES

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

Permitida a reprodução total ou parcial de nossos índices e matérias desde que citada a fonte. As cartas dos leitores devem ser remetidas para AGROANALYSIS – Praia de Botafogo, 190, sala 804, Rio de Janeiro – RJ, CEP 22253-900, fax (21) 551-4049, ou para os e-mails regis@fgv.br, cgarcia@fgv.br ou ainda o fax (21) 559-5616.

Para assinar, ligue grátis: **0800-21-7777.**

Unindo forças

O setor citrícola quer mapear os agentes econômicos que fazem parte da cadeia produtiva para fortalecer o agronegócio

ADEMERVAL GARCIA

Depois de uma campanha de *marketing* de R$3 milhões para estimular o consumo *in natura* de laranja no país, o Fundo de Defesa da Citricultura – Fundecitrus – cria o Comitê da Cadeia Produtiva de Citros para formular ações estratégicas de curto, médio e longo prazos. O objetivo é fortalecer e desenvolver a citricultura. Estão sendo convidados a participar do Comitê produtores, indústrias de suco, distribuidores do mercado interno de frutas frescas e suco, indústrias de fertilizantes e defensivos, máquinas e equipamentos, veículos, bancos e outros setores.

Por uma agenda comum

O primeiro passo foi a contratação de uma consultoria, o Pensa, da Universidade de São Paulo, para identificar todos os agentes econômicos com interesse na citricultura. Em meados de março, já com os resultados do trabalho, será realizado um *workshop* no qual se discutirão as formas de explorar as potencialidades do setor.

Este fim de século nos deixa importantes lições e a principal delas é que a citricultura terá que se unir fortemente ao redor de uma agenda comum. Produtores, indústrias, distribuidores, empresas de insumos e governo terão de encontrar um fórum comum para debater desde pesquisa científica até barreiras comerciais, desde mercado interno até logística de exportações. O Comitê não tratará, em nenhuma hipótese, de preços ou assuntos comerciais de qualquer natureza, que ficam a critério dos diversos agentes da cadeia produtiva.

Criado pelo Conselho Deliberativo do Fundecitrus, o Comitê pretende discutir os mecanismos necessários para a modernização do mercado interno, com o objetivo de fornecer à cadeia produtiva alternativas de venda da laranja. Para isso, fornecerá estudos de mercado, perfil de consumidor, estatísticas e hábitos de consumo, além de outras informações essenciais para remodelar um imenso mercado avaliado em US$1 bilhão.

Produtores, indústrias, distribuidores, empresas de insumos e governo terão de encontrar um fórum comum para debater desde pesquisa científica até barreiras comerciais, desde mercado interno até logística de exportações.

Retrato do setor

Hoje, o parque citrícola brasileiro é o maior do mundo, com mais de 250 milhões de pés de laranja, três quartos dos quais no estado de São Paulo e no Triângulo Mineiro, representando 75% da produção nacional. Essa mesma área é responsável por 98% da produção e exportação do suco de laranja. O setor gera 420 mil empregos diretos e movimenta em negócios US$5 bilhões anualmente, dos quais US$1,5 bilhão em exportações.

Atualmente, 72% da fruta produzida é destinada à indústria de suco concentrado, que exporta 100% da sua produção, o que deixa o citricultor extremamente suscetível às mudanças bruscas do mercado internacional e às políticas protecionistas, e cambiais.

O citricultor descapitalizado descuida da sanidade dos pomares. Ficam prejudicados não só os próprios produtores como também as indústrias de insumos, que, só no ano passado, sofreram uma queda nas vendas de cerca de 20%, sem falar na inadimplência. Além disso, devem ser contabilizados também os prejuízos em postos de trabalho e impostos que não são recolhidos.

Pesquisa e capitalização

O parque citrícola brasileiro sofre atualmente com duas importantes doenças que afetam economicamente os citricultores: o cancro cítrico e a CVC (ou amarelinho, como é mais conhecida). No primeiro caso, o descuido com medidas de segurança pode levar à erradicação das árvores, até agora a única forma de evitar que a doença se dissemine. Só no ano passado, mais de 2 milhões de árvores tiveram de ser erradicadas.

O Fundecitrus investiu R$35 milhões para realizar, junto com a Secretaria de Agricultura e Abastecimento do

Ademerval Garcia *é presidente do Fundecitrus.*

Campanha de 'marketing' estimulou consumo de laranja

A união de forças que os líderes do setor citrícola pretendem já começa a acontecer. Em agosto de 1999, pela primeira vez na história do setor, sentaram-se à mesma mesa citricultores, indústria de suco concentrado, sindicatos de trabalhadores e governo. O objetivo: formular ações que otimizem o mercado interno de citros e manter 420 mil postos de trabalho.

Está sendo estruturado pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo o Pacto pelo Emprego na Citricultura, que visa buscar equilíbrio entre os agentes da cadeia produtiva. A campanha de *marketing* para resolver o problema mais urgente – escoar o excedente de produção de 80 milhões de caixas da safra 1999/2000 – se insere no Pacto ainda em gestação.

Com investimento de mais de R$3 milhões, repassados ao Fundecitrus pelas indústrias associadas à Associação Brasileira dos Exportadores de Cítricos, Abecitrus, a campanha de *marketing* utilizou todos os meios de comunicação para divulgar o consumo de laranja nas praças de São Paulo, capital e interior; Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília. Os citricultores participaram distribuindo a fruta por todos os pontos-de-venda possíveis.

O conceito da campanha de incentivo ao consumo da fruta destacou que a laranja é natural e é saudável. No caso da fruta, dela é extraída uma bebida única, rica em vitamina C e outros componentes que têm papel importante na prevenção de doenças. Um copo de suco de laranja é o suficiente para que o organismo humano receba a quantidade diária recomendada de vitamina C.

A campanha utilizou comerciais de 30 segundos na televisão e cinco *spots*, também de 30 segundos em mais de 47 emissoras de rádio. Também foram utilizados anúncios em jornais, *outdoors*, folhetos e adesivos. Foi criado um selo como garantia da campanha nas embalagens para as frutas, que também apareceu em todas as peças publicitárias.

Estado de São Paulo, uma varredura que inspecionou 150 milhões de árvores em 190 municípios.

Foram contratadas 4 mil pessoas para o trabalho de inspeção, 60 técnicos e engenheiros agrônomos. O objetivo era ter uma radiografia clara de contaminação do parque citrícola para que a doença fosse erradicada.

Os 4.180 focos encontrados, dos quais 3.341 em quintais, mostram que a área comercial de citros tem menos de 1% de contaminação. Apesar disso, o prejuízo causado pelo cancro cítrico foi de 300 milhões nos últimos dois anos.

Todo cuidado é pouco

Atualmente, o Fundecitrus conta com 3 mil homens fazendo reinspeções nas áreas afetadas e incrementando as pesquisas com parceiros de instituições científicas nacionais e internacionais para buscar soluções que não prejudiquem o setor de forma tão drástica, com a erradicação de árvores.

No caso da CVC, doença encontrada apenas no Brasil, Paraguai e Argentina, o monitoramento é dispendioso, mas a sobrevivência do pomar depende da adoção de medidas corretas para manter as árvores economicamente produtivas.

Tanto CVC e cancro cítrico quanto outras doenças – como leprose – e pragas – como bicho-furão – exigem do citricultor altos gastos para a manutenção de seus pomares. Capitalizá-los, portanto, significa assegurar um ritmo de produção e eficiência condizente com o tamanho do mercado interno e externo de citros.

O parque citrícola brasileiro é o maior do mundo, com mais de 250 milhões de pés de laranja, três quartos dos quais no estado de São Paulo e no Triângulo Mineiro, representando 75% da produção nacional.

Esses gastos continuarão pesando no bolso do citricultor até que inúmeras pesquisas, realizadas pelo Fundecitrus e seus parceiros, apresentem respostas definitivas, o que já começa a acontecer.

Mais tecnologia

O Fundecitrus tem se dedicado a atuar como promotor de pesquisas na área de doenças e pragas de citros, feitas no Brasil e no exterior. O objetivo desse esforço é gerar tecnologias que possam ser aplicadas no campo. E isso está acontecendo.

A citricultura brasileira deu um salto em termos tecnológicos nos últimos anos. A produção de mudas é um exemplo animador. Hoje, existem mais de 146 viveiros telados na área citrícola do estado de São Paulo, produzindo 5 milhões de mudas. Em 1993 não existia nenhum. Em 1997 eram cinco. A maioria das mudas – pelo menos 7 milhões – ainda é produzida a céu aberto, correndo riscos de contaminação por doenças. Mas esse panorama está mudando, e rapidamente.

O Fundecitrus montou uma Divisão de Viveiros que está auxiliando o trabalho da Secretaria da Agricultura do Estado de São Paulo para fazer cumprir as normas para a produção de

São Paulo: produção, processamento e consumo de laranja

Em milhões de caixas de 40,8kg

Ano-safra	Produção	Processamento	Mercado interno
1990/91	262,70	210,00	50,80
1991/92	285,50	225,00	57,80
1992/93	300,00	265,00	33,00
1993/94	307,00	240,00	65,00
1994/95	311,00	242,70	65,00
1995/96	357,30	259,10	95,00
1996/97	363,00	268,10	93,00
1997/98	428,00	318,00	110,00
1998/99	330,00	279,00	51,00
1999/00*	388,00	280,00	108,00

* Estimativa. Fonte: Abecitrus.

mudas cítricas, e passará a emitir uma certificação de qualidade para os viveiristas que investirem em tecnologia.

Combate à CVC

Em outra frente, alguns estudos já desenvolveram importantes pacotes tecnológicos que passaram a ser utilizados em larga escala, como acontece com o combate à CVC. As medidas de manejo da doença, desenvolvidas pelos pesquisadores, são conhecidas pela grande maioria dos citricultores e têm produzido resultados positivos. Em 1997, um terço dos pomares estava contaminado pela doença. No último levantamento, feito em 1998, essa incidência tinha caído para 22,3%. Além disso, já se nota aumento no plantio de citros, praticamente inexistente nos últimos anos.

A CVC também é alvo do Projeto Genoma, financiado em grande parte pela Fundação de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo – Fapesp – em parceria com o Fundecitrus, e que inseriu o Brasil no seleto grupo de países que realizam pesquisa genômica.

Maior projeto científico brasileiro, o Genoma da bactéria *Xylella fastidiosa*, que causa a CVC, teve um investimento inicial de R$14 milhões. Nele trabalham dezenas de cientistas espalhados por 33 laboratórios e instituições de pesquisa, um dos quais o Instituto Nacional de Pesquisas Agronômicas, Inra, da França.

Ainda na área da CVC estão sendo realizados pelo menos 50 projetos de pesquisa. Outras dezenas procuram soluções para pragas e doenças como o cancro cítrico, pinta-preta, bicho furão e larva minadora dos citros entre outras. O Fundecitrus tem aplicado todos os anos cerca de R$4 milhões em pesquisas.

O grande desafio dos próximos anos será demonstrar, no trabalho conjunto da cadeia produtiva, a mesma competência já demonstrada na área técnico-científica. A união das forças dos diversos segmentos que compõem esse setor será um interessante exemplo de como países como o Brasil poderão criar empregos e riquezas com base em sua vocação para a agroindústria.

ALTERNATIVAS

Lição de casa

Algumas medidas tomadas aqui mesmo derrubariam barreiras criadas pelo Brasil à comercialização de seus próprios produtos

XICO GRAZIANO

Xico Graziano é deputado federal pelo PSDB de São Paulo e ex-secretário de Agricultura do Estado.

Quando estive em Seattle, na reunião da OMC, conheci um empresário brasileiro radicado na Califórnia. Filho de agricultores japoneses, trabalhou na roça, depois em feira livre e hoje comanda a Sato Trading, fundada há 10 anos, especializada no comércio internacional de frutas. Seu forte é a exportação de maçãs produzidas em Washington State para o consumo no Brasil.

Quem sabe, sabe

Paulo Sato conhece como ninguém o mundo dos negócios internacionais. Por isso sua desconcertante opinião sobre a questão do protecionismo agrícola, manifestada em várias conversas mantidas em Seattle, precisa ser anotada: para ele, essas longas discussões mantidas no escopo da OMC são pura perda de tempo para o Brasil. Apenas o comércio mundial de *commodities* ganha com as mudanças nas regas da OMC.

Escreve-me ele: "Enquanto o MBA de Harvard está ensinando *How to survive at over explored market*, estamos falando em fim de subsídios... Não é a proteção dos ricos ou seus subsídios aos produtos agrícolas que atravancam nossa participação no mercado. Nos EUA, restrição agrícola chama-se *fruit fly*. É só controlar a mosca-das-frutas que entra qualquer produto por aqui".

O que explica isso? Atraso técnico, incompetência, monopólio, *lobbies* poderosos. Lição para a fruticultura nacional: a verdadeira rodada do milênio precisa começar aqui dentro.

O raciocínio é fácil: se você defende a *descommoditização* das mercadorias, agregando valor aos produtos de natureza agropecuária, gerando mais renda e emprego aqui no Brasil, a questão fundamental não é a das barreiras protecionistas, mas a qualidade do produto e as

estratégias de venda, incluindo o *marketing*. E nós, como estamos pensando a fruticultura?

Hora de acordar

Continuamos patinando, evoluindo lentamente. O comércio e as normas de classificação e padronização das frutas e hortaliças mantêm costumes quase medievais. A famosa caixa K ainda impera no mercado, transmitindo doenças, ocasionando perdas excessivas e elevando os custos da comercialização. Isso tudo precisa ser revisto e modernizado, tomando como base o trabalho exemplar que está sendo realizado pelas Câmaras Setoriais das Frutas e Hortaliças de São Paulo, capitaneado pela Ceagesp. Acorda, Ministério da Agricultura!

Como conquistar mercados sofisticados, nos quais está sobrando comida, caso dos EUA e Europa? As últimas pesquisas são conhecidas: 85% dos europeus e norte-americanos nunca experimentaram uma manga na vida, enquanto 90% dos americanos desconhecem o sabor de um papaia.

Parabéns ao embaixador Rubens Barbosa, que outro dia remeteu uma caixa de mangas brasileiras para o Bill Clinton. Ele adorou! Esse gesto simpático abriu, com certeza, mais portas no comércio americano que todos os discursos antiprotecionistas dos últimos dois anos.

As restrições brasileiras

É claro que a OMC pode e deve aperfeiçoar as normas do comércio internacional, visando facilitar a abertura de mercados, quebrando barreiras tarifárias e impedindo as barreiras disfarçadas. Todos somos ardorosos defensores disso. Porém, não podemos deixar de fazer nossa lição de casa. Temos que aprender a vender lá fora e, para tanto, falta um aprendizado comercial que nossos tradicionais exportadores de *commodities* não adquiriram. Aqui o Sebrae é bom parceiro.

No fundo, as restrições brasileiras são, muitas vezes, maiores que as restrições chamadas protecionistas permitidas pela OMC. Vamos a um pequeno exemplo: se você quiser exportar mamão para os USA, o certificado de origem dessa fruta precisa ser do estado do Espírito Santo. Os produtores de papaia da Bahia, de longe o maior estado produtor, não obtêm a devida autorização do Ministério da Agricultura, sendo impedidos de vender aos americanos. Alternativamente, produz-se na Bahia, falsifica-se a nota e vende-se como se fosse papaia capixaba. É o fim da picada!

O que explica isso? Atraso técnico, incompetência, monopólio, lobbies poderosos. Lição para a fruticultura nacional: a verdadeira rodada do milênio precisa começar aqui dentro. Essa é nossa tarefa primordial.

COMERCIALIZAÇÃO

Magia e tecnologia

Uma boa gestão do marketing *na fruticultura brasileira implica conhecer os sonhos e expectativas do consumidor global*

JOSÉLUIZTEJONMEGIDO

Yes, nós temos banana! Carmem Miranda, cheia de balangandãs e com seu cesto de bananas amarelas e frutas tropicais, representava uma cena de servidão e domínio cultural, de banalização do mundo tropical na sociedade de consumo norte-americana, na avaliação da nossa intelectualidade.

Marketing no comando

O fato é que a consciência e a ciência do *marketing* comandam o mundo. Já se disse que vivemos sonhos e percepções. Que a realidade é o exercício da relatividade e que o projeto de lançar e fazer negócios está ligado aos desejos, angústias, emoções e valores das pessoas. *Marketing*, portanto, é a arte de criar novos valores e percepções, novos papéis humanos e transformá-los em negócios com ou sem fins lucrativos.

Na fruticultura, a gestão de *marketing* pode ser exercida em toda a plenitude. Frutas esteticamente perfeitas, de qualidade e padrão gerenciáveis; frutas associadas aos valores da saúde e da natureza. Em termos práticos, demonstrar que o consumo do suco de laranja diminui a incidência de determinado câncer; ou que a pêra americana pode associar a estética das suas formas à consumidora.

As frutas crescem no consumo mundial e tanto a apre-

Já se disse que vivemos sonhos e percepções. A realidade é o exercício da relatividade e o projeto de lançar e fazer negócios está ligado a desejos, angústias, emoções e valores.

José Luiz Tejon Megido *é professor de pós-graduação da ESPM, coordenador do Grupo de Estudos dos Negócios e Operações de Marketing em Agribusiness (Genoma) e Diretor do Instituto de Estudos do Agribusiness da Abag.*

sentação de suas qualidades nutricionais quanto as embalagens e a arte de sua apresentação estão cada vez mais sofisticadas. O Ministério da Agricultura deverá investir cerca de R$100 milhões no *marketing* de produtos agrícolas (50% nas frutas, segundo o ministro Pratini de Moraes).

Organizando o *marketing*

As frutas tropicais atendem ao apelo inconsciente dos sonhos humanos: sol, qualidade de vida, energia, erotismo, longevidade. O sabor tropical/amazônico é naturalmente poderoso no planeta. Resta organizar a gestão de *marketing*.

O primeiro passo é saber, através da pesquisa de *marketing*, quais os sonhos e expectativas dos consumidores globais. Esses sonhos e expectativas nos indicarão as ações físicas de adaptação tecnológica e de processos para a entrega dos produtos.

Em segundo lugar, é preciso avaliar a competição e as redes de distribuição, seus problemas e oportunidades e as barreiras para competir.

Por fim, é necessário projetar uma marca que responda aos desejos e expectativas dos consumidores, a que mais se aproxime de seus anseios.

Além da magia

Marketing não é simplesmente identificação de desejos e soluções mágicas de propaganda. É saber unir a arte de compreender os sonhos dos consumidores a formas de tecnologia, processos e superação de obstáculos para entregar as frutas que correspondam a esses sonhos.

Quando vamos à Disneyworld, compramos fantasias. E nossos cérebros ficam tão envolvidos por essas fantasias que nenhum adulto resiste a transformar-se novamente em criança. Quando compramos cafés especiais, compramos cultura, valores ambientalistas, conforto e prazer (esse, talvez, acima de tudo).

Ao vender as frutas brasileiras, talvez estejamos levando a alegria e a descontração do país do carnaval, do futebol e de Carmem Miranda para dentro das geladeiras das civilizações bem-comportadas do primeiro mundo. Ao vendermos frutas brasileiras, talvez nossos consumidores estejam ouvindo Aquarela do Brasil, Tom Jobim, Caetano, Gil; talvez estejam desfilando nas avenidas da jovialidade, do sorriso.

Carmem Miranda do século XXI

O *marketing* das frutas brasileiras enfrenta um enorme desafio: reunir lideranças modernas, preparadas para a formação de ações em bloco e que, harmonicamente, consigam organizar um projeto com elementos de sonho e de realidade que vá além de nossos portos, aviões e barreiras.

Um projeto que leve um novo significado de Brasil ao ato de consumir fruta tropical brasileira. Talvez uma Carmem Miranda do século XXI. Uma Carmem Miranda que nos possibilite o controle sobre a gestão do *marketing*. Depois da Internet, do comércio eletrônico e dos sistemas de distribuição porta a porta mundiais, há muito para se repensar em distribuição e acesso de frutas, ao longo de toda a cadeia do agribusiness, da genética ao cliente final.

Yes, nós temos banana. *Yes*, nós temos guaraná. Levou tempo para a própria indústria brasileira, num esforço supremo de talento, mostrar ao consumidor nacional que o guaraná é uma fruta e dá em árvore.

A diferença entre a gestão do *marketing* e a gestão convencional é a crença que os seus líderes depositam na força do consumo associado às novidades da evolução. As pessoas querem rastreabilidade. Querem saber a origem do produto.

Vendemos mais em uma gôndola de supermercado quando explicamos ao consumidor o bem que a fruta lhe faz, quando lhe ensinamos a gostar de um alimento. O sabor da fruta está na mente. O poder do *marketing* vive na capacidade do dirigente.

TECNOLOGIA

Fator de sucesso

Uma embalagem segura e econômica é meio caminho andado para obter bons resultados no mercado de vegetais

ARMANDO P. PIMENTEL

Armando P. Pimentel *é administrador de empresas e diretor de desenvolvimento de produtos do grupo Rigesa Westvaco do Brasil.*

A produção de frutas e legumes no país tem um razoável peso na economia. Estima-se que a atividade movimente anualmente cerca de US$20 bilhões. *Pari passu* à eloqüência desses números, porém, estão as enormes perdas causadas pelo acondicionamento e transporte impróprios desses produtos. A qualidade fica seriamente comprometida e eles perdem valor.

Ironia do destino, as marcas mais importantes de embalagens para frutas e legumes no Brasil ainda são Ford, GM e Mercedes Benz. Há ainda um expressivo volume de produtos transportados a granel sobre caminhões. Do total de produtos embalados, cerca de 80% ainda são acondicionados em caixas de madeira. As famigeradas caixas *K* são as mais importantes delas, surgidas no início do século, quando se fazia a reutilização das embalagens de querosene importado.

As perdas ficam algo em



torno de 30% de tudo o que se produz e é colhido, admite o Ministério da Agricultura. De 45 milhões de toneladas produzidas, cerca de 13 milhões são jogadas no lixo – volume suficiente para alimentar cada um dos 30 milhões de brasileiros mais pobres com pouco mais de um quilo por dia, ou o equivalente a duas ou três vezes a pauta de exportações de frutas e legumes do Chile, o maior exportador da América Latina e um dos maiores do mundo.

Antecedentes

A história do desenvolvimento das embalagens de papelão ondulado para frutas e legumes pode ser associada ao trabalho organizado da cooperativa agrícola de Cotia e aos primeiros embarques de frutas frescas para o exterior, no início dos anos 80.

Naquela época, as embalagens tinham como principais características a deficiência no desempenho em ambientes úmidos, elevada área de papelão e alta gramatura, cortina de parafina externa como proteção contra a umidade. O miolo, ou seja, a parte ondulada do papelão, era reciclado, absorvia muita umidade e não havia tecnologia para tratá-lo. Uma embalagem para exportação de uvas chegava a ter quase 1m² de área e pesava aproximadamente 600g.

Novidades no Ceará

A principal proteção contra a umidade, a cortina de parafina, passou a ser restringida por dificultar a reciclagem do papel. A presença da parafina na massa a ser reciclada provocava o aparecimento de manchas ou perfurações, prejudicando a qualidade do papel reciclado.

O produtor brasileiro passou a dispor de um novo conceito para acondicionar frutas e legumes: uma bandeja em peça única, de fácil manuseio nos pontos-de-venda e apropriada para expor o produto.

Uma empresa do Ceará, a Rigesa Westvaco do Brasil começou a trabalhar nesse mercado a partir de 1995, com a construção de uma unidade no município de Pacajus, com o firme propósito de abocanhar o mercado de frutas do Nordeste brasileiro. Em dezembro daquele ano, a instalação de duas estações de desenho e uma mesa de CAD acelerou o desenvolvimento de embalagens.

Em 1996, a empresa lançava no Brasil as embalagens *bliss-boxes*, primeiro para uvas de exportação. A área de papelão era 20% menor que a do desenho tradicional. A experiência deu certo e a Rigesa foi desenvolvendo e buscando novos projetos em embalagens de frutas.

Plaform no Brasil

Em 1998, depois de mudanças industriais e de se adaptar a um novo pacote tecnológico, a empresa cearense foi certificada para produzir *plaform* no Brasil. Assim, o produtor brasileiro passou a dispor de um novo conceito para acondicionar frutas e legumes: uma bandeja em peça única, resistente a umidade e transporte, montada com máquina ou manualmente, com medidas paletizáveis, de fácil manuseio nos pontos-de-venda e apropriada para expor o produto. No conceito *plaform*, a embalagem de uva pôde ser confeccionada com área de papelão 46% menor.

Reduzida a área, poderíamos supor que a resistência estrutural estivesse comprometida e que os riscos de danos ao produto aumentariam. Na verdade, uma embalagem dessa envergadura tem resistência estrutural algumas vezes superior à de uma embalagem convencional equivalente. E o tempo de exposição à umidade alta e a variações de temperatura amplia essa diferença de desempenho.

Projeto inteligente

Como isso é possível? Através de uma tecnologia que mantém mais durável a estrutura do papelão exposto à umidade, associada a um projeto inteligente do ponto de vista do uso racional do papelão na embalagem: papéis Kraftliner de alta qualidade, tratados com parafina especial em quantidade não prejudicial à reciclabilidade do papelão; miolo tipo semiquímico (fabricado com fibras virgens) e também tratado; cuidados especiais nas máquinas de acabamento, conhecidas como *corte-e-vinco*, para evitar amassamentos excessivos durante a fabricação e impressão com tintas infensas a ambientes úmidos. Essa é a *plaform*.

O mais importante e difícil, porém, é o controle da qualidade. Normalmente as fábricas de papelão precisam produzir uma gama muito grande de produtos e é difícil conseguir especialização na produção. Por isso um grande número de funcionários teve que ser treinado e os parâmetros usados para a produção de caixas normais tiveram que ser revistos.

Em expansão

O desafio agora é expandir o uso da embalagem para produtos comercializados internamente. Como a *plaform* é tida como produto de altíssima confiança, sobretudo no mercado europeu, onde é mais conhecida, o exportador de frutas brasileiro a vem utilizando como elemento de *marketing*. Em 1999, foram comercializadas cerca de 15 milhões de unidades da embalagem *plaform* no Brasil. A tendência é o mercado dar preferência aos produtores que utilizarem a nova tecnologia.

Em nome do futuro

São urgentes reformas no setor, se quisermos ter algum futuro no mercado internacional

MANOEL DANTAS BARRETO FILHO

Apesar das conhecidas e reiteradas vantagens comparativas como clima, solo, água, proximidade dos mercados consumidores etc., a fruticultura brasileira, especialmente a do Nordeste, ainda precisa vencer entraves estruturais que comprometem a competitividade e retardam sua consolidação enquanto atividade viável e capaz de responder às expectativas de configurar-se como instrumento da alavancagem do desenvolvimento regional.

Explicitar adversidades

A cadeia produtiva da fruticultura enfrenta entraves conjunturais de diversas configurações, que, apesar da competência intramuros das empresas – comprovada no rigoroso processo de depuração imposto pelas dificuldades advindas de fatores externos –, impedem o setor de deslanchar. Contextualizar a atividade impõe explicitar essas adversidades. Adiar o seu enfrentamento implica exaurir as vantagens comparativas e extenuar a capacidade de resistência das empresas.

O Brasil é um dos maiores produtores e exportadores agrícolas do mundo. Em alguns setores, como café, soja e suco de laranja, o país tem sido um participante de grande sucesso nos mercados internacionais. Mas exporta relativamente pouco de suas frutas tropicais frescas. Há muitas razões para isso: um mercado doméstico grande; uma moeda até recentemente supervalorizada, que desencorajou as exportações; altos custos de transporte interno; falta de infra-estrutura de pós-colheita; ambiente de comércio e regulamentações que desencorajam a competição e aumentam os custos de insumos para os produtores e canais de comercialização subdesenvolvidos.

O Brasil exporta pouco de suas frutas tropicais frescas por conta de um mercado doméstico grande, uma moeda até recentemente supervalorizada, altos custos de transporte interno e falta de infra-estrutura de pós-colheita.

Investimentos

O Brasil pode aumentar substancialmente sua participação nos mercados internacionais de frutas, combinando investimentos específicos do setor público em infra-estrutura; reformas regulamentares e monetárias que removam os empecilhos que denigrem o ambiente de negócios no país e estabelecimento de condições propícias para que o setor privado se sinta encorajado a desempenhar um papel ativo no comércio internacional de frutas tropicais.

Investimentos em infra-estrutura de irrigação nos pólos frutícolas são fundamentais e urgentes para aumentar a exportação para a Europa e os Estados Unidos.

A demanda de frutas tropicais nos Estados Unidos e na Europa, dois mercados-alvo fundamentais para o Brasil, está crescendo rapidamente. Essa é uma boa hora para os produtores brasileiros de frutas aumentarem sua presença nesses mercados. Há várias oportunidades excelentes em nichos específicos para frutas brasileiras. O Brasil pode por exemplo ser o principal fornecedor mundial de mangas no período de setembro a fevereiro.

Dados valiosos

O país, e particularmente o Nordeste, precisa estar presente na emissão e recepção de informação dos mercados, para adequar eficazmente sua produção às tendências de consumo, especialmente nos mercados de maior potencialidade.

Parte disso será encontrado através de importadores que estão vendendo e podem ajudar os produtores de frutas brasileiros a obter valiosos dados, notadamente em relação aos mercados em questão. Essas informações fornecem a base para a produção das variedades de frutas adequadas ao mercado, práticas apropriadas de pós-colheita, embalagens desejadas e à promoção das frutas brasileiras nesses mercados.

Ênfase na qualidade

Também é importante desenvolver e promover o conceito da qualidade de nossas fru-

Manoel Dantas Barreto Filho *é presidente da Frunorte e também presidente da Valefrutas – Associação para o Desenvolvimento do Agronegócio do Vale do Açu.*

As considerações nesse texto incorporam informações contidas no relatório do trabalho "Iniciativa pelo Nordeste". Agland Investment Services.

tas. O principal é conhecer os níveis e padrões exigidos nos mercados-alvo e exportar frutas que satisfaçam ou excedam esses padrões em quantidade e qualidade. O desenvolvimento de variedades novas é um dos motivos para se trabalhar em parceria com importadores, que conhecem as tendências dos consumidores pretendidos.

A manipulação adequada das frutas no pós-colheita é essencial para manter a alta qualidade necessária a uma exportação bem-sucedida. A redução de perdas – estimadas em até 40% em algumas áreas do Nordeste – é um outro benefício das boas técnicas de pós-colheita. Além disso, equipamentos especializados, como instalações para tratamento com água quente, são necessários para garantir o acesso aos mercados mais exigentes.

Modernas *packing houses* são necessárias para satisfazer as exigências cada vez mais severas do mercado global. O uso das técnicas disponíveis e a otimização do uso das que já estão disponíveis – incluindo resfriamento, materiais apropriados para embalagem, armazenamento em câmaras frias e os mais recentes métodos de transporte de longa distância, como contêineres de temperatura controlada – são necessários para permanecer competitivo em mercados globais.

Uma vez que apenas um número pequeno dessas modernas instalações está disponível, são necessários novos investimentos. Isso se aplica principalmente a pequenos e médios produtores, que não podem vender seus produtos em certos mercados internacionais, porque não têm escala que justifique o investimento em instalações individuais desses equipamentos. Formar cooperativas ou empresas âncoras para comercialização é necessário, nesses casos, para garantir o acesso à *packing house*.



Preparar para a técnica

A qualificação de trabalhadores em todos os níveis pode implementar com sucesso técnicas avançadas de produção. Não é suficiente que os altos setores da administração sejam bem treinados em técnicas modernas, se o segundo escalão administrativo e os trabalhadores não souberem como as implementar corretamente.

Qualificação com vistas à qualidade deve ser uma preocupação de toda operação agrícola que busque exportar sua produção. Sob esse aspecto, o processo cognitivo do trabalhador na fruticultura faz despertar para a necessidade do conhecimento formal, em lugar do treinamento com foco na tarefa, pelo desejo de conhecer a essência e intervir no processo a partir do interesse despertado, e não do bombardeio de procedimentos mecânicos.

São necessários novos investimentos em modernas instalações. Os pequenos e médios produtores não podem vender seus produtos em certos mercados internacionais, pois não têm escala que justifique esse investimento.

Pesquisa e aumento de produtividade

É necessário no Brasil um forte programa de pesquisa agrícola, que melhore a produtividade e a competitividade em mercados globais. Geralmente todos concordam em que são necessárias pesquisas conduzidas pelo setor privado, orientadas comercialmente, para aumentar a produtividade nas fazendas. Mas também é necessário um esforço dirigido para variedades aprimoradas e melhores práticas produtivas visando ao mercado. A pesquisa deve estar a serviço da produção e essa é função direta do mercado. Fora dessa equação repete-se o diletantismo gerador de compêndios que alimentam traças nas prateleiras enferrujadas da burocracia.

A comunidade científica acolhe e reconhece a necessidade de responder a essas exigências com pesquisas desenvolvidas a partir de demandas do setor produtivo. Urge recuperar o tempo perdido.

Infra-estrutura

O Brasil deve estar atento à criação de uma infra-estrutura adequada à fruticultura de exportação: estradas melhores, portos modernos, armazenamento em câmaras frias, instalações com atmosfera controlada e eletrificação rural.

Na maioria são obras de responsabilidade direta do setor público. Quando é possível e conveniente uma parceria com o setor privado, há também a necessidade clara de que esse esteja capitalizado para ter condições de participar dos projetos de infra-estrutura.

Políticas públicas e custos

Uma análise atenta revela altos custos de produção no Brasil. Os custos aqui são particularmente mais altos do que em países concorrentes para a compra de insumos agrícolas como fertilizantes, substâncias químicas para proteção da safra (fungicidas, inseticidas) e material para embalagem de frutas (caixas, por exemplo). Irrigação pressurizada e equipamento para pós-colheita também são caros, em comparação com os da Califórnia, do México e de outras áreas. Vários fatores contribuem para os altos custos da região, incluindo:

- *Impostos e tarifas* – tarifas de importação são aplicadas a insumos e equipamentos importados, elevando os custos totais. Há um imposto interno de vendas (ICMS) de 17%, que se aplica a compras realizadas fora do estado onde o negócio funciona.

- *Financiamento* – altas taxas de juros e crédito limitado afetam a competitividade do setor agrícola brasileiro. O estabelecimento de pomares de frutas e a compra de equipamentos para pós-colheita requerem financiamento de longo prazo.

- *Custos de transporte* – enquanto produtor de frutas, o Brasil possui áreas agrícolas relativamente distantes tanto dos mercados consumidores quanto das fontes provedoras de insumos; custos altos de transporte também reduzem a competitividade do produto final, que precisa ser comercializado fora dos *clusters* agrícolas.

- *Poucas indústrias locais de insumos* – há poucas indústrias produzindo insumos dentro dos *clusters* agrícolas (por exemplo, sementes, fertilizantes, pesticidas, herbicidas, equipamentos etc.).

- *Falta de concorrência na produção e distribuição de insumos* – são poucos os produtores e distribuidores de insumos e equipamentos agrícolas no Brasil. Poucas das principais companhias norte-americanas de irrigação e tecnologias de pós-colheita têm presença forte no país. Da mesma maneira, há poucos fornecedores domésticos de materiais para embalagem, como caixas, que precisam freqüentemente ser importados.

Competitividade

A competitividade de nossa fruticultura seria consideravelmente ampliada através de um modelo que possibilitasse volumes de compra de insumos e venda de produtos relevantes para os mercados fornecedor e consumidor. Só assim seria possível forçar o fornecimento de insumos em condições compatíveis com as práticas internacionais e determinar mudanças no desenho do quadro da distribuição e do comércio mundial de frutas, melhorando a remuneração para os produtores.

Um forte programa de pesquisa agrícola no Brasil melhoraria a produtividade e a competitividade em mercados globais. Todos concordam em que são necessárias pesquisas conduzidas pelo setor privado.

O setor público também pode exercer um papel definitivo na redução dos custos através da melhoria da infra-estrutura de transportes e das políticas fiscais/comerciais que afetam os custos de insumos.

Há ainda aspectos como desregulamentação e modernização das relações trabalhistas e da carga tributária, que causam prejuízos reconhecidos pela sociedade e pelo próprio governo ao setor produtivo. Objeto de propostas de modificações em andamento no Congresso Nacional, o tema é complexo e exige trabalhos específicos – e urgentes, já que a situação é insustentável.

Defasagem competitiva

A depuração da competência das empresas de fruticultura do Brasil – indiscutível, já que continuam sobrevivendo a tantas adversidades – esbarra na defasagem competitiva do contexto em que estão inseridas, e não será suficiente para mantê-las por muito tempo.

A energia dessas empresas deve ser canalizada para uma abordagem conjunta e profissional, tanto das questões mencionadas quanto de outras que surgem no dia-a-dia das empresas, a partir de uma postura conjunta e solidária, de um modelo que lhes possibilite agir em bloco, impondo atenção e respeito de seus clientes e fornecedores de insumos, públicos e privados.

Os setores mais versáteis e ágeis na adoção de estratégias ousadas (informática, comunicações, bancos, eletroeletrônica, médico-químico, bebidas) há muito perceberam essa necessidade e abandonaram o apego ao individualismo em prol de modelos que viabilizem ações coordenadas em proveito comum.

Efeitos

Alguns efeitos dessa dilaceração de atitudes evidenciam a necessidade vital de uma revisão no setor:

- reivindicações desorganizadas de problemas conjunturais comuns: por vezes a forma pontual como são colocadas as situações confunde a abrangência da solução proposta com pleito individual;

- análises repetidas do mesmo fenômeno ou ambiente: esforços duplicados, às vezes concomitantes, ou repetidos por falta de entendimento para disponibilizar mutuamente as informações;

- falta de complementaridade de informações, gerando diagnósticos distorcidos: não existindo troca efetiva de informações estratégicas, a leitura de determinadas situações não leva em consideração fatos ou posturas adotadas por outras empresas, cuja ocorrência determinou a configuração do quadro detectado, comprometendo a validade da análise;

- concorrência predatória sucumbindo aos movimentos propositais do mercado mais organizado: os mercados de compra e distribuição de frutas são muito eficientes na geração de informações quanto a estoques, aceitação e preços praticados, disseminando dados distorcidos que, se não forem esclarecidos, podem depreciar significativamente os preços pagos aos produtores;

- repetição de pesquisas e experimentos tem gerado instabilidade tecnológica, alternando avanços significativos com atrasos.

Abrir mão de idiossincrasias e aproveitar a sinergia de nossas potencialidades é fator de sobrevivência competitiva, a ser considerado com profissionalismo e visão de futuro. A globalização é inexorável e exige flexibilidade e adequação a seus princípios: otimização de escalas de produção para uma abordagem dos mercados com organização e volumes que permitam poder de barganha na hora de comprar e evitar a concorrência predatória na hora de vender.

Qualidade superior

A pesquisa desenvolvida pela Embrapa busca uma fruta mais saborosa, saudável e ambientalmente sustentável

ANDRÉS TRONCOSO VILAS

O Brasil é o segundo produtor mundial de frutas, com 36 milhões de toneladas, cerca de 10% da produção mundial. O mercado de frutas frescas representa US$23 bilhões, dos quais apenas 10% são de produtos tropicais (esse mercado cresce US$1 bilhão por ano, com apenas 1% de participação do Brasil).

As exportações brasileiras de frutas frescas alcançaram, em 1998, US$117,2 milhões, um aumento de 1% em relação ao ano anterior. As exportações de frutas processadas têm superado US$1,3 bilhão, sendo os sucos cítricos responsáveis por mais de 90% desse total. No entanto, a balança comercial do setor continuou deficitária em US$72,2 milhões, com importações de US$189,4 milhões, principalmente pêra, maçã, uva, ameixa, quivi, nectarina, pêssego, tangerina e laranja.

Há 4 milhões de empregos na fruticultura, sendo a atividade que mais gera emprego no setor agrícola. A fruticultura irrigada apresenta uma relação de dois empregos por hectare, enquanto a cultura do algodão tem a mesma relação em 0,4 e a de grãos, 0,02. O potencial brasileiro para produzir frutas tropicais e temperadas é enorme; o mercado interno é muito grande e a rentabilidade no setor é bastante boa. Por todas essas razões, a fruticultura tem prioridade nas ações de Pesquisa e Desenvolvimento da Embrapa, em parceria com outras instituições públicas e privadas.

Para que e como pesquisar

As ações de P&D da Embrapa em fruticultura tropical e temperada têm como objetivos buscar soluções tecnológicas através de projetos que promovam a geração, adaptação e transferência de sistemas de produção sustentáveis de fruteiras, visando expandir os mercados nacional e internacional para o agronegócio brasileiro; estimular a apresentação de projetos que promovam a geração, adaptação e transferência de conhecimentos e tecnologias em manejo integrado de pragas, doenças e plantas invasoras em frutíferas e apoiar projetos direcionados à compreensão dos mercados, à formação de bancos de dados e à avaliação de impacto das tecnologias utilizadas em sistemas de produção de fruteiras.

Apesar dos números, a balança comercial do setor de fruticultura no Brasil continua deficitária em US$72,2 milhões, com importações de US$189,4 milhões, principalmente pêra, maçã, uva, ameixa, quivi, nectarina, pêssego, tangerina e laranja.

Com relação às instituições, as estratégias consistem em desenvolver ações através do Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA) da Embrapa em parceria com várias instituições públicas e privadas.

Ações de pesquisa

Em 1999 foram executados 99 projetos com 414 subprojetos em fruticultura, o que corresponde respectivamente a 16,2% e 15,1% do total de toda a programação da empresa – ou seja, seu maior programa de pesquisa.

Entre os produtos contemplados, destacam-se: abacaxi, banana, manga, melão, uva, coco, mamão, caju, maçã e pêssego. Nesse mesmo ano, a Embrapa aplicou, em P & D com fruticultura, R$40 milhões para pagamento de pessoal, R$7,3 milhões em custeio e R$4,1 milhões em investimento.

Principais resultados

As fruteiras tropicais e subtropicais defrontam-se com problemas que requerem novos cultivares e híbridos (como por exemplo por causa da presença da *sigatoka negra* em bananeiras no Norte do país) e de ampliação de fronteiras agrícolas para alguns produtos (caso dos citros no Norte e do abacaxi no semi-árido nordestino).

O Programa de Fruticultura da Embrapa vem atendendo a essas demandas, com a indicação e lançamento de cultivares:

- para a pêra, cultivar Cascatense, com adaptação a regiões com 300 ou 400 horas de frio hibernal e produtora de frutos de boa qualidade;
- para o pêssego, Maciel e

Andrés Troncoso Vilas *é pesquisador da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa).*

Lenense (para dupla finalidade), Granada e Turmalina (para indústria), Chinoca e Chinua, (para consumo *in natura*);

- para a nectarina, o cultivar Vênus, que produz frutos com alto teor de sólidos solúveis e floração tardia;
- para o morango, Campinas, Dover e Tulda (para mesa), Tange e Vila Nova (para dupla finalidade), Konvoy-cascata e Burkley (para indústria);
- para o mirtilo, foram recomendados os cultivares Delite, Bluegen, Climax e Powderblue, com produtividade superior a 25 mil kg/ha e boa adaptação ao Sul do Brasil;
- para a amora preta, houve o lançamento do cultivar Caingangue para consumo *in natura*;
- para a uva, houve o lançamento do cultivar Moscato Embrapa, para a elaboração de vinho branco;
- para as uvas americanas de mesa, foram lançados um cultivar precoce (Vênus) e dois tardios (Tardia de Caxias e Dona Zilá);
- para o cupuaçu, foram obtidos oito genótipos com produção de 25 frutos por planta ao ano;
- para a banana, foi indicado o cultivar Caipira e o híbrido PV 03-44, ambos resistentes às *sigatokas* amarela e negra e ao *mal-do-panamá*, para cultivo no Amazonas;
- para os citros, foram feitas diversas indicações de cultivares copa e porta-enxerto para o estado do Acre, laranjas Natal e Valência (para consumo local), limas ácidas Galego e Tahiti (para consumo *in natura* e indústria de sucos) e os porta-enxertos citrange Carrizo, tangerinas Cleópatra e Sunki e o limão Cravo;
- *abacaxi* – foi constatada a viabilidade de cultivo de Pérola e Smooth Cayenne na região semi-árida do Nordeste.

Mais resultados

As perdas na colheita e pós-colheita são consideráveis, estimando-se que as relativas à pós-colheita atinjam de 20% a 30% da produção. Cultivares melhores e tolerantes/resistentes a pragas e doenças contribuem para atenuar os danos causados por essas perdas. Alguns resultados específicos:

- *maçã* – antecipação da colheita em 13 a 20 dias com a aplicação de *thidiazuron*;
- *ameixa* – indicação da melhor época de plantio, com base em observações de mais de 10 anos;
- *uva* – período de produção ampliado de 60 para 130 dias no Sul do país;
- *banana* – o despencamento no cultivar Pioneira, lançado recentemente pelo programa de melhoramento de banana da Embrapa Mandioca e Fruticultura, foi considerado característica genética, com reduzida influência ambiental.

Para o morango, foram indicados ainda os cultivares Oso Grande, de dia curto, e Selva e Fern, indiferentes ao fotoperíodo.

O manejo do solo e da planta têm requerido a utilização de práticas que provocam danos de difícil reversão, mormente quando se trata de ecossistemas frágeis, como é o caso do denominado solo coeso, que predomina ao longo dos tabuleiros costeiros em uma superfície de aproximadamente 100 mil quilômetros quadrados, e do semi-árido, cerca de 70% da região Nordeste. Para corrigir esses problemas, foram desenvolvidas tecnologias como:

- *pêra* – o plantio intercalar de melão tem proporcionado retorno ao agricultor; da mesma forma o plantio de leguminosas e gramíneas também reduz os gastos e os efeitos negativos do uso de máquinas;
- *caju* – cajueiros plantados no espaçamento de 6m x 4m, adensados, podem passar para 6m x 8m no quarto ano e não no terceiro ano, por corte alternado na linha;
- *caju* – o cajueiro-anão precoce é mais indicado como porta-enxerto de plantas para cultivo em solos com alumínio, destacando-se para isso o CP-06 como o melhor genótipo;
- *citros* – o controle integrado de plantas invasoras usando feijão-de-porco como cobertura vegetal entre as linhas e herbicida pós-emergente nas linhas proporcionou um aumento de 45,6% na produtividade e redução média de 47,8% no custo do controle das plantas invasoras; esses dados repercutiram positivamente, e a Monsanto está financiando estudos semelhantes em São Paulo, em pomares particulares, como aconteceu na Bahia e em Sergipe;
- *citros* – a associação de fruteiras e culturas alimentares, tendo o limão como cultivo principal, em áreas semi-áridas sob irrigação, possibilitou a inserção do pequeno produtor no mercado. O autor do estudo foi premiado no concurso Agricultura Real, e a comunidade de Itiúba, onde foi desenvolvido o trabalho, recebeu um trator. O trabalho foi citado pelo programa Comunidade Solidária como "experiência inovadora".

Em 1999 a Embrapa executou 99 projetos em fruticultura, respectivamente a 16,2% e 15,1% do total de toda a sua programação – ou seja, seu maior programa de pesquisa.

Combate sustentável

As pragas e as doenças são um constante desafio e têm provocado perdas consideráveis nas atividades agrícolas em todo o mundo. O conceito de Manejo Integrado de Pragas (MIP) tem permitido o combate sustentável a pragas e doenças.

Alguns avanços conseguidos:

- *fruteiras* – o controle químico de moscas-das-frutas, *Anastrepha fraterculus*, foi mais eficiente quando se colocou isca tóxica, sendo essa eficiência de 10% a 30%;

- *maçã* – usando o conceito MIP, o número de aplicações de inseticidas foi de três, em contraposição a 10 aplicações pelo método convencional;

- *manga* – o monitoramento da mosca-das-frutas é condição *sine qua non* para a exportação de frutos de manga produzidos na região Nordeste;

- *maracujá* – há indícios de que o definhamento precoce seja causado por vírus com possível envolvimento de ácaros *Brevipalpus* como vetores;

- *mamão* – estudos sobre a meleira indicaram transmissão por instrumentos de corte, presença de RNA fd em flores, frutos, raízes, caule e folhas de plantas afetadas, ausência de RNA fd em *Carica cauliflora* inoculado e a constatação, via microscopia eletrônica, de partículas em plantas infectadas.

Difusão e transferência de tecnologia

As atividades de difusão e transferência de tecnologia na fruticultura também foram intensas, incluindo palestras, visitas técnicas, apresentação de resultados de P&D, reportagens, cursos, dias de campo, consultas técnicas etc.

O público atendido nessas atividades foi constituído por agricultores, técnicos de nível superior e estudantes.

Outra ação de difusão e transferência de tecnologia importante, principalmente nos centros de pesquisas que recomendaram ou lançaram cultivares e híbridos, tem sido a produção de materiais genéticos de qualidade superior que contribuem para implementação de pomares em vários pólos de frutas no Brasil.

Programas de governo

O governo federal, através dos Ministérios da Agricultura (Padfin) e do Orçamento e Gestão (Brasil em Ação) vem estimulando ações para melhorar a qualidade e a produtividade da fruticultura irrigada nordestina.

O Padfin já aportou recursos da ordem de R$4,2 milhões no período de dezembro de 1997 a dezembro de 1998, para atender projetos de P&D, em fruticultura irrigada, nas linhas de melhoramento, fitossanidade, pré e pós-colheita, água-solo-fertilizantes, controle da mosca branca e processamento agroindustrial. Além disso, estão sendo desenvolvidas atividades nas áreas de sustentabilidade ambiental (caracterização ambiental dos pólos) e sementes e mudas.

O Programa Brasil em Ação destinou recursos da ordem de R$50 milhões para o período de cinco anos, com aplicação exclusiva no empreendimento Inovação Tecnológica na Fruticultura Irrigada no Nordeste Brasileiro, o qual prevê ações de pesquisa em abacaxi, banana, caju, coco, mamão, manga, uva e fruteiras alternativas (cajá, cajá-umbu, umbu, anonáceas, bacuri), além do melão, aqui inserido como olerícola.

Suas ações visam a objetivos específicos, tais como:

- *uva* – prioridade no melhoramento de variedades sem sementes;

- *manga* – ênfase na colheita na contra-estação dos países competidores;

- *banana* – visando principalmente à fitossanidade e ao melhoramento de tipos exportáveis;

- *mamão* – viabilizar a participação nordestina nas exportações, através de controle fitossanitário e uso racional de defensivos;

- *coco* – concentrar esforços na multiplicação do anão híbrido;

- *melão* – ênfase no melhoramento para criação do melão tropical.

As perdas na colheita e pós-colheita são consideráveis, estimando-se que as relativas à pós-colheita atinjam de 20% a 30% da produção. Cultivares melhores contribuem para atenuar os danos causados por essas perdas.

Programa de qualidade

O Programa de Qualidade em Fruticultura visa estabelecer indicadores de sustentabilidade, tais como: limite máximo de resíduos tóxicos, qualidade no empacotamento e na manipulação dos produtos, uso eficiente de insumos, adequação de processos, impactos ambientais.

A Embrapa participa desse trabalho, dando suporte técnico no estabelecimento desses indicadores e em metodologias para a sua mensuração, viabilizando a abertura de mercado internacional para frutas brasileiras.

Outros desafios

Além dos problemas tecnológicos, a viabilização da fruticultura no Brasil depende da superação de pontos de estrangulamento: fraca estrutura organizacional dos produtores; número reduzido de laboratórios para análise de resíduos e de calibração de corretivos e nutrientes; deficiência na infra-estrutura da rede de escoamento da produção (portos, estradas, armazenamento etc.); baixa qualificação da mão-de-obra; baixa agregação de valor na pós-colheita (sistema agroindustrial); deficiente controle fitossanitário (barreiras); sistema de assistência técnica deficiente; recursos financeiros limitados para P&D no setor; oferta limitada de material genético e mudas de qualidade; limitações na cadeia de frios do negócio frutícola; sistemas estaduais de assistência técnica deficientes; tributos relativamente elevados *via-à-vis* outros países produtores de frutas; necessidade de financiamentos com carências, prazos e taxas de juros competitivas e custo Brasil (insumos, fretes, taxas portuárias elevados).

Esse conjunto de gargalos mostra os desafios que temos pela frente e vários deles servem como indicadores de temas para ações de P&D a serem desenvolvidas pela Embrapa, em parceria com os setores públicos e privados.

Em síntese, na área de fruticultura a Embrapa desenvolve suas atividades buscando a fruta que, no futuro, terá mais sabor, saúde, sanidade, sazonalidade, sem sementes, sem resíduos tóxicos e com sustentabilidade ambiental.

Mais competitividade

Entre a realidade e a potencialidade do setor de frutas, os produtores brasileiros têm muitos entraves a vencer

FERNANDO BRENDAGLIA ALMEIDA

A base agrícola da cadeia produtiva das frutas abrange 2 milhões de hectares, gera 4 milhões de empregos diretos e um PIB agrícola de US$11 bilhões. O setor demanda mão-de-obra intensiva e qualificada, fixando o homem no campo de forma única, pois permite uma vida digna a uma família, dentro de pequenas propriedades e também nos grandes projetos.

É possível alcançar um faturamento bruto de R$1 mil a R$ 20 mil por hectare. Além disso, para cada US$10 mil investidos em fruticultura, geram-se três empregos diretos permanentes e dois empregos indiretos. Visto por outro ângulo, 2,2 milhões de hectares com frutas no Brasil significam 4 milhões de empregos diretos (duas a cinco pessoas por hectare).

O Brasil é um dos três maiores produtores mundiais de frutas tropicais, com uma produção que supera os 33 milhões de toneladas. Mesmo com essa potencialidade, as transações de comércio exterior de frutas frescas ainda são deficitárias.

Do total que produzimos, temos a seguinte destinação aproximada, em percentuais:

- fruta fresca no mercado interno, 53;
- fruta fresca exportada, 1;
- fruta para a indústria, 46.

Em 1999 as exportações brasileiras de frutas frescas geraram divisas em torno de US$165 milhões para um volume de 435 mil toneladas contra US$119 milhões, correspondentes a 296 mil toneladas em 1998 – o que, apesar do crescimento de 46% em volume e 39% em valor, ainda está longe do nosso verdadeiro potencial.

Entraves

Considerando que o sistema agroalimentar das frutas representa uma das principais áreas em que o Brasil vem concentrando seus esforços para garantir a competitividade, acesso aos mercados e respeito às normas internacionais do comércio, ações concretas e emergenciais são requeridas.

Não se pode aceitar, por exemplo, que o Japão continue bloqueando a entrada de frutas brasileiras sob alegações fitossanitárias. Há que se aproveitar as negociações com o Japão para, a exemplo do ocorrido com os Estados Unidos, delimitarem-se zonas produtoras credenciadas por aquele país para a exportação. Como é o caso da cultura do mamoeiro no Brasil, competitiva em nível mundial, principalmente no estado do Espírito Santo: recentemente a Secretaria de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Abastecimento acertou com o Serviço de Inspeção de Saúde animal e Vegetal/Aphis, dos EUA, bases para viabilizar a exportação de mamão brasileiro ao país em referência.

A desinformação sobre exigências do mercado externo e a falta de organização da base produtora também são grandes entraves brasileiros, pois, como se sabe, o protecionismo dos países compradores e exportadores de peso está fortemente fincado na organização e na força dos produtores que defendem seus interesses de curto a longo prazo em cada negociação, por meio da preparação de agentes negociadores.

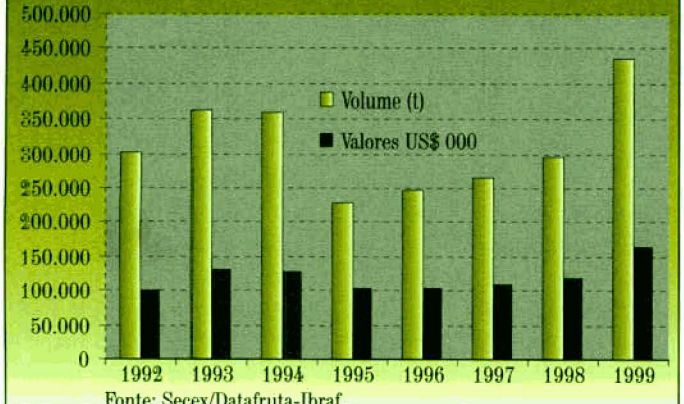
Atrativos do mercado externo

O Programa Setorial Integrado de Promoção de Exportações de Frutas Brasileiras, no qual o Instituto Brasileiro de Frutas (Ibraf) está trabalhando em conjunto com a Agência de Promoção de Exportações (Apex), desde setembro de 1998, foi criado para aumentar a competitividade dos produtores nacionais e conscientizá-los dos atrativos do mercado externo. O programa engloba ações na base produtora com o foco principal de sensibilizar o produtor, adequando a cadeia produtiva para garantir competitividade no processo de exportação.

As estatísticas das exportações brasileiras de 1999 já refletem a importância de iniciativas dessa natureza, conforme mostra o gráfico.

Fernando Brendaglia Almeida *é diretor-presidente do Instituto Brasileiro de Frutas (Ibraf) e superintendente da Valexport.*

Evoluções totais de frutas frescas



Fonte: Secex/Datafruta-Ibraf.

Novo elo na cadeia

Varejistas e atacadistas estão perdendo a vez para um novo tipo de operador na cadeia: os processadores de alimentos

JEAN-PAULGAYET

Os consumidores sabem que as frutas são saudáveis, fazem bem para o organismo, permitem se alimentar sem ganhar peso, fornecem sais minerais e vitaminas essenciais... Mesmo as bananas, pouco valorizadas no passado, ganham suas letras de nobreza, evitando câimbras, fornecendo o potássio necessário para os jogadores de futebol. O consumo de sucos de frutas está aumentando, especialmente os sucos frescos prontos para beber.

Os supermercados estão aproveitando a tendência para oferecer seções de frutas mais atraentes, frutas mais bonitas, aparentando frescor, exigindo de seus fornecedores entregas mais freqüentes, de frutas de melhor qualidade. Não raramente, eles organizam sua própria logística, a partir de suas plataformas regionais.

Os adolescentes estão tomando menos refrigerantes e mais bebidas à base de frutas, sejam isotônicas ou sucos diversos. O McDonald's diversificou sua oferta de bebidas, incluindo dois sucos de frutas. Desde então, o consumo do maracujá no país quadruplicou, e passamos de maior exportador mundial a importador. Não é que o consumo no McDonald's seja tão volumoso, mas o efeito de alavancagem conseguido com essa vitrina surpreendeu a todos.

No exterior, frutas desidratadas começam a ser consumidas durante o dia, nos intervalos no escritório, acompanham aperitivos e são incluídas nas merendas escolares.

Praticidade

No Brasil, não deve existir mais nenhum hotel que não ofereça frutas frescas no café da manhã, além dos sucos. Notei que quase todos os hóspedes consomem frutas frescas, confessando que não têm esse hábito em casa. A razão é a praticidade: no hotel, as frutas estão prontas para consumir.

Praticidade é a nova palavra de ordem: bebidas prontas, frutas frescas prontas para consumir, lavadas, descascadas e fatiadas, e outros alimentos minimamente processados. O maior freio ao aumento do consumo da manga, aqui ou no exterior, é sua dificuldade de preparo. Experimente oferecer mangas fatiadas, ou em cubinhos, para seus filhos e observe a reação. Se eu fosse investir numa planta de processamento de alimentos, o grande negócio atual, começaria propondo saquinhos de mangas frescas fatiadas.

Mudanças de hábito

As ocasiões de consumo de frutas estão se multiplicando: consumimos mais frutas fora de casa, acompanhando a tendência geral de fazer cada vez menos refeições em casa. O que preocupa muito o setor de supermercado: existem projeções mostrando que, em 2015, a metade de todos os alimentos vendidos não passará mais por suas prateleiras.

Grandes mudanças estão acontecendo em toda a cadeia de alimentos, e da cadeia frutícola em particular, que já modificam profundamente o varejo e o atacado, obrigando a produção a se adaptar às novas realidades:

- os varejistas estão perdendo uma fatia cada vez maior da distribuição de alimentos para outros canais, como o dos processadores de alimentos. Os supermercadistas, otimistas, pensam que vão crescer menos do que poderiam, mas várias projeções apontam para uma diminuição real dos volumes de alimentos distribuídos pelo varejo, segundo diversos estudos feitos pelo Food Marketing Institute nos EUA;

- os atacadistas tradicionais vendem cada vez menos volumes para os supermercados que estão investindo em logística, construindo suas plataformas regionais, abrindo a possibilidade de negociar diretamente com os produtores, e vão perder os restaurantes e cozinhas industriais que serão abastecidos por processadores de alimentos.

Novos tempos

Aparece um novo tipo de operador na cadeia, o processador de alimentos, que é diferente das indústrias de alimentos em vários aspectos: ele entrega produtos frescos sem conservantes nem aditivos, semiprocessados, prontos para consumir ou serem incorporados nos pratos, até duas vezes por dia se necessário, e ele está

Jean-Paul Gayet *é consultor em fruticultura.*

instalado ao lado de seus clientes. É um tipo de *catering* com produtos semielaborados.

O que isso significa para o produtor de frutas? Que ele vai se deparar cada vez mais com clientes diretos especializados, altamente profissionalizados, e de grande porte, repartidos em três grandes atividades: plataformas de distribuição no varejo, plantas de processamento e indústrias alimentícias tradicionais.

Querendo preservar sua renda, ele deve se organizar para atender a esses clientes, obedecendo a complexas especificações de produtos e exigências que abrangem qualidade, quantidade e programação de entregas, unindo-se no seio de empresas de comercialização para alcançar a escala necessária para atuar bem no mercado: a produção individual garante o alto nível de qualidade, e a consolidação da comercialização garante o melhor retorno financeiro.

Ele não deverá deixar que terceiros organizem essa consolidação da produção na origem, por duas razões: é uma atividade delicada, que ele pode melhor exercer por estar em perfeita sinergia com a região, necessitando de investimentos baixos, resultando num valor agregado importante que aumentará sensivelmente sua renda; exercendo-a, ele se dá a possibilidade de controlar a repartição do valor agregado na cadeia, exigindo sua parte. Evidentemente, não é o próprio produtor que vai exercer essa função no dia-a-dia, e sim, uma equipe de profissionais contratados e controlados por ele.

Dessa forma, ele evitará repetir o modelo da fruticultura chilena ou da citricultura paulista, ambas muito eficientes para um elo da cadeia, excluindo o produtor.

PARADIGMA

Notável exceção

Em vez de improvisar, o Chile prevê e planeja de acordo com sua realidade concreta

LUIZ ANTONIO PINAZZA E REGIS ALIMANDRO

E-mail: pinazza@agroceres.com.br e regis@fgv.br

Enquanto a maioria dos países da América Latina padece de dificuldades para administrar suas economias, o Chile se revela uma notável exceção. Entre 1990 e 1998, a economia chilena se expandiu à surpreendente taxa de 7,7% ao ano – de dar água na boca às nações limítrofes.

Em 1999, houve uma queda – até certo ponto previsível – nesse ritmo de crescimento: a variação ficou abaixo de 2,7%. Para 2000 porém as projeções vão além de 5,5%.

AGENDA ESTRATÉGICA

Depois de 1997, o cenário chileno ganhou outra configuração. Com o advento da crise asiática, as exportações se reduziram em preços e quantida-

Chile: dados socioeconômicos

PIB: US$ 76 bilhões
PIB agricultura: US$ 4,6 bilhões
Inflação: 2,6% em 1999
Desemprego: 10,5%
População: 14,4 bilhões
Taxa média de crescimento populacional: 1,5% ao ano
População urbana: 11,9 milhões
População rural: 2,5 milhões
Renda *per capita*: US$5.300
Território: 75,6 milhões de hectares
Área agricultável: 25 milhões de hectares
Área para floresta: 11,6 milhões de hectares
Área para pastagem: 8,5 milhões de hectares
Área para culturas: 5,1 milhões de hectares

Chile: propriedades agropecuárias

Atividade	Número de propriedades	%	Área potencial Hectares	%	Área explorada Hectares	%
Culturas anuais	51.275	16	818.795	3	680.313	4
Hortaliças e flores	17.951	6	119.668	1	88.139	1
Frutas	17.614	6	514.015	2	197.950	1
Videiras	4.044	1	72.773	0	43.088	0
Pastagens	178.360	56	22.704.957	86	13.980.811	86
Florestas	8.606	3	1.558.073	6	1.001.485	6
Outros	38.642	12	714.082	3	307.574	2
Total	316.492	100	26.502.363	100	16.299.359	100

Fonte: Odepa/Ministério da Agricultura. *VI Censo Nacional Agropecuário*, 1967.

des. O comércio externo do Chile sofreu um golpe, pois um terço de suas vendas vai para aquela região. O céu de brigadeiro perdeu um pouco de limpidez e o governo teve de adotar medidas restritivas para diminuir os gastos públicos, com arrocho fiscal e aumento nos juros.

Antes disso no entanto, em 1995, o Ministério da Agricultura traçara tempestivamente uma agenda estratégica para aprimorar a evolução futura da atividade. Em síntese: um projeto para alicerçar a construção de soluções estruturadas e integradas das cadeias de produção. Uma proposta para evitar medidas imediatistas e remediadoras de problemas, constituída de um conjunto de ações capazes de enfrentar o ambiente dinamizado pela onda da globalização.

Linhas-mestras

As linhas-mestras da agenda formulada pelo Ministério estão sustentadas no tripé

1. *Melhorar os ativos dos produtores*, com a implementação de programas tais como:

- Programa de Recuperação dos Solos Degradados, que já beneficiou 420 mil hectares e estará vigendo até 2008;
- Programa de Construção de Drenos e Barragens, promulgado em 1985, com prazo de vigência até 2010; recuperou 540 mil hectares para produção entre 1991 e 1998;
- Programa de Fomento Florestal, beneficiando 150 mil unidades produtivas que dispõem de uma área de 2 milhões de hectares de aptidão florestal.

2. *Desenvolver mecanismos de mercado* para minimizar as distorções provocadas pelos países desenvolvidos nas políticas de produção e comércio de bens agrícolas. É o caso, por exemplo, das bandas internas de preços criadas para trigo, azeite e açúcar para minimizar a flutuação das cotações internacionais. Outro esforço significativo é o Fundo de Promoção das Exportações Agropecuárias, gerenciado junto com a iniciativa privada, para organizar o *marketing* e ampliar as vendas do país.

3. *Adotar um sistema integrado de fomento produtivo* para harmonizar a aplicação dos diferentes instrumentos e serviços prestados pelo Ministério em torno da busca da qualidade. A idéia é adequar-se às tendências internacionais em termos de normas fitozoossanitárias, medidas de política agrícola, saúde do consumidor, respeito ao meio ambiente, selagem de produtos chilenos etc.

Reconversão produtiva

Um dos objetivos centrais é incorporar os pequenos e médios agricultores no processo de transformação econômica. Como se sabe, as cifras genéricas normalmente escondem agudas diferenças existentes dentro do próprio setor. A expectativa dos chilenos é de que as políticas públicas resultem em melhor eqüidade social, além da obtenção de maior integração e competitividade sistêmica para o agribusiness.

A prioridade se explica: são de 225 a 240 mil propriedades inferiores a 12 hectares, gerenciadas pelos próprios produtores e suas famílias; absorvem de 1,1 a 1,2 milhão de pessoas, que administram 35% da superfície cultivada e 25% da produção total. No fundo é todo um trabalho de *reconversão produtiva* ou *transformação produtiva* para modernizar a agricultura tradicional, recuperar e desenvolver sua competitividade e elevar o padrão de vida e a sobrevivência da população campesina.

PARADIGMA

Produção diversificada

Nos anos 90, o Chile renovou sua produção agrícola com excelentes resultados de mercado

O espaço das áreas cultivadas ao longo do tempo desenha a marcha desenvolvida pela atividade agrícola no horizonte de médio e longo prazo.

Na década de 90, o Chile reduziu gradativamente a superfície de lavouras tradicionais como cereais e oleaginosas. Em contrapartida, as explorações dedicadas à fruticultura, horticultura e silvicultura mostraram franca expansão.

Chile: área cultivada

Em mil hectares

Espécie	1990/91	1997/98
Culturas tradicionais	986,30	739,20
Trigo	466,80	338,50
Milho	101,10	100,00
Aveia	78,30	79,40
Frutas e videiras	172,20	208,00
Maçã	46,20	77,30
Videira	49,20	44,40
Kiwi	11,90	7,80
Hortaliças e flores	109,80	115,60
Tomate	17,80	17,60

Fonte: Odepa/Ministério da Agricultura.

Espelho dos números

Cotejando os números de 1990 a 1998, o espaço das culturas tradicionais se reduziu em 25,5%, em torno de 250 mil hectares. Enquanto isso, a área plantada para as frutíferas e hortaliças cresceu, respectiva-

mente, 20,8% (35,8 mil hectares) e 5,2% (5,8 mil hectares).

As videiras também perderam área – de 49,2 mil para 44,3 mil hectares – para as hortaliças. A produção de uvas diminuiu para se ajustar ao novo comportamento da demanda de vinho, voltado agora mais para a qualidade. Em conseqüência, as plantas que forneciam matérias-primas menos qualificadas foram sendo erradicadas.

Tomando as três principais culturas em termos de área no bloco das atividades tradicionais, confere-se uma baixa significativa no trigo. Esse movimento é explicado pela preferência dos moinhos por matérias-primas importadas. Para o milho e a aveia, em que pese à ocorrência de variações anuais, detecta-se uma estabilidade na superfície plantada. Em todas elas há ganhos de produtividade acima de 25%.

Destaque internacional

A pedra de toque na agropecuária do Chile está no grau de especialização e sofisticação da sua fruticultura, destaque no comércio internacional. Em termos de área ocupada, as principais explorações são uva de mesa, maçã e *kiwi*, todas orientadas primordialmente para a exportação.

Ante os ganhos de produtividade e de qualidade conquistados pelas modernas técnicas de irrigação, tratos culturais e adoção de novas variedades, as áreas destinadas às videiras sofrem decréscimo, apesar da produção crescente.

Para a maçã, aumentaram área, produção e produtividade. A queda do *kiwi* se deve ao aumento na produção da China e à competição ferrenha de Nova Zelândia e Itália, respectivamente os maiores produtores do mundo e da Europa.

Das hortaliças, o grande destaque é o tomate. De 1990 a 1998, enquanto a área dessa cultura flutuou entre 18 e 23 mil hectares, sua produção deu um salto espetacular, de 580 mil para 1,2 milhão de toneladas. Nessa *performance*, o produto encaminhado ao setor industrial representa cerca de 60% da produção. (L.A.P. e R.A.)

PARADIGMA

Comendo melhor

O Chile incrementou a produção e o consumo de carne e leite alavancado pela avicultura

A oferta das carnes de aves, bois e suínos cresceu quase 50% entre 1990 e 1998. Grande parte desse aumento foi alavancado pela avicultura, que praticamente triplicou sua produção.

O leite teve crescimento de

Chile: produção de proteína animal

Produto	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Aves	130	Nd	219	262	304	321	344	351	382
Bovinos	240	Nd	200	224	240	258	259	262	256
Suínos	216	Nd	137	147	161	172	185	209	235
Total	586	Nd	556	633	705	751	788	822	873
Leite[1]	1.380	1.450	1.540	1.650	1.750	1.850	1.924	2.050	2.097

Fonte: Odepa/Ministério da Agricultura do Chile.

[1] Em 1000 litros.

Nd – Não disponível.

Chile: rebanho animal

Mil cabeças

Espécie	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Aves	19.358	22.896	25.726	27.447	29.214	29.088	28.330	30.192
Bovinos	3.403	3.460	3.557	3.691	3.914	3.858	3.913	4.098
Eqüinos	345	338	331	334	348	330	345	324
Ovinos	4.800	4.688	4.628	4.649	4.625	4.516	3.834	3.754
Suínos	1.250	1.225	1.287	1.407	1.489	1.485	1.655	1.770

Fonte: Odepa/Ministério da Agricultura do Chile.

Chile: disponibilidade de proteína animal

Quilos/habitante/ano

Ano	Aves	Bovinos	Suínos	Ovinos	Outros	Total	Leite*
1986	6,50	14,70	6,10	0,90	0,70	29,00	-
1990	8,90	18,60	9,20	0,60	0,80	39,00	115,00
1994	23,10	23,60	12,70	0,50	0,80	61,50	151,00
1998	24,80	23,20	15,00	0,50	0,80	64,30	151,00

Fonte: Odepa/Ministério da Agricultura do Chile.

*Litros/habitante/ano.

pouco mais de 50%. A melhora da renda da população, somada a preços mais acessíveis, fez aumentar substancialmente o consumo desses produtos no período.

Carnes e leite

Tanto a produção da bovinocultura de corte quanto a de leite são dirigidas para o mercado doméstico. O setor sofre a concorrência dos países signatários do Mercosul no intercâmbio comercial com os países vizinhos.

Na produção leiteira o maior obstáculo é a pulverização da produção em pequena escala e de baixa capacidade para a incorporação de tecnologia.

A avicultura chilena é orientada para o mercado doméstico. Mas a agressividade da agroindústria brasileira é vista como grande ameaça, por sua capacidade de colocar seus produtos a preços extremamente competitivos.

Cerca de 20% da carne bovina processada no país vem do exterior, sob a forma de produtos refrigerados e congelados. Os primeiros são mais caros e destinados ao consumo. Os segundos vão para a indústria. Nas partidas oriundas de países com febre aftosa se exige o produto desossado e com quantidade máxima de 5% de gordura, a título de risco mínimo.

A avicultura chilena é voltada para o mercado doméstico. Contudo a agressividade da agroindústria brasileira é vista como grande ameaça, por sua capacidade de colocar seus produtos a preços extremamente competitivos. A participação do setor no mercado externo é desprezível e não passa de 5% da produção total.

Para a cadeia suinícola as perspectivas são mais favoráveis. Desde 1998 o país foi declarado isento da peste suína clássica, fato precioso e positivo para as exportações.

Parte da produção vai para o mercado asiático, principalmente Japão, mas a Argentina é o maior comprador externo. Do lado do mercado doméstico, os criadores melhoram seus níveis de produtividade e reduzem custos, tornando os preços relativos da carne de porco mais competitivos em relação às demais. (L.A.P. e R. A.)

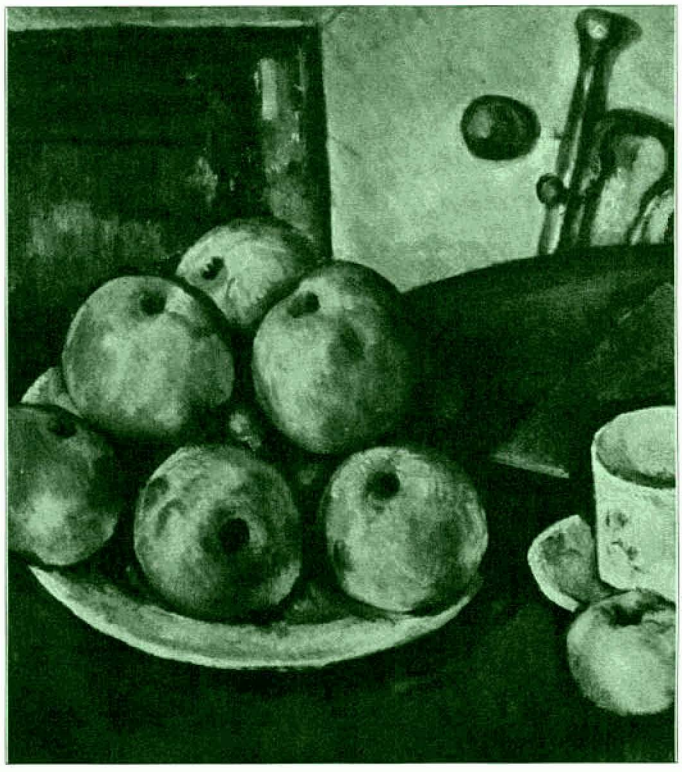
PARADIGMA

Modelo exportador

Com boa infra-estrutura de produção, frutas e vinhos chilenos se firmam no mercado internacional

As investigações sobre a cadeia de alimentos e fibras do Chile, desde a especificidade de cada um de seus elos até uma visão mais integrada, merece um reparo singular. As pesquisas são unânimes em salientar as potencialidades sistêmicas do setor com base nas vantagens comparativas proporcionadas por pontos positivos e favoráveis:

- *condições climáticas*: a zona central do país dispõe de um quadro muito similar ao verificado no Mediterrâneo, excelente para a produção de frutas, vinhos, azeitonas etc.



Chile: receita das principais exportações agropecuárias

US$ milhões

Item	1995	1996	1997	1998
I Frutas				
Frescas	1.147,00	1.366,20	1.279,40	1.502,50
Processadas	312,30	358,80	284,70	199,70
Total	1.459,30	1.725,00	1.564,10	1.702,20
II Floresta				
Primário	395,20	293,10	274,00	166,10
Indústria	1.870,30	1.250,10	1.374,00	1.278,40
Total	2.265,50	1.543,60	1.648,00	1.444,50
III Hortaliças				
Congelados	Nd	Nd	18.907,00	22.440,00
Desidratados	Nd	Nd	32.270,00	34.391,00
Frescos	Nd	Nd	67.925,00	76.758,00
Conservas	Nd	Nd	10.226,00	13.441,00
Polpas	Nd	Nd	75.124,00	92.293,00
Total	Nd	Nd	204.453,00	239.453,00
Total	4.473,30	4.169,90	4.270,30	4.313,90
(I)/(III)	32,60	41,40	36,60	39,50
(II)/(III)	50,00	37,00	38,50	33,50

Fonte: Banco Central e Odepa/Ministério da Agricultura.

Chile: destino das exportações de frutas frescas

Em %

Período	América do Norte	Europa	Extremo Oriente	Oriente Médio	América Latina	Total
1997/98	38,30	34,80	6,00	2,90	18,00	100,00
1998/99	41,40	33,20	6,50	3,30	15,60	100,00

Fonte: Asoex – Asociación de Exportadores.

Os dias são ensolarados, há poucas chuvas torrenciais no verão, as estações são marcadas por características próprias, e o gradiente de temperatura entre o dia e a noite oscila intensamente;

- *período de colheita*: disponibilidade para embarcar produtos frescos e processados de qualidade e preços atraentes para os consumidores do hemisfério Norte, quando a região atravessa a fase da entressafra;
- *infra-estrutura de irrigação*: aproveitamento das geleiras dos Andes;
- *ausência de pragas e doenças*: existem barreiras naturais (deserto, montanhas e oceanos) e um eficiente serviço público de proteção em todo o território;
- *acesso a portos de exportação*: áreas de produção próximas dos locais de embarque com estrutura de armazenagem e embarque bem desenvolvida.

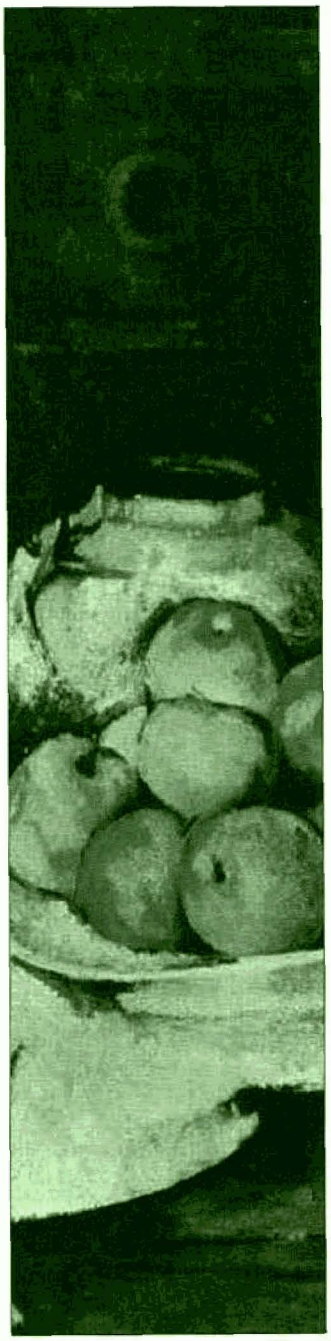
Chile: exportações de vinho

Em litros

Ano	Quantidade
1996	181.572.573
1997	219.135.355
1998	245.081.198

Fonte: Odepa/Ministério da Agricultura.

CRESCE A PARTICIPAÇÃO relativa das frutas na pauta de exportação dos bens da agropecuária chilena, que já chega a 40% do total, contra 24% dos cereais, legumes e hortaliças.



RIQUEZA DAS FRUTAS

No agribusiness, entre os países integrantes do continente sul-americano, o Chile é particularmente reconhecido por sua competência no desenvolvimento das atividades ligadas à produção e comercialização de frutas, no âmbito interno ou no externo.

Em pelo menos dois aspectos as cifras asseveram a real importância da economia frutífera do país: na crescente participação relativa das frutíferas na pauta de exportação dos bens da agropecuária, que já chega ao patamar de 40% do total, e na sua contribuição de 45% na formação do PIB setorial, contra 24% dos cereais, leguminosas e hortaliças e 31% da pecuária e silvicultura.

Do Chile partem frutas para as mais remotas e diferentes regiões do mundo. Os principais produtos são uva, *kiwi*, maçã e pêra .

SABOR DO VINHO

O *boom* das exportações chilenas de vinho ainda repercute na produção, que em 1998 foi de 444 milhões de litros, contra 381 milhões em 1997. A área das uvas para atender à demanda crescente das vinícolas saltou para 75 mil hectares desde 1997 – um crescimento da ordem de 20%.

A maior parte das novas plantações são da cepa Cabernet Sauvignon, em relação a outras variedades finas (Pinot Noir, Merlot, Carménère, Cot, Syrah, Chardonnay, Chenin, Resling, Sauvignon Blanc etc.). Os vinhos elaborados a partir de uva de mesa, que excediam os 100 milhões de litros em 1993, agora somam menos de 50 milhões. (L.A.P. e R. A.)

Uma mistura bem especial.

Em março, outro especial sob medida para o verão.



Reserve hoje mesmo seu espaço, com Caíque Tibiriçá, pelo telefone (21) 559-5623. Tim, tim!

AGROANALYSIS
A REVISTA DE AGRONEGÓCIOS DA FGV
Nós fazemos com gosto.

Pontos de estrangulamento

Os obstáculos internos e externos representam vicissitudes a serem vencidas pela olericultura brasileira

JOSÉ HONÓRIO ACCARINI
MARCOS AURÉLIO MAZOCATO
OTÁVIO GONDIM PEREIRA DA COSTA
RITA DE FÁTIMA ALVES LUENGO

Além das elevadas margens de comercialização que penalizam produtores e consumidores, os processos de colheita, acondicionamento, transporte e distribuição de hortifrutigranjeiros enfrentam pontos de estrangulamento. Eles constituem empecilhos ao alcance de níveis mais elevados de modernização nesses processos, gerando ineficiência e inibindo o desenvolvimento desse mercado crescente com redução de sua competitividade interna e externa.

Frutas, legumes e verduras, assim como carnes, ovos, leite e derivados etc., apresentam elasticidade-renda da demanda superior à unidade, razão por que, economicamente, são denominados bens superiores.

À medida que a renda *per capita* cresce, o consumo desses bens aumenta mais que proporcionalmente em termos percentuais. Como ocorre o contrário com alimentos básicos (arroz, feijão, mandioca etc.), denominados bens inferiores, a elevação dos níveis de renda por habitante vai provocando mudanças no perfil de consumo de produtos agrícolas: a população passa a consumir cada vez mais os bens superiores e menos os inferiores.

Consumidor pouco exigente

Esse processo é gradativo e se manifesta ao longo do crescimento da renda *per capita*, um dos indicadores de desenvolvimento socioeconômico, ao lado da taxa de escolaridade e da expectativa de vida. O Brasil apresenta grau intermediário de desenvolvimento, o que significa que seu padrão de consumo de produtos de origem rural está em fase de transição dos bens inferiores para os superiores.

Desse modo, o consumo de frutas, legumes e verduras por habitante ainda é baixo no Brasil, em comparação com o de outros países, mesmo com grau de desenvolvimento semelhante ao nosso, a exemplo da Argentina. Isso traz como conseqüência o fato de as camadas de baixo poder aquisitivo, ainda predominantes, gastarem a maior parte de sua renda com alimentos básicos, adquirindo apenas eventualmente produtos hortifrutigranjeiros. Além disso, como os produtos de baixo padrão qualitativo são mais baratos, acabam sendo mais procurados pela população de baixa renda.

O baixo grau de exigência do consumidor nacional decorre de seu reduzido poder aquisitivo, o que não quer dizer que não haja mercado para produtos de qualidade mais elevada mas apenas que ele ainda é de pequenas dimensões, embora com tendência a crescer.

Como é o padrão de consumo predominante que determina a oferta, os produtores nacionais pouco se preocupam com a qualidade dos hortifrutigranjeiros, pois conseguem vendê-los mesmo com baixo padrão qualitativo.

Potencial não impede déficit

Em países como o Chile, um mercado interno pequeno obrigou os produtores de hortifrutigranjeiros a buscarem desde o início no mercado internacional a válvula de escoamento para sua produção. Como os consumidores dos principais países importadores têm elevada renda *per capita*, a oferta teve que se ajustar aos padrões de exigência desse mercado, oferecendo-lhe produtos de alta qualidade.

O Chile exporta aproximadamente US$1,4 bilhão/ano de frutas frescas, cifra conquistada por domínio tecnológico, conhecimento de mercado e intenso uso de *marketing* internacional.

Enquanto isso o Brasil, com potencial produtivo muito maior, apenas exportou US$293 milhões em 1998 e importou US$312 milhões. Computando-se frutas e legumes em conjunto, as exportações foram de US$309 milhões e as importações de US$595 milhões (déficit de US$286 milhões).

Mobilização pela qualidade

Sendo o grau de exigência do consumidor reflexo direto de seu poder aquisitivo, seria possível concluir que os produtores brasileiros ainda vão demorar algum tempo para se mobilizarem massivamente pelo fator qualidade.

Mas essa tendência não será irreversível se, da união entre setor público e privado – como já se desenha em programas específicos em fase de implantação no Brasil –, forem tomadas medidas efetivas para mudar tal realidade.

Isso é desejável e plenamente viável técnica e economicamente, tendo em vista que o Brasil pode aproveitar seu mercado interno de grandes dimensões e transformá-lo em mola propulsora para conquistar o mercado internacional de frutas, legumes e verduras, por meio da oferta de produtos com elevados padrões de qualidade e preços competitivos.

Padronização e classificação: necessidade urgente

A criação de padrões é condição necessária para a classificação de produtos, enquadrados em diversos tipos segundo características como tamanho, cor, grau de amadurecimento, *brix* (teor de sólidos solúveis, principalmente açúcar), quantidade de defeitos e assim por diante.

Ao contrário do que ocorre com produtos industrializados – cujo processo produtivo é controlável –, é extremamente complexo e difícil padronizar e classificar produtos hortifrutigranjeiros. Já se encontram no Brasil exemplos concretos e bem-sucedidos nesse campo, embora ainda reste um longo caminho para se concretizar esse avanço em todos os elos da cadeia produtiva.

O grau de desenvolvimento ainda incipiente é reflexo do baixo grau de exigência do consumidor doméstico. Mas a implantação e difusão dessas medidas são fundamentais para reduzir custos de comercialização, porque possibilitam

divulgar preços e informações de mercado com maior rapidez e precisão e realizar compras e vendas a distância, sem necessidade de inspeção física dos produtos.

A comercialização eletrônica em tempo real por meio de terminais de computador – tendência irreversível para reduzir custos – é impossível sem a classificação dos produtos.

Vantagens para (quase) todos

A formação e a divulgação de preços praticados nos diversos elos da cadeia produtiva, de modo a conferir maior organização e transparência ao mercado, também dependem desse serviço.

Reduzir custos de informação e transação beneficia todos os integrantes da cadeia produtiva – e portanto o consumidor que, com preços mais baixos, tende a aumentar o consumo e ampliar a dimensão do mercado interno –, além de contribuir para a competitividade no mercado externo.

A falta de padronização e classificação só é muitas vezes cômoda e vantajosa para o intermediário atacadista, que tem oportunidade de depreciar o produto que compra apoiado em argumentos meramente subjetivos, colocando os produtores em situação de desvantagem na negociação do preço.

Os produtores também não se motivam para a implantação desse serviço diante do baixo grau de exigência do consumidor nacional e do temor de não encontrarem mercado para produtos de qualidade inferior.

Nada se perde

Na realidade ocorre exatamente o inverso. A mistura de produtos de qualidade diferenciada deprecia o produto bom e transforma o de menor qualidade em perda.

Dispondo de padrões de classificação, esses prejuízos são eliminados e o poder de barganha dos intermediários atacadistas e varejistas diminui diante da transparência do mercado.

Os produtos de qualidade inferior – muitas vezes inevitáveis no processo produtivo – podem ser destinados a nichos de mercado de consumidores com baixo poder aquisitivo; podem ser aproveitados por agroindústrias, como vem ocorrendo em diversas experiências bem-sucedidas, ou mesmo integrar programas sociais para populações carentes, a exemplo do que é feito na Ceasa-Campinas.

Trata-se portanto de serviço importantíssimo para o desenvolvimento do mercado hortifrutícola, que deve ser oferecido por meio de parcerias entre os setores público e privado, consultando consumidores, motivando-os e atraindo-os com produtos devidamente classificados, embalados e bem apresentados. As centrais de abastecimento devem desempenhar, como já ocorre apenas topicamente, papel de liderança na remoção desse ponto de estrangulamento, pois constituem o elo entre produtores e varejistas.

Embalagem: proteção contra adversidades

Segundo os especialistas, a embalagem destina-se a conter, proteger e vender determinado produto. A função de contenção visa agrupar unidades de modo a tornar mais conveniente e eficaz o manuseio e a distribuição dos produtos, que devem ocupar todo o interior da embalagem, para evitar desperdícios de espaço, transporte e/ou de armazenamento e atritos. A função protetora está relacionada à capacidade da embalagem para suportar as adversidades da distribuição.

São adversos à integridade do produto, na distribuição e na comercialização de hortifrutigranjeiros, o manuseio severo durante as operações de carga e descarga, a compressão das caixas colocadas nas camadas inferiores, impactos e vibrações durante o transporte, perda de umidade, presença de etileno e outros gases etc.

O apelo das embalagens

A função vendedora da embalagem é pouco valorizada no Brasil. Devido ao tipo de comercialização predominante, dificilmente se associa o produto a sua marca.

Essa característica é muito explorada em países da Europa e nos Estados Unidos, onde quase sempre os produtos saem dos pontos de produção devidamente embalados e identifica-

Exemplos de tarifas de importação vigentes em 1999

Produtos	Estados Unidos	União Européia	Japão
Laranja	US$0,21/kg	Média de 15,6%	16,7% (15/06 a 30/11) e 33,3% (1/12 a 31/05)
Manga	Importação livre	2% (1° semestre) e 1% (2° semestre)	3,5%
Melão	Importação livre para a maioria dos tipos ou 23,1% em média para tipos específicos	9,5% (1° semestre) e 9,2% (2° semestre)	5,2%
Uva	US$ 1,66/m3 em média	16,4% em média	13,1% em média
Maçã	Importação livre	5,3% a 6,9% dependendo do volume e do valor	17,5%
Cebola	Importação livre ou US$ 0,36/kg	9,2% em média ou 12,35 Euros/kg	Não disponível
Outras hortícolas	Importação livre ou 18,8% em média ou US$ 0,103/kg, dependendo do tipo de hortaliça	9,2% em média ou 12,35 Euros/kg	Não disponível
Inhame	Importação livre para a maioria dos tipos ou 22% para tipos específicos	11,3 Euros/100kg (1° sem.); 10,4 Euros/100 kg (2° sem.) ou 4,35% em média	Não disponível
Tomate	Importação livre para a maioria dos tipos ou US$ 0,0375/kg para tipos específicos	9,2% em média, sendo variável mês a mês	Não disponível

Fontes dos dados primários:

– Boletim Internacional de Aduanas dos Estados Unidos da América. 19 ed. Exercícios de 1996 e 1997;

– Boletim Internacional de Aduanas da União Européia. 21 ed. Exercícios de 1998 e 1999;

– Boletim Internacional de Aduanas do Japão. 17 ed. Caderno 28, exercícios de 1996 e 1997.

Elaboração: Celso Teixeira Cordeiro, do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

dos, agregando valor e reduzindo ao máximo os desperdícios.

A função de proteger os produtos é prioritária no Brasil, onde o transporte em geral é feito em rodovias nem sempre conservadas, com desvios, lombadas e buracos. Além disso, ao deixar os locais de produção os caminhões usualmente precisam transitar por estradas vicinais precárias até atingir as rodovias.

O inadequado desempenho do papel protetor das embalagens está diretamente relacionado às perdas causadas por amassamento e pelo atrito com as paredes das embalagens, que causam esfolamentos e outros danos ao vegetal e facilitam o desenvolvimento de doenças que o depreciam e até o tornam impróprio ao consumo.

As antiquadas caixas K

As embalagens mais comumente utilizadas no acondicionamento e transporte de hortifrutigranjeiros no Brasil (82,5% da produção em 1998) ainda são as chamadas caixa *K*, de madeira pregada ou grampeada, que transportavam querosene na II Guerra Mundial, e outros tipos de caixas de madeira. Resistente à compressão vertical e de baixo custo, a caixa *K* é tradicionalmente utilizada como unidade de medida e valor, um dos principais fatores explicativos de sua permanência no mercado por mais de meio século.

De modo geral, as caixas de madeira apresentam diversas desvantagens que prejudicam o consumidor. Por terem superfície áspera, elas amassam e esfolam o produto, facilitando o ataque e a proliferação de doenças nos frutos, legumes e verduras, pois são reutilizáveis e raramente passam por um processo de desinfecção – mesmo lavadas, a umidade residual facilita o desenvolvimento de fungos que contaminam os produtos acondicionados na etapa seguinte.

Ademais, esse tipo de embalagem aumenta o custo de transporte em relação às caixas plásticas e não admite a paletização – nem portanto carga e descarga automatizadas.

Em conseqüência, essas operações tomam várias horas, contra 15 a 20 minutos para cargas paletizadas. O custo de um caminhão parado durante horas no pátio de um supermercado na zona central de grandes cidades é evidentemente elevado. O consumidor paga por isso.

Produtos como abóbora, batata, cebola, milho verde e outros são transportados em sacos de juta ou de náilon, reutilizáveis e de baixo custo. Essas embalagens acondicionam 6,2% da produção total de hortifrutigranjeiros. Frutas como abacaxi, coco-da-baía e melancia, entre outras, representativas de 5,8% da produção, são transportadas a granel.

Embalagens plásticas e de papelão ondulado são usadas apenas em 5,5% da produção.

Legislação defasada

Apesar de algumas inovações já introduzidas nessa área, o Brasil ainda precisa avançar muito. Isso fica evidente quando se compara a realidade brasileira com a americana, onde existem cerca de 1.500 tipos diferentes de embalagens em uso, número crescente na medida em que indústrias e centros de pesquisa introduzem novos materiais e conceitos mais modernos.

Um primeiro passo para superar esse ponto de estrangulamento seria a reformulação da Portaria nº 127, de 4 de outubro de 1991, do Ministério da Agricultura – já defasada, após mais de oito anos de vigência e das transformações quantitativas e qualitativas que ocorreram na produção hortifrutícola nacional nesse período.

> O baixo grau de exigência do consumidor nacional decorre de seu reduzido poder aquisitivo, o que não quer dizer que não haja mercado para produtos de qualidade mais elevada – apenas que ele ainda é de pequenas dimensões, embora com tendência a crescer.

Pelo menos dois aspectos evidenciam essa defasagem: o documento permite o transporte a granel para vários produtos e sequer menciona o uso de embalagens plásticas.

Algumas novidades

Há indícios de que as embalagens de madeira serão gradativamente substituídas por outros materiais como plástico e papelão ondulado, encontrados no mercado sob forma de caixas, bandejas, luvas protetoras, sacos e assim por diante.

As caixas de plástico podem ser paletizadas, lavadas e higienizadas, evitando a contaminação dos produtos. Já existem unidades desmontáveis, facilitando armazenamento e transporte quando não estão em uso. Na Alemanha, Estados Unidos, Suíça e em outros países estão sendo desenvolvidas diversas alternativas de embalagens para hortifrutigranjeiros, as quais podem ser adaptadas e utilizadas no caso brasileiro.

Em parceria com uma empresa privada, a Embrapa Hortaliças desenvolveu e lançou no mercado, em setembro de 1999, embalagem plástica para tomate e pimentão, que apresenta vantagens importantes: dimensões menores e cantos arredondados, o que reduz ferimentos nos frutos e diminui perdas; retornável, diminuindo custo da embalagem; paletizável, facilitando carga e descarga mecânica; higienizável, evitando transmissão de doenças, e autoexpositiva, o que possibilita o uso da embalagem desde a propriedade rural até o ponto de venda.

Essas caixas plásticas duram em média cinco anos e são recicláveis, havendo promessa do fabricante de trocar cinco caixas danificadas por uma nova. Essa possibilidade, além de reduzir custos ao produtor, é ambientalmente recomendável, já que o plástico tem duração indeterminada – embora usualmente se estime em aproximadamente um século o tempo de sua decomposição.

Custos de embalagens

Quanto ao custo, estudos comparativos mostraram que a caixa *K*, utilizada por um produtor de alface no cinturão verde de São Paulo, custa R$1,00 por viagem, enquanto o acondicionamento em caixas plásticas custaria apenas R$0,10.

As caixas de papelão ondulado também apresentam vantagens e desvantagens, sendo importante utilizá-las para finalidades específicas. Por terem superfície lisa e levemente acolchoada, são apropriadas a produtos mais sensíveis e àqueles destinados ao mercado internacional, uma vez que não são reutilizáveis, embora recicláveis.

Como desvantagem, apresentam preço elevado – explicado pela pequena escala de produção brasileira e pela crescente utilização dessa matéria-prima para fins mais nobres – e perda de resistência com a umidade, embora isso possa ser evitado ou minimizado com a aplicação de produtos químicos para diminuir a absorção de água e outros líquidos.

Dinheiro no lixo

Os dados e informações sobre desperdícios são esparsos e discrepantes. Uma das dificuldades para se obterem conclusões mais precisas é que as perdas podem ocorrer na colheita, no transporte, na armazenagem, na manipulação e mesmo no consumo de produtos hortifrutigranjeiros. A grande dimensão territorial do país e a precariedade das estatísticas constituem outra dificuldade.

Apesar disso, alguns dados estimados ou pesquisados fornecem aproximação razoável para o percentual de desperdícios. Um dos trabalhos cientificamente elaborados foi realizado por pesquisadores da Embrapa Hortaliças no varejo de Brasília.

As perdas, determinadas pela diferença entre o total recebido pelos supermercados e a quantidade descartada, foram as seguintes:

- cenoura: 7 a 18% (36,89 % por danos mecânicos tais como cortes, esfoladuras e amassamentos e 30,52% por defeitos de formação);
- pimentão: 12 a 24% (63,89% por danos mecânicos e 9,39% por danos fisiológicos a exemplo de rachadura de crescimento, produto torto, podridão apical etc.);
- tomate: 5 a 25%, sendo 66,69% por danos mecânicos e 13,39% por danos fisiológicos.

Estimativas publicadas na edição de junho de 1999 desta revista registravam perdas ainda maiores, como:

- 60% no tomate (entre a intenção de plantio e a mesa do consumidor), enquanto nos países do primeiro mundo a perda é de 3% ou zero em alguns casos;
- 23,5% do total de hortifrutigranjeiros, representando aproximadamente R$4 bilhões (metade devido a embalagens inadequadas);
- 20 a 25% nas hortaliças, devido a danos mecânicos.

Conscientizar o varejista

Os intervalos de variação das estimativas indicam a precariedade dos dados e também a possibilidade de se reduzirem substancialmente as perdas.

Como os desperdícios nas Ceasas são estimados em menos de 1% (as cargas não são abertas e os produtos em geral não são manuseados), seria o varejista quem incorreria nos prejuízos se não os repassasse aos atacadistas, que por sua vez os repassam aos produtores. Isso aumenta as margens de comercialização no atacado e no varejo, conforme artigo publicado em janeiro último em *AGROANALYSIS*.

A conscientização da rede varejista portanto é medida estratégica para diminuir as perdas, o que pode ser obtido por meio da capacitação dos funcionários para manusear os produtos – incluindo recompensas monetárias como estímulo –, uso de embalagens adequadas, classificação de produtos, controle da temperatura para prolongar a vida útil dos produtos e assim por diante.

Os desperdícios oneram o preço ao consumidor final de frutas, legumes e verduras, reduzem os lucros dos produtores e constituem importante ponto de estrangulamento a ser removido.

A padronização e classificação de produtos, bem como a melhoria das embalagens são instrumentos da maior relevância para reduzir perdas e prejuízos que inibem o desenvolvimento do mercado.

Barreiras não tarifárias

Apesar dos avanços conquistados na última rodada do General Agreement on Tariffs and Trade (Gatt), que culminaram com a criação da Organização Mundial de Comércio (OMC) e a inclusão dos produtos agrícolas no âmbito dos produtos regidos por acordos internacionais, ainda são expressivas e variáveis as barreiras enfrentadas pelas exportações brasileiras no mercado internacional. Elas impedem ou dificultam a venda de frutas, legumes, verduras e outros produtos.

Em estudo publicado na *Revista Comércio Exterior* – Informe BB, estão listadas as principais barreiras não tarifárias, utilizadas como proteção aos mercados internos, sobretudo nos Estados Unidos, União Européia e Japão – justamente os mercados mais promissores e de maiores dimensões para os hortifrutigranjeiros do Brasil.

Essas barreiras enfrentadas pelo Brasil são restrições de caráter sanitário e fitossanitário; quotas; direitos *antidumping* e direitos compensatórios; acordos de preço mínimo e de restrição voluntária decorrentes da ameaça de imposição de direitos *antidumping* e compensatórios e medidas de salvaguarda.

Também existem proibições de importar determinados produtos, como ocorre com os Estados Unidos em relação à laranja (em face da incidência da mosca mediterrânea ou do cancro cítrico), ao figo, abacate, caqui e mamões (exceto os originários de áreas certificadas do Espírito Santo), à carambola e aos melões (exceto os produzidos em Mossoró, no Rio Grande do Norte). O Canadá proíbe a entrada de frutas e vegetais não embalados.

As restrições à importação de produtos geneticamente modificados é outra barreira que começa a ser utilizada por alguns países, que dão preferência aos produtos naturais – também denominados orgânicos ou dotados de selo verde – considerados não nocivos à saúde. Dificuldades semelhantes podem concretizar-se em futuro próximo com as retaliações contra o chamado *dumping* social – restrição às importações de países que pagam salários aviltados à mão-de-obra.

A Coréia do Sul – contrariando inclusive regras estabelecidas pela OMC – altera de forma constante, arbitrária e sem prévia notificação critérios de etiquetagem dos produtos. Em muitos casos o exportador brasileiro somente toma conhecimento dessas mudanças após a chegada do produto ao destino, gerando necessidade de reembalagem e reetiquetagem, aumentando custos e não raro acarretando prejuízos, práticas que introduzem grau de risco elevado às exportações de hortifrutigranjeiros.

Barreiras tarifárias

Outro entrave é a imposição de tarifas de importação, instrumentos utilizados por diferentes países, inclusive o Brasil, para proteger a produção doméstica. Conforme se observa em exemplos da tabela, essas tarifas variam segundo produtos, países ou blocos econômicos e épocas do ano.

Elas se diferenciam também em função da importância da produção interna, de acordos comerciais, quantidades comercializadas, mercados preferenciais, programas de substituição de importações, situação da balança comercial etc. Essas barreiras afetam a competitividade externa de diferentes produtos, dificultando ou inviabilizando economicamente a conquista do mercado internacional.

Custo Brasil

O chamado custo Brasil é a soma dos custos que o exportador nacional enfrenta e nos quais não incorreria se exportasse a partir de outro mercado. Dentre os itens que o integram estão os elevados encargos sociais e trabalhistas; altas taxas de juros internas; deficiências infra-estruturais de estradas, portos e aeroportos e excessiva carga tributária em termos percentuais e número de tributos.

Esses custos afetam parte expressiva de nossas exportações, influenciando negativa-

mente a competitividade dos hortifrutigranjeiros. A carga tributária, por exemplo, é considerada excessiva e desigual, razão por que se cogita implementar a tão esperada reforma, envolvendo alterações na Constituição Federal.

Além disso, o cumprimento da legislação tributária exige controles contábeis, atendimento da legislação e preenchimento de grande número de documentos, impondo pesado ônus às empresas. Como o preço do produto ao consumidor interno ou externo reflete esses custos, a exportação e a produção interna perdem competitividade.

Desafios a enfrentar

No Brasil o segmento de hortifrutigranjeiros cresceu mas se moderniza muito lentamente. E como apresenta valor da produção superior ao dos demais segmentos da agropecuária, vem recebendo pouca atenção dos economistas e dos governos. Seu potencial no abastecimento interno e no incremento das exportações é expressivo e poderá contribuir muito para a consecução da meta governamental de US$100 bilhões de exportações até 2002.

Outra função importante é a geração de renda e emprego.

A organização dos produtores, de modo que seus produtos já saiam das propriedades devidamente embalados e classificados, aumenta o valor agregado, permitindo internalizar ganhos usualmente apropriados pelos segmentos de comercialização ou transformados em perdas de renda.

Quanto à redução do desemprego, estudos indicam que o setor olerícola é o maior gerador e multiplicador de postos de trabalho na agricultura: um emprego criado no setor produtivo corresponde a cinco na cadeia produtiva.

Embora as condições necessárias para atingir esses importantes objetivos sejam a ampliação, a diversificação da produção e a agregação de valor nas áreas produtivas, a condição suficiente é a concomitante remoção ou redução dos pontos de estrangulamento apontados. Alguns dependem de medidas internas e outros envolvem ações de escopo mais amplo. Entretanto, é inadiável enfrentar e superar esses desafios.

Diante dos níveis de produção e geração de empregos alcançados pelo segmento de hortifrutigranjeiros no Brasil, o momento é propício para implementar programa específico de fortalecimento de sua produção, modernização dos sistemas de comercialização e remoção dos pontos de estrangulamento, por meio de medidas compartilhadas entre governo e agentes do agronegócio.

José Honório Accarini *é coordenador-geral de Agricultura e Recursos Hídricos no Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;* Marcos Aurélio Mazocato *é gerente de projetos internacionais no Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;* Otávio Gondim Pereira da Costa *é chefe de divisão na Coordenação-Geral de Agricultura e Recursos Hídricos, no Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão;* Rita de Fátima Alves Luengo *é pesquisadora em Pós-Colheita de Hortaliças, no Centro Nacional de Pesquisa de Hortaliças, na Embrapa.*

Agribusiness regional

Peso na balança

Superavitário em 1998, o Nordeste provou sua importância na balança comercial da região e na do país

Maurício Teixeira Rodrigues
Francisco Raimundo Evangelista
Marcus Raffaello Pinho Carvalho

No processo de desenvolvimento econômico, o setor agropecuário pode contribuir ofertando alimentos e matérias-primas necessários a todos os setores; adquirindo produtos manufaturados pela indústria doméstica; fornecendo mão-de-obra e capital ao setor não agrícola e gerando divisas, seja pela exportação, seja pela substituição de importações de produtos primários, de forma a permitir a aquisição dos bens de capital exigidos pelo processo de desenvolvimento.

Carentes de poupança interna e com uma indústria tecnologicamente defasada, os países e regiões menos desenvolvidos têm produzido políticas agrícolas que enfatizam essa última contribuição. Apesar da tendência à deterioração dos termos troca – os preços dos produtos primários vendidos por eles se reduzem ao longo do tempo e os produtos manufaturados que adquirem vão se tornando mais caros, gerando um fluxo de renda em favor dos países industrializados – as exportações de produtos primários são, muitas vezes, a forma mais imediata (quando não a única) de financiar as importações.

Agregando valor

Uma das maneiras de garantir uma participação vantajosa no comércio exterior é a agregação de valor aos produtos primários, seja ampliando as exportações de produtos primários processados, seja promovendo a diferenciação (pela qualidade ou por outras virtudes) dos produtos exportados.

Nesses casos, passa a ser importante conhecer e acompanhar não a balança comercial da agropecuária mas sim a balança comercial do agribusiness – compreendido como "conjunto de atividades agropecuárias, industriais e de serviços que mantém sinergias de caráter tecnológico, comercial e econômico, cuja matéria-prima principal venha do setor agropecuário ou cujo produto final tenha naquele setor o seu mercado".

A análise do comércio exterior sob essa ótica pode resultar em políticas que não se voltem exclusivamente para o apoio às exportações agropecuárias, posto que novas atividades são incluídas e são requeridas estratégias de competição distintas, como por exemplo participar menos dos mercados de *commodities* e mais do de especialidades.

O desempenho do agribusiness nordes-

1. Balança comercial do agribusiness nordestino

1998 – em US$ mil

Segmento/produtos	Exportações	%	Importações	%	Saldo	%
Insumos (1)	43.638,00	2,78	80.859,00	8,06	-37.221,00	-6,59
Adubos, fertilizantes e defensivos	37.813,00	2,41	4.202,00	0,42	33.611,00	5,95
Máquinas e equipamentos	4.001,00	0,26	28.126,00	2,81	-24.125,00	-4,27
Medicamentos veterinários	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sementes e mudas	198,00	0,01	2.529,00	0,25	-2.331,00	-0,41
Outros insumos	1.626,00	0,10	46.002,00	4,59	-44.376,00	-7,86
Produtos agropecuários (2)	535.344,00	34,16	768.961,00	76,69	-233.617,00	-41,38
Frutas e olerícolas	65.628,00	4,19	16.233,00	1,62	49.395,00	8,75
Grãos	198.018,00	12,63	396.864,00	39,58	-198.846,00	-35,22
Amêndoas	150.361,00	9,59	18.875,00	1,88	131.485,00	23,29
Fumo	36.008,00	2,30	33,00	0,00	35.975,00	6,37
Fibras	40,00	0,00	255.405,00	25,47	-255.365,00	-45,23
Cana-de-açúcar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Madeira	30.561,00	1,95	0,00	0,00	30.561,00	5,41
Carnes e ovos	0,00	0,00	20.671,00	2,06	-20.671,00	-3,66
Peixes, moluscos e crustáceos	50.531,00	3,22	59.574,00	5,94	-9.043,00	-1,60
Animais vivos	567,00	0,04	191,00	0,02	375,00	0,07
Outros produtos agropecuários	3.630,00	0,23	1.113,00	0,11	2.518,00	0,45
Produtos processados e semiprocessados (3)	988.263,00	63,06	152.810,00	15,24	835.453,00	147,97
Derivados de frutas e olerícolas	44.099,00	2,81	10.240,00	1,02	33.859,00	6,00
Derivados de grãos	3.914,00	0,26	55.518,00	5,54	-51.605,00	-9,14
Derivados de amêndoas	137.539,00	8,78	3.427,00	0,34	134.112,00	23,75
Derivados de fumo	925,00	0,06	31,00	0,00	894,00	0,16
Fibras processadas	27.791,00	1,77	1.827,00	0,18	25.964,00	4,60
Derivados de cana-de-açúcar	476.976,00	30,43	24.480,00	2,44	452.496,00	80,14
Derivados da madeira	156.831,00	10,01	810,00	0,08	156.021,00	27,63
Borracha natural	2,00	0,00	2.208,00	0,22	-2.206,00	-0,39
Ceras, óleos e gorduras	66.014,00	4,21	12.804,00	1,28	53.210,00	9,42
Bebidas alcoólicas	511,00	0,03	2.832,00	0,28	-2.321,00	-0,41
Carnes processadas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Peixes, moluscos e crustáceos processados	84,00	0,01	888,00	0,09	-804,00	-0,14
Produtos lácteos	193,00	0,01	22.225,00	2,22	-22.032,00	-3,90
Couros e peles	66.588,00	4,25	11.996,00	1,20	54.592,00	9,67
Outros produtos processados e semiprocessados	6.590,00	0,42	3.524,00	0,35	3.066,00	0,54
Total: (1)+(2)+(3)	1.567.245,00	100,00	1.002.630,00	100,00	564.616,00	100,00

Fonte dos dados originais: Secex-Decex – Sistema Alice.

tino em 1998 está retratado na tabela 1. Na tabela 2 tem-se ainda a participação do agribusiness de cada estado do Nordeste na balança comercial da região.

Exportações

A exportação dos produtos do agribusiness regional alcançou R$1,57 bilhão em 1998, representando 42,5% do total exportado pelo Nordeste (tabela 2).

Daquele montante, conforme a tabela 1, aproximadamente 63% foram gerados pela exportação de produtos processados e semiprocessados. Nesse grupo destacam-se os derivados de cana-de-açúcar, de longe os mais importantes na pauta regional de exportações, responsáveis por 30,4% do resultado obtido. Os derivados de madeira, com 10%, e os derivados de amêndoas (especialmente de cacau), com 8,8%, vêm a seguir.

Os produtos agropecuários, não processados, geraram 34,2% do valor das exportações, com destaque para os grãos (12,6%), as amêndoas (9,6%) e as frutas e olerícolas (4,2%), sendo que nos últimos a participação do Nordeste correspondeu a aproximadamente 56% do valor exportado pelo Brasil, em 1998. Em quarto lugar vêm os peixes, moluscos e crustáceos, com 3,2%.

Alguns produtos exportados

À primeira vista pode parecer surpreendente a participação dos grãos, quando se consideram as limitações edafoclimáticas do semi-árido. Entretanto, é crescente a participação dos cerrados (da Bahia, do Maranhão e do Piauí) na produção regional. De 1990 a 1998, somente a produção de soja no Nordeste passou de 226 mil para 1.529

Problemas de metodologia

A noção de agropecuária como atividade segmentada foi substituída pelo conceito de agribusiness principalmente ao longo da última década, o que contribuiu de forma decisiva para consolidar e potencializar as atividades ligadas à produção primária na geração de divisas. Mas não contribuiu na mesma proporção para que se passasse a medir sua efetiva participação nas balanças comerciais nacional, regionais e estaduais.

As poucas referências às exportações ou importações do agribusiness brasileiro têm se circunscrito ao campo das estimativas, geralmente pouco claras quanto à metodologia utilizada nos cálculos.

Algumas instituições têm publicado sistematicamente dados sobre a balança comercial do setor agropecuário brasileiro, como é o caso da Confederação Nacional da Agricultura e da Companhia Brasileira de Abastecimento – Conab.

O enfoque da Confederação é o de produtos selecionados, entre os quais estão presentes tanto produtos *in natura* (café cru ou em grão, soja mesmo triturada etc.) como processados (suco de laranja, açúcar refinado), configurando uma abordagem que vai além do setor agropecuário clássico. Idêntica é a abordagem da Conab.

Nenhuma dessas instituições incorpora, entretanto, as transações envolvendo os insumos agropecuários. Tampouco fornecem informações regionalizadas, lacuna que se procura preencher com o presente trabalho sobre o Nordeste. O problema com a seleção de produtos está na possibilidade de se adotarem diferentes critérios de escolha.

Um importante empecilho à mensuração dos indicadores econômicos do agribusiness de um país ou região diz respeito às dificuldades de se delimitar, de forma precisa e inequívoca, que atividades devem ser incluídas como integrantes desse segmento da economia. Na prática o que se tem observado é que essa delimitação, ou seja, até onde se avança ao longo das cadeias produtivas, tem ficado fundamentalmente restrita aos propósitos a que se propõe o respectivo estudo.

Neste trabalho os produtos da balança comercial foram distribuídos nos grupos e subgrupos constantes do quadro 1.

Para a delimitação específica do grupo de produtos processados, onde geralmente se concentram as maiores controvérsias sobre que etapas pertencem ou não ao agribusiness, foram computados os produtos em geral abrangidos na definição de agroindústria *stricto sensu*, ou seja, considerando-se apenas a primeira etapa de transformação da matéria-prima de origem agropecuária. Tomando como exemplo o sistema agroindustrial do algodão, computaram-se apenas o produtos compreendidos até a fiação, porque nessa etapa o algodão ainda é o principal insumo.

2. Produtos processados – etapas e produtos computados no cálculo da balança comercial do agribusiness do Nordeste.

Quadro 1

Insumos	Produtos agropecuários	Produtos processados e semiprocessados
Adubos, fertilizantes e defensivos	Frutas e olerícolas	Derivados de frutas e olerícolas
Máquinas e equipamentos	Grãos	Derivados de grãos
Medicamentos veterinários	Amêndoas	Derivados de amêndoas
Sementes e mudas	Fumo	Derivados de fumo
Outros insumos	Fibras	Fibras processadas
	Cana-de-açúcar	Derivados de cana-de-açúcar
	Madeira	Derivados de madeira
	Carnes e ovos	Carnes processadas
	Peixes, moluscos e crustáceos	Peixes, moluscos e crustáceos processados
	Animais vivos	Borracha natural
	Outros produtos agropecuários	Bebidas alcoólicas
		Produtos lácteos
		Couros e peles
		Ceras, óleos e gorduras
		Outros produtos processados e semiprocessados

Quadro 2

SAG	Etapas e produtos
Grãos	*In natura*, farelos e óleos, rações e sementes preparadas
Fumo	Matéria-prima, cigarros e charutos
Fibras	Até a fiação
Madeira	Madeira serrada e celulose
Borracha	Até a borracha natural
Couros e peles	Até o curtume
Produtos alimentícios	*In natura* e todas as fases do processo de industrialização

mil toneladas, o que explica em parte o resultado encontrado.

A castanha de caju é praticamente a única amêndoa exportada pelo Nordeste (US$150 milhões); sozinha, superou a receita gerada por toda a fruticultura brasileira de exportação (US$119 milhões em 1998).

Na fruticultura regional prevalece o consumo *in natura*, se considerarmos as frutas e olerícolas sob todas as suas formas, esse conjunto respondeu por exportações da ordem de quase US$110 milhões, ou 7% das exportações do agribusiness regional em 1998.

Dentro do segmento dos insumos, destacam-se apenas os adubos, fertilizantes e defensivos, responsáveis por 2,4% do total exportado. Cabe registrar que as condições de umidade relativa do ar do Nordeste, associadas à prática da irrigação, credenciam a região para ser uma zona produtora/exportadora de sementes, potencial pouquíssimo explorado, pelo que se vê na tabela 1.

Importações

O agribusiness regional foi responsável, em 1998, por importações da ordem de

2. Participação do agribusiness do Nordeste na balança comercial da região, por estado

1998 – em US$ mil

UF	Importações			Exportações			Saldo	
	Agribusiness A	Totais B	A/B %	Agribusiness C	Totais D	C/D %	Agribusiness E	Total F
AL	9.731	37.264	26,11	264.877	264.877	100	255.146	227.613
BA	163.412	1.464.871	11,16	628.123	1.828.882	34,34	464.712	364.011
CE	306.290	651.325	47,03	198.508	353.325	56,18	-107.782	-298.000
MA	19.269	319.362	6,03	73.816	635.554	11,61	54.547	316.192
PB	99.065	155.445	63,73	25.576	54.084	47,29	-73.489	-101.361
PE	305.780	914.831	33,42	239.799	362.257	66,2	-65.981	-552.574
PI	5.611	23.457	23,92	41.434	58.809	70,45	35.823	35.352
RN	34.839	81.045	42,98	80.191	101.694	78,86	45.353	20.649
SE	58.633	104.385	56,17	14.921	31.210	47,81	-43.713	-73.175
NE	1.002.630	3.751.985	26,72	1.567.245	3.690.692	42,46	564.616	-61.293

Fonte dos dados originais: Secex-Decex – Sistema Alice.

US$1,03 bilhão, correspondendo a 26,7% das importações regionais (tabela 2).

Os produtos agropecuários (não processados) contribuíram com 76,7% das importações totais do agribusiness, seguidos pelos produtos processados e semiprocessados, com 15,2% (tabela 1).

No segmento dos produtos agropecuários, destacam-se as importações de grãos (39,6%) e fibras (25,5% – algodão na sua totalidade). Os peixes, moluscos e crustáceos vêm em terceiro lugar, mas com um percentual bem menos significativo (5,9%).

Importações: mais equilíbrio

Não surpreende, aqui, o resultado dos grãos (especialmente milho e arroz), dadas as fragilidades do semi-árido para a sua produção e o fato de os cerrados da Bahia, Piauí e Maranhão – fronteira agrícola em consolidação – serem especializados em soja.

As compras de algodão, entretanto, da ordem de US$255 milhões, poderiam muito bem ser menores. A importância que tal cultura alcançou na região no passado é um indicativo de que não existe um impedimento agroclimático intransponível ao seu cultivo.

A importação de produtos processados e semiprocessados do agribusiness deu-se de uma maneira muito mais equilibrada em termos de produtos que a exportação, destacando-se somente os derivados de grãos, com 5,5%, os derivados de cana-de-açúcar (2,4%) e os produtos lácteos (2,2%).

No segmento dos insumos, destacou-se a importação de máquinas e equipamentos, responsável por 2,8% do total importado pelo agribusiness.

Superávit na balança comercial do agribusiness

O saldo em divisas propiciado pelo agribusiness nordestino em 1998 foi da ordem de US$564,6 milhões, enquanto a balança comercial total da região apresentou um déficit de US$61,3 milhões (tabela 2).

Sozinho, o segmento dos produtos processados e semiprocessados gerou um saldo positivo de US$835,5 milhões (tabela 1), para o qual contribuíram decisivamente os derivados de cana-de-açúcar, madeira e amêndoas. Nesse grupo os derivados de grãos e os produtos lácteos geraram déficit, embora de pouca monta (US$73,1 milhões).

A maior contribuição para a redução do saldo vem mesmo é do grupo dos produtos agropecuários – um déficit de US$ 233,6 milhões. No grupo, os maiores déficits vêm das fibras – leia-se algodão (US$255,4 milhões) – e dos grãos (US$198,8 milhões).

É importante destacar a contribuição dos superávits proporcionados pelas amêndoas (US$131,5 milhões) e pelas frutas e olerícolas (US$49,4 milhões) para reduzir o déficit do grupo.

Apesar do superávit em adubos, fertilizantes e defensivos (US$33,6 milhões), o grupo insumos teve uma contribuição líquida negativa, originada pela importação de máquinas e equipamentos e, principalmente, por uma vasta miscelânea de insumos de pequeno valor individual.

Contribuição de peso

Em 1998 o agribusiness regional contribuiu positivamente na geração de divisas para o Nordeste. Tenha essa contribuição aumentado ou diminuído com o tempo e relativamente à contribuição de produtos não integrantes do agribusiness, o papel que seus segmentos e produtos pode desempenhar não é desprezível e merece atenção especial dos formuladores de política.

É impossível não reconhecer, especificamente, os profundos benefícios que traria para a economia regional (e dos estados de Pernambuco e Alagoas, em particular) um reerguimento da atividade canavieira.

Efeito menor mas também de longo alcance, tanto em valor quanto do ponto de vista espacial, teria uma recuperação da cotonicultura regional.

Os produtos da pecuária – outra atividade amplamente difundida no Nordeste – também merecem apoio mais qualificado, pois somente couros e peles apresentaram saldo positivo.

Os resultados reafirmam ainda a importância dos sistemas agroindustriais da castanha de caju e do cacau como geradores líquidos de divisas para a região Nordeste, não obstante os graves problemas que ambos vêm enfrentando nas últimas décadas.

Confirmou-se o acerto da opção pela fruticultura, podendo avançar mais seu processamento.

A balança comercial do agribusiness não é um instrumento sofisticado, mas pode ser bastante útil como ferramenta de análise, especialmente quando desdobrada em seus componentes estaduais e considerada sob uma perspectiva histórica.

Os autores integram a Equipe de Estudos de Sistemas Agroindustriais e de Turismo, do Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Nordeste – Etene –, Banco do Nordeste do Brasil.

Mauricio Teixeira Rodrigues *é mestre em economia aplicada, pesquisador do Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Banco do Nordeste;* Francisco Raimundo Evangelista *é mestre em economia aplicada, coordenador do Grupo de Estudos dos Sistemas Agroindustriais, do Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Banco do Nordeste;* Marcus Raffaelo Pinho Carvalho *é economista, bolsista de nível superior do Escritório Técnico de Estudos Econômicos do Banco do Nordeste.*

Milho de menos

Se a oferta não crescer, a safrinha deste ano terá que prover 6,5 milhões de toneladas do grão para satisfazer à demanda

IRENE RAGUENET TROCCOLI

Entre o final do ano passado e o início do atual, a Conab realizou seu tradicional trabalho de avaliação das safras de verão no Centro-Sul brasileiro, após o prognóstico elaborado no mês de outubro. Trata-se de uma perspectiva mais concreta sobre a futura disponibilidade de vários produtos na temporada 1999/00 feita praticamente às portas de suas respectivas colheitas.

SEM SURPRESAS

No caso específico do milho, não houve surpresa para os analistas: o plantio foi mais uma vez prejudicado pela soja, mais atrativa por sua maior liquidez. Mas dessa vez a irregularidade das chuvas em muitas regiões produtoras, em outubro e novembro, levou agricultores locais a não arriscarem seu investimento no plantio tardio do milho, reforçando a opção pela soja.

Assim, no Centro-Sul do país praticamente repetiu-se a área um ano antes semeada com o milho. O rendimento físico médio da cultura esperado pela Conab é de 3.372kg/ha, igual ao de um ano atrás. Além dos problemas climáticos, a crônica dicotomia apresentada entre a remuneração da maioria dos agricultores e a evolução dos custos de plantio também contribui para essa repetição.

A expectativa é de que a colheita do milho da primeira safra nessa região pouco difira da precedente, alcançando 23,7 milhões de toneladas. Pode-se imaginar portanto que, caso as regiões Norte e Nordeste brasileiras repitam o desempenho de 3,3 milhões de toneladas conseguido há um ano, a colheita total da primeira safra será da ordem de pouco mais de 27 milhões.

SAFRINHA: PERSPECTIVA AMBICIOSA

Como se tornou um hábito nesta época do ano, as atenções já se voltam para a segunda safra de milho. Há muito uma porção cada vez maior do abastecimento interno do produto vem dependendo dela. Se o país não quiser importar mais do que 1,8 milhão de toneladas de milho na atual temporada – quantidade prevista pela Conab em seu balanço de oferta e demanda para a temporada 1999/00 – a safrinha terá que prover 6,5 milhões de toneladas do grão.

Trata-se de perspectiva muito ambiciosa para uma lavoura deslocada no tempo. Por mais que o plantio do milho de inverno venha a cada ano atraindo novos adeptos – principalmente entre os plantadores de soja que buscam a necessária rotação de culturas após a colheita da leguminosa – sobre a segunda safra pesará a responsabilidade de produzir 15% a mais do que a quantidade obtida um ano antes.

Indicador FGV-BM&F

Falta cultura

O mercado agrícola brasileiro ainda está pouco familiarizado com os contratos futuros de mercadoria e faz pouco uso de suas vantagens.

ROGÉRIO FERREIRA DE SOUZA

Desde dezembro de 1996, quando foi lançado o contrato de milho cambial na Bolsa de Mercadorias e Futuro (BM&F), o mercado passou a ter um forte instrumento para estimar seus preços de curto e médio prazos. Entretanto, ainda é bem reduzido o número dos que atuam nos mercados futuros de milho.

É bem verdade que o número de contratos em aberto vem aumentando. Comparando os contratos de março em quatro anos subseqüentes, o que apresenta o maior número de contratos em aberto é exatamente o de março de 2000, com 271 contratos, contra 55 em março de 1999, considerado o mesmo período dezembro-janeiro. Ainda assim, o aumento está bem aquém do potencial do mercado de milho brasileiro.

A falta de cultura em relação à utilização dos contratos futuros é um dos maiores entraves à modalidade. Os agentes participantes do complexo milho evitam ou simplesmente ignoram a utilização desses contratos. Muitos ainda mantêm o paradigma de que os contratos negociados em bolsa são uma espécie de jogo especulativo e não um seguro de preço que os protege de flutuações inesperadas das condições de mercado.

Muitos compradores ficaram aguardando preços mais baixos no mês de janeiro, apostando na entrada do milho precoce. Entretanto em janeiro chegou-se a comercializar a R$15,68 o milho CIF posto Campinas mais ICMS – um preço muito mais alto do que o praticado no mesmo período do ano passado, R$9,72, para o mesmo milho. Caso o comprador tivesse se posicionado no início de dezembro, garantiria o seu preço em R$13, 62, ou seja, bem abaixo do que ele hipoteticamente pagaria no mercado físico no final de janeiro.

Brasil: safras anuais de milho

Safra	1998/99	1999/00
1ª safra	26.765,8	27.076,5
Centro-Sul	23.491,0	23.690,4
Norte-Nordeste	3.274,8	3.386,1
2ª safra	5.651,4	6.517,5*
Total Brasil	32.417,2	33.594,0

* Total necessário para que a produção total alcance os 33,6 milhões de toneladas previstos pela Conab em outubro de 1999 no balanço nacional de oferta e demanda da safra 1999/00.

Fonte: Conab.

O rendimento físico médio do milho no Centro-Sul deve ficar em 3.372kg/ha, igual ao de um ano atrás. Além dos problemas climáticos, a crônica dicotomia entre a remuneração da maioria dos agricultores e a evolução dos custos de plantio também contribui para essa repetição.

Descompasso carne/milho

Embora ao longo da década de 90 a avicultura e a suinocultura brasileiras tenham mantido ritmos de crescimento quantitativo e qualitativo da maior importância, no que diz respeito ao segmento produtor de milho o país não tem conseguido manter o vigor que seria imprescindível para dar a necessária segurança à agroindústria de carnes.

É assustador que se esteja a caminho de produzir e exportar perto de, respectivamente, 7 milhões e 1 milhão de toneladas dessas proteínas animais, ao mesmo tempo em que cada vez se fica mais dependente de importações de milho para garantir o consumo interno.

Em meados do mês de janeiro o Ministério da Agricultura dedicaria atenção especial à situação do produto ainda nesta temporada, dedicando-lhe tratamento diferenciado que facultasse atingir a auto-suficiência do país já na próxima safra. A notícia foi um grande alívio para aqueles que, preocupados com a defasagem entre oferta e demanda internas do milho, cobravam do governo alguma reação.

Medidas concretas

As autoridades pretendem contratar até 4 milhões de toneladas através do programa de EGF, utilizar o Programa de Escoamento do Produto para agilizá-lo e adquirir 150 mil toneladas por meio das AGFs.

O governo planeja ainda lançar opções de venda de até 3,3 milhões de toneladas. Inicialmente essa ação será concretizada em Mato Grosso, Goiás, Maranhão e Tocantins, com 6 mil contratos de 27 toneladas cada, distribuídos proporcionalmente à capacidade de armazenagem de cada região, e com vencimento a partir de abril.

Os demais estados produtores também deverão ser incluídos no programa, lançando-se as opções a partir de março, com vencimento entre junho e dezembro próximos.

A novidade dos atuais contratos de opção é que, diferentemente do seu propósito tradicional de atrasar a entrada da safra para prover maior ganho ao produtor, eles visarão repor estoques e distribuir a comercialização. Ou seja, seria um primeiro passo para se evitarem maiores dificuldades no abastecimento ao longo do ano.

A iniciativa governamental de dar atenção especial ao abastecimento do milho é muito bem-vinda, por urgente. Surpreende porém que, ao longo dos últimos anos, nenhum tipo de iniciativa complementar àquelas típicas da alçada governamental tenha sido tomada pela indústria de carnes, com vistas a incrementar a produção interna do seu insumo mais importante.

Uma ação sinérgica entre os setores governamental e privado poderia ser um modo muito eficiente de afastar de vez o espectro de um eventual colapso na produção interna de milho. Ambos os setores só teriam a lucrar – e muito.

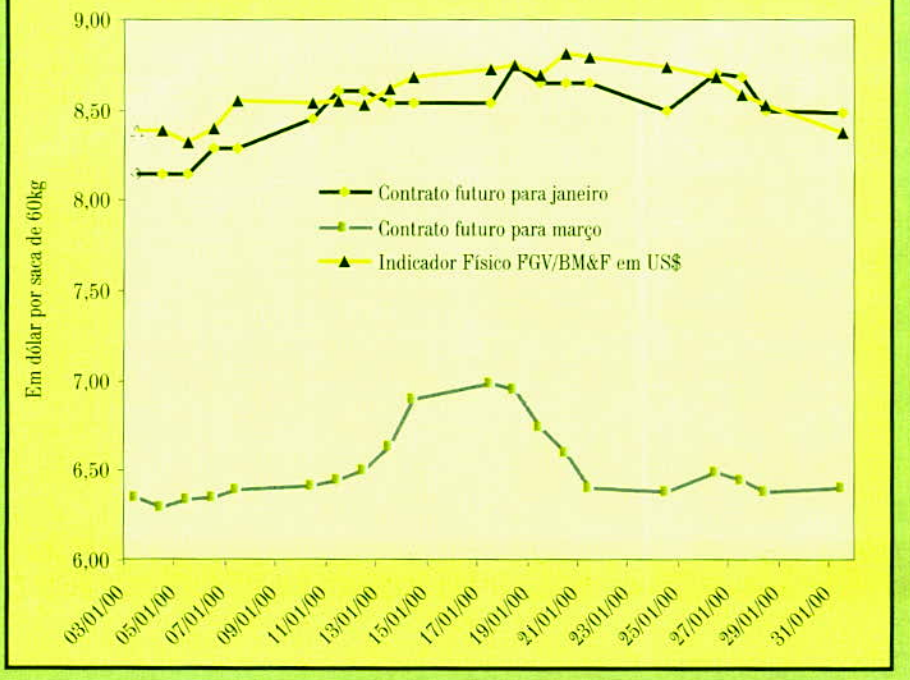
E-mail: irene@fgv.br

Será necessário um esforço para quebrar esse paradigma, já que todo ano o complexo agroindustrial do milho fica à mercê do mercado e da demanda cada vez maior dessa importante *commodity*. Este ano os agentes ligados a esse mercado ficarão – se já não estão – extremamente preocupados com o quadro justo de oferta e demanda. Estão previstos uma safra menor e um consumo de constante a crescente.

A implementação de novos instrumentos – entre eles os contratos futuros – para que todos sejam beneficiados, depende dos agentes inseridos nesse complexo agroindustrial.

E-mail: roger@fgv.br

Indicador FGV/BM&F e contratos futuros (janeiro e março)



Queda de produção

Prejuízo à vista para os produtores de café das regiões afetadas pela seca em 1999

ARMANDO MATIELLI
ANDRÉ L. MATIELLI

Nos últimos dias, recebemos consultas sobre o controle da queda de frutos do cafeeiro, sempre acompanhadas de preocupações com relação aos prejuízos que provocará na produção. Essas consultas e também informações surgiram de diferentes regiões de Minas Gerais, São Paulo e até do Paraná.

Acreditamos que a preocupação com problemas fitopatológicos possa ser colocada em segundo plano, pois essa queda de frutos está muito mais relacionada com fatores fisiológicos. Tivemos um extenso período com baixa umidade relativa do ar, baixando com isso o potencial de inóculos de agentes causadores de doenças, principalmente dos fungos – embora a situação de "pegamento dos frutos" associado a outros fatores seja uma porta de entrada para os fungos oportunistas.

Déficit hídrico

O déficit hídrico de 1999 foi extremamente longo e com intensidades marcantes. Foram praticamente oito meses de seca de intensidades variáveis, em algumas regiões bastante severa, o que provocou desarranjos fisiológicos nos cafeeiros de Minas Gerais e outras regiões produtoras.

O que importa em princípio é a quantidade de água disponível para o processo de expansão rápida, principalmente no primeiro mês, que ocorre cerca de oito a 12 semanas depois do florescimento. Sob o efeito de tensões hídricas, as quedas são inevitáveis.

Como a florada ocorreu em 18 e 19 de setembro nas principais regiões produtoras, estamos no período de expansão rápida, já entrando na fase de granação.

Os frutos também podem cair quando as disponibilidades de carboidratos são baixas, e é lógico que o período de longa estiagem prejudicou o balanceamento de carboidratos.

Plantas fracas

O tamanho do fruto cereja depende acentuadamente do regime de chuvas de 10 a 17 semanas após o florescimento. É a fase de expansão rápida do fruto, no fim do qual se dá o endurecimento do endocarpo.

Além da queda dos frutos, mesmo que o regime pluviométrico se normalize nos próximos meses, com certeza haverá frutos mal granados e de tamanho inferior, o que provocará diminuição na renda da próxima colheita.

As sementes oriundas de frutos formados sob condições adversas, como essa última – deficiência hídrica forte e prolongada – não só germinam mal como dão origem a plantas fracas. Sementes pequenas podem produzir plântulas com taxas de crescimento menores do que as obtidas de sementes médias e grandes.

Déficit hídrico mês a mês

Em mm – dados dos dias 30 de cada mês

Maio	45
Junho	45
Julho	80
Agosto	190
Setembro	230
Outubro	290
Novembro	305
Dezembro	185

Fonte: Estação de Avisos de Varginha, MG; M.A. – DFA/SSV – Procafé (dados aproximados).

Situação crítica

Estamos acompanhando esse período de seca e conhecendo essas bases técnicas, procurando retratar os fatos na prática por meio de trabalhos de campo em lavouras de café Mundo Novo IAC 379/19, com 10 anos de idade, cultivado no município de Guapé, região Sul de Minas Gerais.

Até 2 de janeiro deste ano constatou-se o vingamento efetivo de somente 26 e 27% – um nível muito baixo que compromete demasiadamente a produtividade. Com relação aos prejuízos na produção, a situação atual é mais crítica do que a de novembro e dezembro de 1999.

Armando Matielli *é engenheiro agrônomo. Esse texto teve a colaboração de* André L. Matielli, *aluno de graduação do quinto ano da Esalq/USP.*

Bibliografia

Montoya & Silvain (1962); Huxley & Ismail (1969). *Cultura do cafeeiro – fatores que afetam a produtividade – potafos.* p.51.
Cannel (1971); Carvalho et alii (1984). *Cultura do cafeeiro...* cit.
Worner (1964); Cannel (1971 e 1974). *Cultura do cafeeiro...* cit.
Osório & Castillo (1969). *Cultura do cafeeiro...* cit.

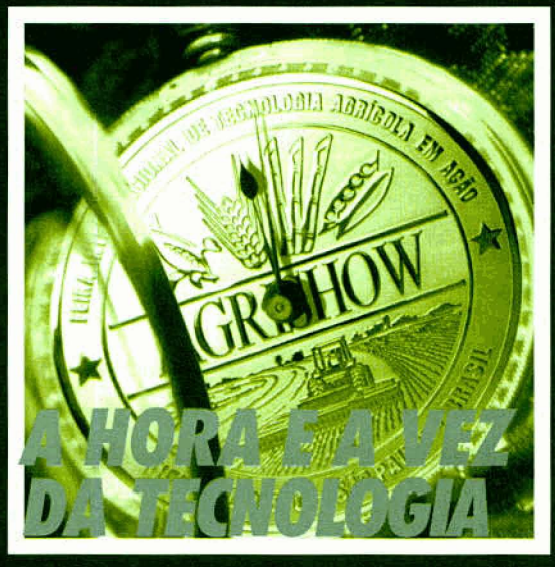
Análise de campo em lavouras de café Mundo Novo

Data da florada	Condição das plantas	Local dos ramos	Data da 1ª contagem	rosetas/ ramos	Nº de frutos por ramo em 10/03/1999	Nº de frutos no ramo em 01/02/2000	% de vingamento
18/09/99	65% de enfolhamento	Terço médio	10/03/99	12	164	42	26
18/09/99	50% de enfolhamento	Terço superior	10/03/99	13	154	42	27

Fonte: A. Matielli e A. L. Matielli.

Espetáculo da terra.

Em abril, um superespecial sobre a Agrishow 2000.



Reserve hoje mesmo seu espaço, com Caíque Tibiriçá, pelo telefone (21) 559-5623.

AGROANALYSIS
A REVISTA DE AGRONEGÓCIOS DA FGV
Nós fazemos com gosto.

IRENE RAGUENET TROCCOLI

Quanto mais fritas, melhor

As batatas fritas congeladas ganharam o mundo; quem não produz, tem que importar

EUA – batatas fritas congeladas

Em toneladas

Item	1997/98	1998/99	1999/00
Estoque inicial	463.662	473.542	444.028
Produção	3.287.565	3.408.633	3.500.000
Importação	338.758	367.502	358.000
Exportação	424.543	472.394	520.000
Consumo interno	3.191.900	3.333.255	3.359.028
Estoque final	473.542	444.028	450.000

Fonte: Usda, jan. 2000.
(p) previsão.

Nos últimos cinco anos, a produção norte-americana de batatas fritas congeladas cresceu 2% anualmente. A maior demanda tem vindo do setor de *fast food*. Com a expansão das empresas multinacionais do segmento, também as exportações têm crescido significativamente.

Canadá – batatas fritas congeladas

Em toneladas

Item	1997/98	1998/99	1999/00
Estoque inicial	45.000	50.000	40.000
Produção	860.000	910.000	985.000
Importação	27.733	23.984	24.500
Exportação	447.677	516.240	590.000
Consumo interno	435.056	427.744	429.500
Estoque final	50.000	40.000	30.000

Fonte: Usda, jan. 2000.
(p) previsão.

Com a construção de avançadíssimas unidades transformadoras na província de Alberta, a fabricação de batatas fritas congeladas vem sofrendo rápida expansão no Canadá. Para suportar esse crescimento, aumenta rapidamente a produção do legume *in natura*, que, na safra 1999, deve ter chegado a 4,2 milhões de toneladas.

Holanda – batatas fritas congeladas

Em mil toneladas

Item	1997/98	1998/99	1999/00
Estoque inicial	0	0	0
Produção	1.219	1.315	1.400
Importação	40	52	50
Exportação	1.088	1.209	1.280
Consumo interno	171	158	170
Estoque final	0	0	0

Fonte: Usda, jan. 2000.
(p) previsão.

Bem acima de um ano antes: 71%. Um desempenho que tem fornecido o suporte necessário à maior capacidade européia de produção de batatas fritas congeladas, ainda altamente dependente das exportações.

Japão – batatas fritas congeladas

Em toneladas

Item	1997/98	1998/99	1999/00
Estoque inicial	0	0	0
Produção	32.061	31.990	32.000
Importação	250.786	269.566	290.000
Exportação	0	0	0
Consumo interno	282.847	301.556	322.000
Estoque final	0	0	0

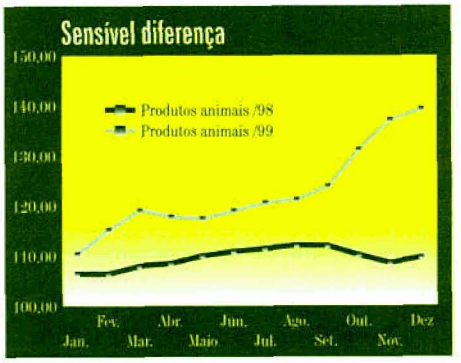
Fonte: Usda, jan. 2000.
(p) previsão.

A dependência japonesa das improtações de batatas fritas congeladas aumenta, porque os produtores internos do legume continuam preferindo comercialização do produto *in natura*. A maior parte das compras externas japonesas tem sido feita aos EUA.

PRODUTOS ANIMAIS

Carne mais cara

Com a subida de preço dos insumos, as rações ficaram mais caras e 1999 ficou marcado por um comportamento de alta



Brasil: índices de preços recebidos e pagos pelos agricultores

Valores nominais (base agosto de 1994=100)

Produtos Média	Lavouras	Lavouras - Produtos PGPM	Demais lavouras	Produtos animais	Agropecuária-IPR	Sementes	Fertilizantes	Agrotóxicos	Serviços	Combustíveis	Mão-de-obra	IPP
1991	0,010	0,013	0,007	0,012	0,010	0,014	0,017	0,015	0,014	0,011	0,016	0,015
1992	0,112	0,141	0,079	0,121	0,114	0,144	0,170	0,163	0,182	0,153	0,147	0,159
1993	2,602	3,215	1,903	2,829	2,670	2,914	3,062	3,184	3,380	3,260	3,012	3,113
1994	70,490	73,192	66,860	70,140	70,348	70,358	69,590	69,556	70,490	69,377	78,287	71,441
1995	106,133	106,894	104,206	102,881	105,057	107,525	111,208	105,203	118,388	101,834	193,854	125,843
1996	125,690	136,944	108,126	101,925	117,128	119,544	130,937	113,884	126,825	110,525	239,794	144,119
1997	140,435	140,688	136,530	106,792	128,048	130,709	136,852	121,774	132,098	122,487	259,292	154,506
1998	154,263	158,255	143,619	109,529	137,453	138,743	137,114	129,473	136,252	124,986	270,458	159,693
Jan. 98	151,632	148,744	151,815	106,432	134,528	135,030	136,300	126,541	136,101	124,986	267,369	157,977
Fev.	151,480	148,995	151,032	106,448	134,447	134,975	136,119	127,184	136,223	124,986	266,398	157,819
Mar.	151,552	147,506	153,598	108,022	135,178	135,335	136,609	128,043	136,341	124,986	266,872	158,200
Abr.	148,128	144,400	149,760	108,479	133,386	135,896	137,723	128,778	137,161	124,986	267,932	158,964
Maio	158,331	163,234	145,695	109,987	140,022	137,049	137,693	129,491	137,300	124,986	269,810	159,587
Jun.	157,884	164,206	143,268	110,904	140,168	137,763	137,568	129,652	136,786	124,986	270,932	159,831
Jul.	156,561	165,808	137,992	111,471	139,646	138,638	137,558	130,056	136,632	124,986	270,878	159,981
Ago.	153,418	160,229	138,143	112,079	138,083	140,210	137,881	130,209	135,897	124,986	271,983	160,448
Set.	152,737	160,354	136,396	112,003	137,648	141,204	136,555	130,156	135,446	124,986	271,532	160,111
Out.	153,861	161,818	137,040	110,195	137,540	141,491	136,672	130,840	135,164	124,986	273,050	160,509
Nov.	157,487	166,499	139,180	108,611	138,980	142,944	137,379	130,902	135,429	124,986	273,380	161,030
Dez.	158,080	167,272	139,512	109,714	139,811	144,382	137,313	131,830	136,546	124,986	275,354	161,855
Jan. 99	158,031	165,712	141,449	110,379	140,076	146,054	139,078	133,934	136,726	128,100	275,709	163,383
Fev.	167,456	175,220	150,391	115,172	147,643	148,048	147,878	147,847	140,575	128,100	276,547	168,104
Mar.	168,302	175,771	151,601	119,083	149,868	153,863	152,860	153,310	143,135	136,347	278,525	172,907
Abr.	162,486	170,244	145,620	117,742	145,899	153,940	156,728	157,336	143,872	144,975	276,998	175,515
Maio	155,554	161,819	140,975	117,374	141,674	155,395	160,550	160,259	146,433	145,189	279,300	177,851
Jun.	153,462	157,812	141,592	118,974	141,098	154,548	163,708	162,644	146,410	145,189	277,582	178,466
Jul.	151,119	158,014	135,737	120,581	140,351	154,345	168,197	166,142	146,152	165,021	277,671	183,072
Ago.	154,370	162,175	137,627	121,143	142,551	153,305	173,665	170,085	145,857	175,963	276,999	186,303
Set.	160,182	173,373	135,910	123,843	147,155	153,081	177,703	172,881	148,733	178,786	279,074	188,820
Out.	167,034	180,878	141,772	131,143	154,278	155,325	181,863	175,751	149,145	178,786	282,964	191,356
Nov	174,156	189,872	146,263	137,095	161,004	156,863	183,796	177,443	149,299	178,786	284,413	192,579
Dez.	176,930	193,158	148,278	139,228	163,548							

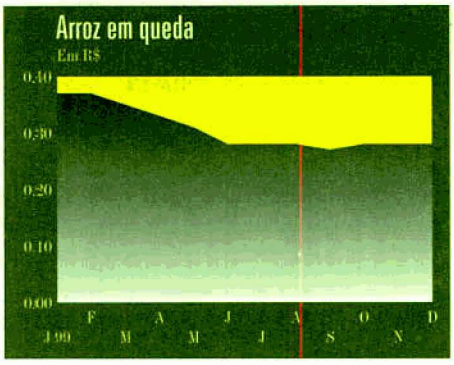
Fonte dos dados primários, brutos: empresas estaduais de assistência técnica e extensão rural, Instituto de Economia Agrícola (SP), Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira e prefeituras municipais. Elaboração: Centro de Estudos Agrícolas IBRE/FGV.

[1] Lavouras amparadas pela Política de Garantia de Preços Mínimos.

ARROZ EM CASCA

Queda livre

O crescimento da área plantada e da produtividade mais o volume em estoque do governo provocaram a queda das cotações



Brasil: preços recebidos pelos agricultores

Em R$ de dezembro de 1999/unidade

Anos produtos	Algodão em caroço (kg)	Amendoim em casca (kg)	Arroz em casca (kg)	Banana (dúzia)	Batata-inglesa (kg)	Cacau (15 kg)	Café em coco (kg)	Cana-de-açúcar (t)	Feijão (kg)	Fumo em folha (kg)	Laranja (cento)
Média 1991	0,716	0,711	0,458	0,478	0,586	26,333	0,879	21,589	1,064	2,470	3,812
Média 1992	0,632	0,494	0,336	0,351	0,379	26,082	0,758	22,410	0,827	3,426	3,750
Média 1993	0,710	0,629	0,333	0,370	0,413	23,046	0,958	20,016	1,038	3,071	2,969
Média 1994	0,717	0,565	0,323	0,472	0,647	24,220	1,708	20,646	1,248	2,636	4,011
Média 1995	0,628	0,508	0,263	0,703	0,476	22,408	1,545	18,557	0,744	2,443	3,833
Média 1996	0,651	0,520	0,274	0,552	0,367	21,088	1,270	20,215	0,815	2,718	2,446
Média 1997	0,705	0,619	0,285	0,431	0,399	26,752	1,666	20,684	0,733	2,435	2,784
Média 1998	0,600	0,481	0,343	0,442	0,485	28,586	1,490	20,176	1,244	2,425	3,347
Média 1999	0,624	0,637	0,311	0,462	0,330	29,100	1,426	16,382	0,823	2,304	3,082
Jan. 98	0,693	0,514	0,311	0,382	0,502	28,354	1,888	20,552	0,717	2,438	2,939
Fev.	0,681	0,442	0,311	0,406	0,478	26,891	1,899	20,309	0,800	2,413	3,034
Mar.	0,644	0,429	0,310	0,417	0,524	26,828	1,812	20,810	0,858	2,443	3,492
Abr.	0,597	0,465	0,298	0,418	0,573	27,628	1,683	20,671	0,943	2,399	3,139
Maio	0,572	0,488	0,322	0,452	0,536	30,566	1,488	20,576	1,560	2,405	2,894
Jun.	0,570	0,487	0,332	0,463	0,522	30,339	1,377	20,246	1,746	2,351	3,111
Jul.	0,572	0,513	0,346	0,465	0,489	29,404	1,263	20,012	1,561	2,372	3,147
Ago.	0,585	0,490	0,346	0,466	0,442	28,740	1,290	20,131	1,481	2,364	3,427
Set..	0,573	0,502	0,370	0,466	0,418	28,806	1,254	19,908	1,314	2,424	3,666
Out.	0,573	0,490	0,382	0,466	0,442	28,696	1,254	19,724	1,338	2,473	3,703
Nov.	0,574	0,479	0,395	0,455	0,443	28,832	1,305	19,975	1,281	2,549	3,770
Dez.	0,569	0,474	0,391	0,450	0,450	27,947	1,363	19,200	1,327	2,465	3,840
Jan. 99	0,586	0,469	0,375	0,457	0,434	28,075	1,406	18,689	1,265	2,425	4,078
Fev.	0,583	0,482	0,370	0,426	0,381	36,464	1,481	17,963	1,066	2,289	4,286
Mar.	0,627	0,517	0,352	0,462	0,363	34,712	1,463	17,549	0,968	2,343	4,390
Abr.	0,638	0,539	0,330	0,462	0,363	29,246	1,419	17,224	0,902	2,222	3,905
Maio	0,629	0,574	0,309	0,464	0,386	27,195	1,413	16,258	0,728	2,196	3,322
Jun.	0,634	0,568	0,284	0,492	0,339	27,719	1,464	15,820	0,677	2,251	2,906
Jul.	0,624	0,602	0,280	0,452	0,312	26,908	1,312	15,702	0,602	2,183	2,463
Ago.	0,625	0,668	0,276	0,466	0,297	27,508	1,325	15,360	0,647	2,226	2,438
Set..	0,627	0,690	0,272	0,460	0,272	27,956	1,243	15,096	0,710	2,319	2,340
Out.	0,615	0,718	0,277	0,441	0,246	28,894	1,353	15,073	0,738	2,328	2,287
Nov.	0,600	0,810	0,280	0,450	0,270	25,320	1,480	14,710	0,730	2,270	2,060
Dez.	0,610	0,920	0,280	0,450	0,250	25,260	1,560	14,930	0,730	2,290	2,090

Fonte dos dados primários, brutos: empresas estaduais de assistência técnica e extensão rural, Instituto de Economia Agrícola (SP), Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira e prefeituras municipais. Elaboração: IBRE-CEA/FGV.

Cotação em alta

Preços disparam no cenário doméstico e nos futuros em Chicago, em função da seca nas regiões produtoras brasileiras



Brasil: preços recebidos pelos agricultores

Em R$ de dezembro de 1999/unidade

Anos produtos	Milho (kg)	Mandioca (ton)	Soja (kg)	Tomate (kg)	Trigo em grão (kg)	Cebola (kg)	Mamona (kg)	Pimenta-do-reino (kg)	Sisal (kg)	Uva (kg)	Bezerro até um ano (cabeça)
Média 1991	0,258	86,010	0,355	0,556	0,233	0,552	0,283	1,374	0,248	0,391	203,022
Média 1992	0,229	97,222	0,369	0,519	0,276	0,586	0,306	1,130	0,229	0,332	185,029
Média 1993	0,236	96,479	0,365	0,489	0,254	0,596	0,346	1,220	0,242	0,681	199,437
Média 1994	0,203	69,299	0,319	0,622	0,211	0,471	0,349	1,970	0,293	0,440	229,944
Média 1995	0,167	97,745	0,240	0,573	0,211	0,649	0,348	2,325	0,353	0,597	203,400
Média 1996	0,194	10,234	0,307	0,475	0,259	0,298	0,343	2,032	0,336	0,247	155,954
Média 1997	0,155	95,251	0,331	0,390	0,187	0,617	0,304	3,935	0,380	0,342	149,104
Média 1998	0,171	88,458	0,268	0,487	0,183	0,521	0,281	5,110	0,335	1,043	150,704
Média 1999	0,184	88,364	0,285	0,417	0,213	0,448	0,344	6,268	0,339	0,857	158,428
Jan. 98	0,167	86,126	0,335	0,478	0,179	0,514	0,287	4,779	0,335	0,717	147,160
Fev.	0,167	88,821	0,311	0,466	0,179	0,526	0,275	4,563	0,334	0,777	145,470
Mar.	0,167	87,041	0,286	0,489	0,179	0,524	0,274	5,363	0,310	0,846	146,752
Abr.	0,167	82,098	0,263	0,525	0,179	0,477	0,274	4,893	0,310	0,859	150,184
Maio	0,179	83,352	0,262	0,583	0,179	0,417	0,274	5,049	0,322	1,381	151,677
Jun.	0,166	86,244	0,249	0,582	0,190	0,499	0,261	5,688	0,332	1,187	151,589
Jul.	0,179	91,360	0,250	0,572	0,191	0,501	0,274	5,566	0,334	1,204	153,065
Ago.	0,167	90,219	0,239	0,513	0,191	0,466	0,287	5,397	0,346	1,206	151,781
Set..	0,167	89,558	0,251	0,418	0,179	0,514	0,299	5,123	0,358	1,111	152,819
Out.	0,167	91,177	0,251	0,418	0,179	0,645	0,287	4,994	0,335	1,075	152,582
Nov.	0,180	92,779	0,263	0,419	0,191	0,610	0,287	4,907	0,359	1,089	153,016
Dez.	0,178	92,717	0,261	0,379	0,178	0,557	0,296	5,001	0,344	1,067	152,356
Jan. 99	0,187	85,173	0,246	0,398	0,176	0,504	0,305	4,874	0,328	1,172	151,552
Fev.	0,180	85,482	0,292	0,393	0,191	0,438	0,325	4,925	0,337	1,122	151,868
Mar.	0,176	90,835	0,286	0,374	0,209	0,440	0,319	5,567	0,363	0,935	153,977
Abr.	0,176	94,273	0,264	0,352	0,220	0,462	0,330	5,302	0,374	0,946	158,617
Maio	0,166	96,309	0,265	0,397	0,232	0,475	0,342	6,070	0,353	0,938	161,318
Jun.	0,164	88,597	0,262	0,393	0,229	0,492	0,350	6,632	0,371	1,103	157,658
Jul.	0,172	86,800	0,258	0,398	0,226	0,441	0,333	6,055	0,344	1,312	155,371
Ago.	0,170	85,355	0,265	0,445	0,223	0,413	0,339	5,968	0,339	1,325	156,314
Set..	0,178	82,814	0,303	0,449	0,219	0,428	0,345	6,206	0,334	1,306	154,356
Out.	0,185	81,413	0,318	0,461	0,205	0,451	0,338	7,147	0,318	0,000	157,381
Nov.	0,210	83,860	0,310	0,480	0,200	0,410	0,330	7,470	0,270	0,000	158,910
Dez.	0,220	87,610	0,310	0,410	0,200	0,360	0,430	8,180	0,290	0,000	162,650

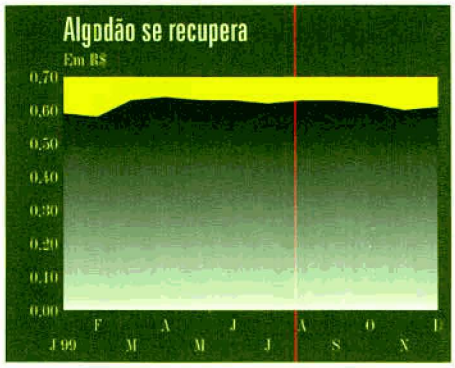
Fonte dos dados primários, brutos: empresas estaduais de assistência técnica e extensão rural, Instituto de Economia Agrícola (SP), Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira e prefeituras municipais. Elaboração: IBRE-CEA/FGV.

ESTATÍSTICAS

ALGODÃO

Maior demanda

Com os estoques baixos das indústrias e com a produção argentina comprometida, o produto nacional poderá ter maior procura



Brasil: preços recebidos pelos agricultores

Em R$ de dezembro de 1999/unidade

Anos produtos	Boi gordo para corte (15 kg)	Vaca leiteira de raça (cabeça)	Vaca leiteira comum (cabeça)	Suíno para corte (15 kg)	Frango/galinha para corte (kg)	Leite (litro)	Lã (15 kg)	Ovos (dúzia)	Mel de abelha (litro)	Boi magro (cabeça)
Média 1991	43,040	906,709	566,918	26,704	1,727	0,444	24,657	1,096	5,501	371,094
Média 1992	41,068	776,008	483,935	23,135	1,515	0,417	39,049	1,066	3,548	345,546
Média 1993	43,526	828,247	515,225	25,853	1,529	0,432	32,444	1,193	3,687	362,273
Média 1994	42,249	1.036,420	629,910	23,786	1,456	0,388	38,480	1,117	4,283	405,178
Média 1995	34,362	1.141,698	639,592	21,556	1,187	0,404	47,666	0,906	7,269	357,605
Média 1996	29,262	929,935	501,642	17,483	1,110	0,357	35,563	0,998	7,163	290,663
Média 1997	29,601	860,927	460,549	19,905	1,040	0,312	38,294	0,967	6,095	280,315
Média 1998	30,967	810,815	432,692	18,370	1,047	0,295	31,344	0,921	6,467	279,188
Média 1999	33,312	767,169	413,539	18,652	1,036	0,292	19,270	0,877	6,155	290,397
Jan. 98	30,314	844,042	456,463	18,855	1,004	0,287	41,091	0,824	6,249	273,517
Fev.	30,141	818,704	438,895	18,780	1,087	0,275	34,513	0,860	6,320	273,224
Mar.	30,154	806,773	429,244	18,581	1,085	0,286	32,883	0,882	6,138	279,572
Abr.	30,254	804,865	429,619	18,546	1,074	0,286	34,765	0,943	6,361	283,206
Maio	30,054	799,607	422,939	18,480	1,060	0,298	32,936	1,000	6,347	278,884
Jun.	29,935	799,743	430,092	18,275	1,057	0,309	30,921	0,974	6,436	274,739
Jul.	30,668	809,499	428,707	18,332	1,049	0,310	32,003	0,977	6,591	278,109
Ago.	31,271	809,568	429,231	18,411	1,063	0,310	33,886	0,943	6,710	278,811
Set..	31,959	812,354	429,519	18,129	1,039	0,311	32,795	0,920	6,783	279,591
Out.	32,220	811,821	429,242	17,824	1,015	0,299	27,370	0,920	6,714	282,239
Nov.	32,207	813,242	431,294	17,785	1,017	0,287	23,662	0,922	6,690	284,501
Dez.	32,427	799,561	437,061	18,441	1,019	0,284	19,307	0,889	6,270	283,864
Jan. 99	32,047	786,891	428,351	19,123	1,019	0,281	18,959	0,855	6,398	290,262
Fev.	32,200	774,466	410,704	19,174	1,077	0,269	17,828	0,875	6,126	283,990
Mar.	32,963	760,433	408,987	19,452	1,045	0,275	17,747	0,902	6,040	283,341
Abr.	32,469	771,306	415,587	19,325	1,023	0,275	18,786	0,869	5,983	289,714
Maio	31,147	770,409	422,466	17,681	1,004	0,298	18,851	0,894	6,037	295,219
Jun.	30,679	760,420	415,801	17,427	1,016	0,306	19,284	0,896	6,107	291,761
Jul.	31,683	760,466	405,651	17,143	0,989	0,301	17,240	0,882	5,861	287,050
Ago.	31,897	761,175	398,290	16,961	1,039	0,286	16,674	0,848	6,275	283,180
Set..	33,023	749,988	397,868	16,924	0,972	0,293	16,183	0,846	6,352	279,157
Out.	35,252	746,065	401,024	18,764	0,974	0,297	18,272	0,810	6,121	281,079
Nov.	35,940	730,030	398,380	19,580	1,030	0,290	23,880	0,850	5,870	283,950
Dez.	36,010	731,180	403,850	19,780	1,100	0,290	25,030	0,880	5,860	297,250

Fonte dos dados primários, brutos: empresas estaduais de assistência técnica e extensão rural, Instituto de Economia Agrícola (SP), Comissão Executiva do Plano da Lavoura Cacaueira e prefeituras municipais. Elaboração: IBRE-CEA/FGV.

ÍNDICE FGV – ABAG

Altos e baixos

Apesar da alta generalizada de alimentos no atacado, alguns itens apresentaram deflações acumuladas no ano

GUILHERME SORIA BASTOS FILHO

Em 1999, o Iabag acumulou alta de 29,68% contra 19,98% do IGP-DI. A grande pressão dos preços do setor de alimentos e agricultura sobre a inflação ocorreu no primeiro trimestre (acumulou alta de 16,66%), decorrente da desvalorização cambial, e no último trimestre do ano (alta de 10,38%), por ocasião da entressafra acirrada por problemas climáticos.

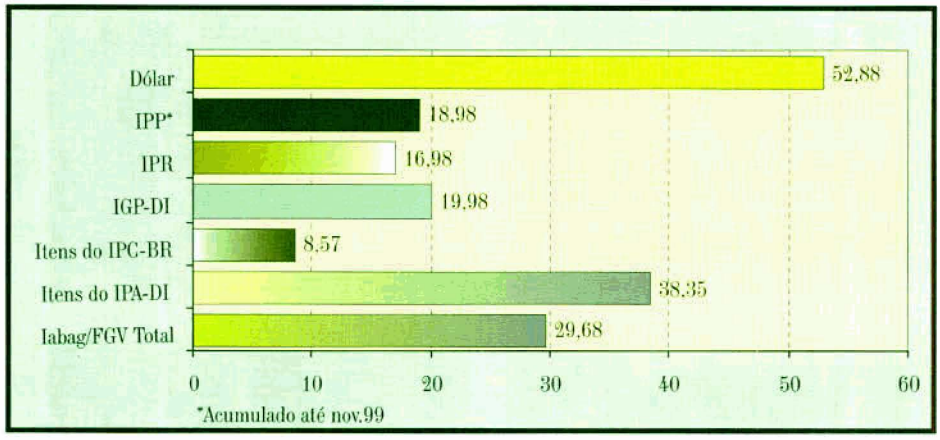
O movimento de alta no último trimestre do ano é sazonal. Até dezembro de 1998, esse movimento foi mais que compensado pelas deflações registradas durante a safra agrícola. Mas no segundo semestre desse ano os preços subiram em demasia, impulsionados por clima adverso, reajuste de tarifas públicas e pela forte desvalorização do real (insumos mais caros).

Ao longo do ano os reajustes no atacado foram repassados com maior ou menor intensidade para o varejo, dependendo da complexidade da cadeia agroalimentar. As altas verificadas no atacado de carnes (aves, bovinos e suínos) e cana-de-açúcar foram repassadas quase integralmente para o consumidor. Mas em geral os reajustes foram diluídos ao longo da cadeia pela composição de custos ou redução de margens.

Apesar da alta generalizada de alimentos no atacado, alguns itens apresentaram deflações acumuladas no ano, como o arroz em casca no atacado (-15,42%), e os subgrupos arroz e feijão (-11,85%) e frutas e hortaliças no varejo (-1,76% e -3,10%).

e-mail: gsbastos@fgv.br

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 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.



Índice da Associação Brasileira de Agribusiness – Iabag

Nov.1999

Discriminação	Pond.	Var. %	Influência % IGP
Total do mês	100,00	2,30	58,95
Itens do IPA-DI	73,19	2,69	50,40
Alimentação	28,40	6,78	49,27
Matérias-primas brutas	44,79	0,10	1,13
Itens do IPC-BR	26,81	1,25	8,55
Alimentação	24,98	1,35	8,63
Gêneros alimentícios	21,95	1,41	7,95
Alimentação fora	3,02	0,87	0,68
Bebidas alcoólicas e fumo	1,84	-0,16	-0,08

FGV/Abag – últimos resultados (variações %)

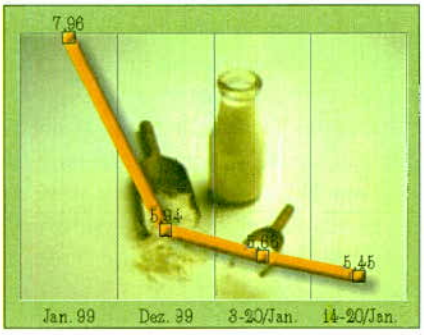
	Iabag/FGV Total	Itens do IPA-DI	Alimentação	Matéria-prima bruta	Itens do IPC-BR	Alimentação	Gêneros alimentícios	Alimentação fora de casa
Nov.1999	4,76	6,08	9,39	3,96	1,21	1,26	1,45	-0,06
Dez.1999	2,30	2,69	6,78	0,10	1,25	1,35	1,41	0,87
Acumulado do ano de 1999	29,68	38,35	52,74	28,47	8,57	9,02	9,60	1,94
Dez.1998	2,73	3,96	7,65	1,58	-0,08	-0,13	-0,13	-0,17

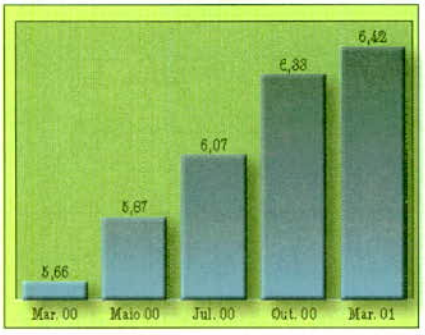
Mercado externo

IRENE TROCCOLI, CARLOS COGO E ROGÉRIO FERREIRA DE SOUZA

As previsões de mercado foram feitas no dia 20 de janeiro e refletem as expectativas dos analistas em relação aos preços de fevereiro de 2000.

MÉDIAS DOS PRIMEIROS FUTUROS	FUTUROS	TENDÊNCIAS	FATORES PONDERÁVEIS

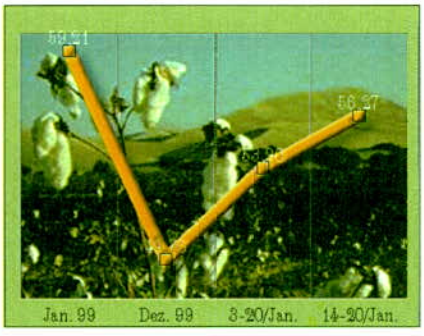


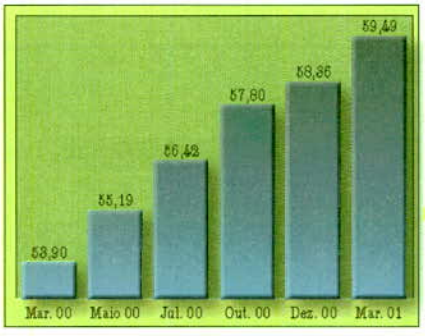


AÇÚCAR

USc/lb. peso mundial branco

A superoferta e grandes estoques devem reduzir a produção, enquanto a demanda asiática aumenta, o que impulsiona as cotações externas, que se recuperam gradualmente no mercado futuro.



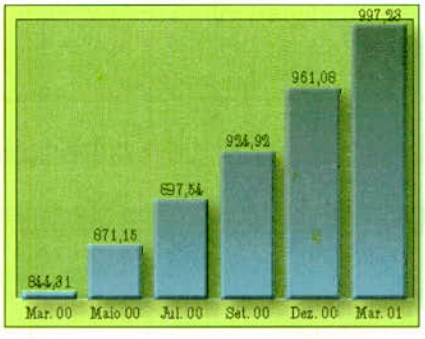


ALGODÃO

1-1/16"USc/lb. peso

O mercado continuará repercutindo a forte quebra na última safra da China. Somado a isso, o reaquecimento da demanda mundial fortalecerá as cotações futuras no mercado mundial.



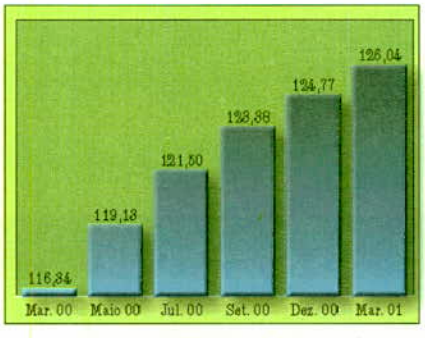


CACAU

Bahia US$/t

Com a diminuição das moagens dos três principais processadores na Europa, o mercado mantém a sua tendência de baixa para o curto prazo.





CAFÉ

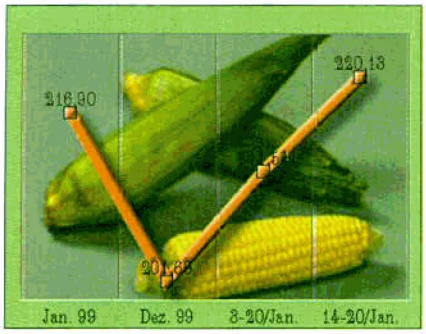
Contrato com Nova York US¢/lb. peso

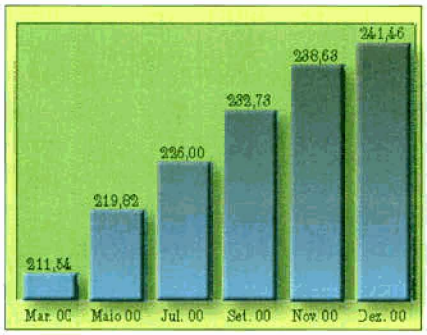
O principal fator de sustentação dos preços externos é a confirmação da quebra da safra de 2000 no Brasil. A pressão altista deve ser atenuada pela maior oferta de alguns países, como México e Vietnã.

*Carlos Cogo é economista na empresa Agromercados. Organização: Irene Troccoli. Colaborou: Gregory Honczar. Fontes dos dados: Bolsas de Nova York e Chicago.

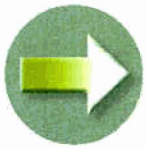
AGROANALYSIS: MAIS INFORMAÇÃO POR ALQUEIRE DE PÁGINA.

Médias dos primeiros futuros	Futuros	Tendências	Fatores ponderáveis



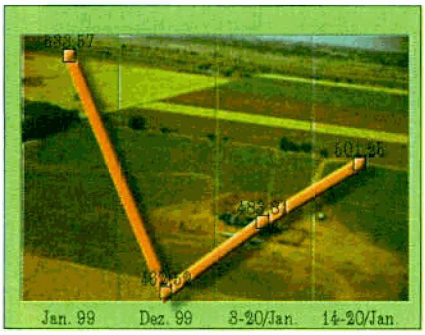


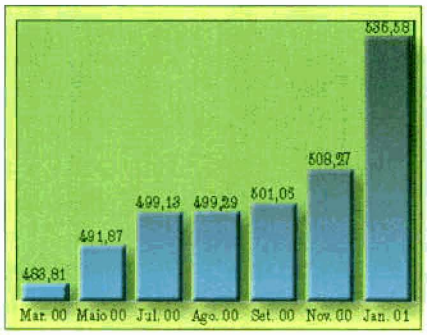
Milho



two yellow USc/bushel

A China mantém suas vendas no mercado internacional, cuja influência baixista sobre as cotações dependerá da tendência de consumo no setor de rações norte-americano.



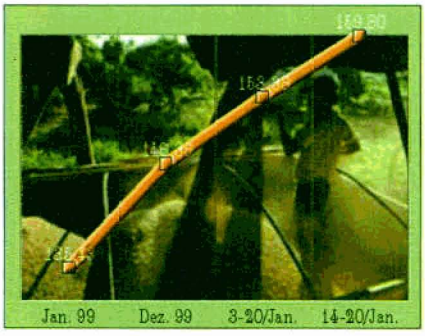


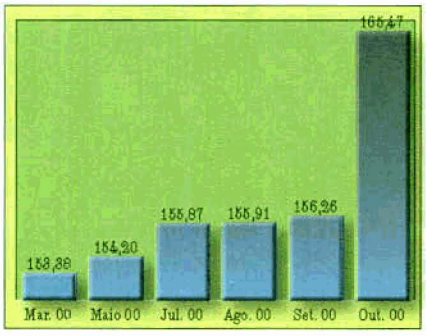
Soja



grão one yellow US$/bushel

O último relatório do Usda reduziu a safra 1999/2000 dos EUA e a estiagem reduziu as estimativas da safra da América do Sul, mantendo a tendência de alta nas cotações futuras do grão.



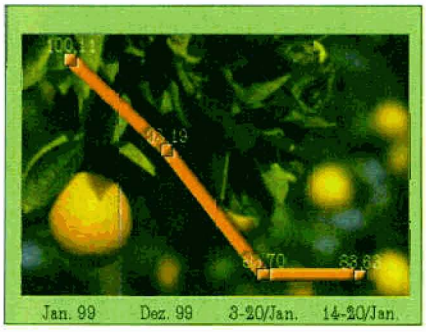


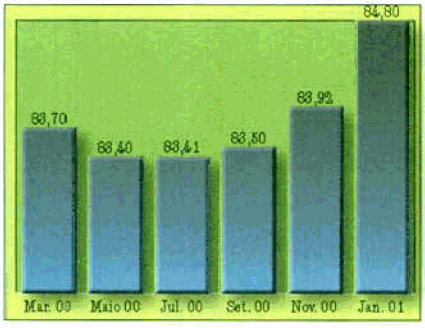
Soja



farelo US$/t

A quebra nas safras de Brasil e Argentina e a recuperação da demanda asiática, com incremento nas importações asiáticas de farelo, leva à alta das cotações futuras na CBOT.



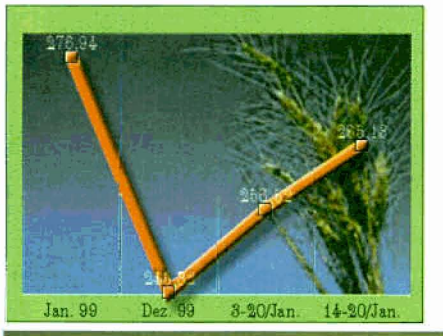


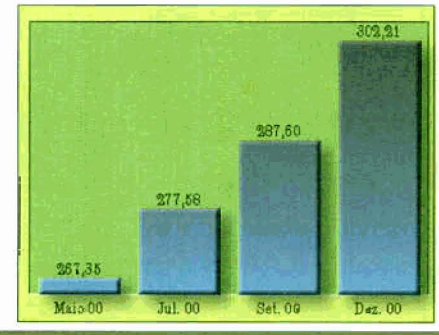
Laranja



suco USc/lb. peso

A mais recente estimativa da safra floridiana de laranjas pelo USDA aumentou para 219 milhões de caixas e as chuvas retornaram à normalidade nas áreas produtoras de São Paulo.





Trigo



soft red USc/bushel

A produção mundial deve ser de 586 milhões de toneladas, para atender a um consumo de 591 milhões de toneladas, mas o clima desfavorável na safra dos EUA impulsiona as cotações futuras.

AGROANALYSIS: MAIS INFORMAÇÃO POR ALQUEIRE DE PÁGINA.

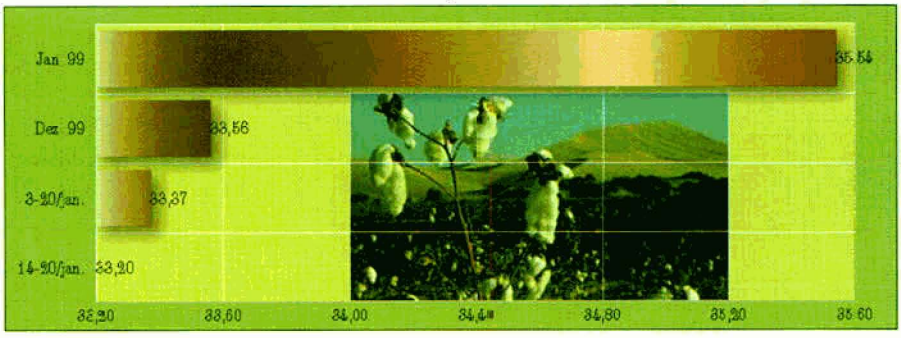
IRENE TROCCOLI, CARLOS COGO E ROGÉRIO FERREIRA DE SOUZA

Mercado interno

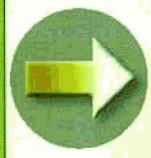
As previsões de mercado foram realizadas em 20 de janeiro e refletem as expectativas dos analistas em relação aos preços de fevereiro de 2000. Os preços estão em valores reais, corrigidos pelo IGP-DI para dezembro de 1999. Os preços de janeiro de 1999 são nominais.

ALGODÃO

PREÇOS



TENDÊNCIAS

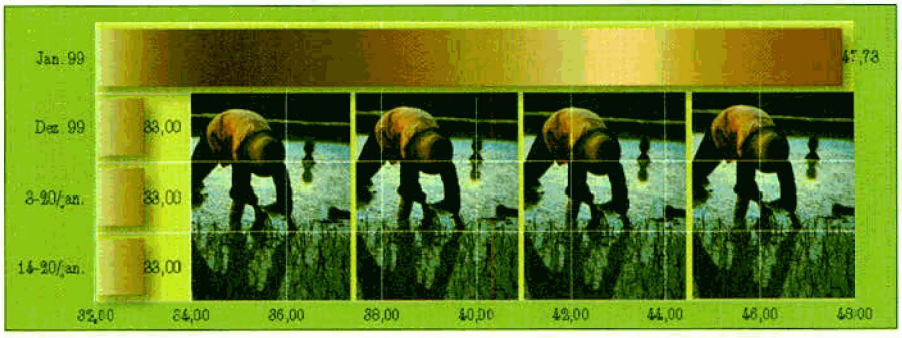


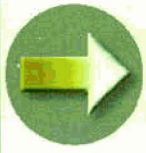
FATORES PONDERÁVEIS

(6) Sul do Brasil – R$/15kg disponível

A manutenção dos leilões de estoques governamentais e a desova dos remanescentes da safra 1998/1999 em poder de produtores e algodoeiras estabilizam as cotações no mercado interno.

ARROZ

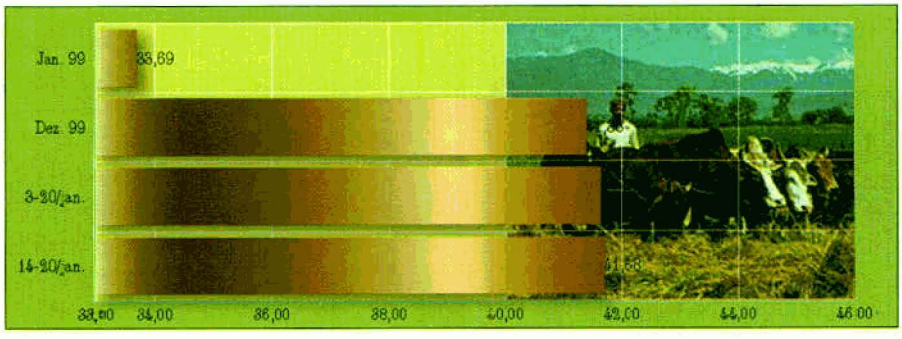


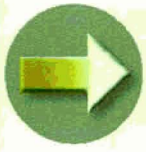


agulhinha R$/sc. 60kg

A regularização gradual dos ingressos do produto do Mercosul no Brasil, os elevados estoques de passagem do Mercosul e a queda de demanda no período mantêm as cotações domésticas estabilizadas.

BOI

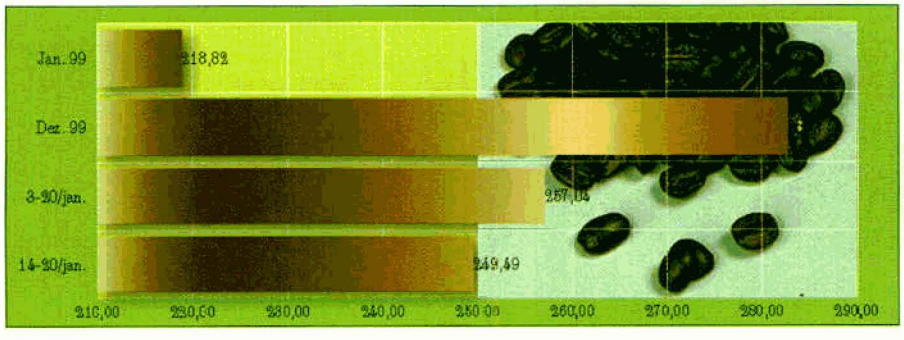




gordo R$/arroba

A estiagem no Sul e a criação da zona tampão para controle da aftosa no trânsito interestadual de animais mantêm as cotações estabilizadas, mesmo com o início do período de safra no país.

CAFÉ



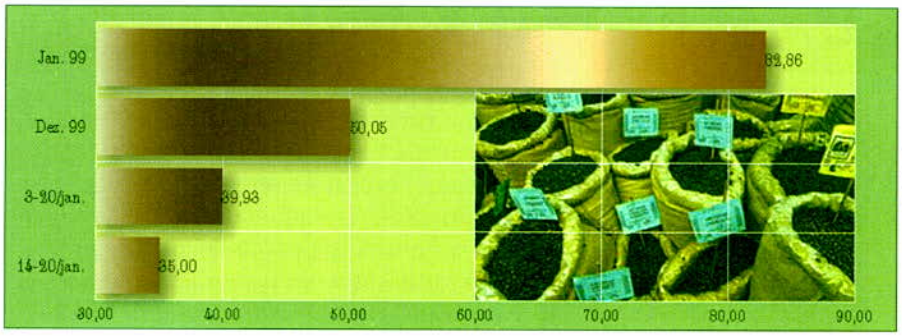


tipo 6 R$/sc. 60kg

Com a confirmação de que a colheita de 2000, no Brasil, deverá ter quebra expressiva, as cotações tendem a se valorizar, a despeito do aumento das quantidades ofertadas em leilões do estoque público.

AGROANALYSIS: MAIS INFORMAÇÃO POR ALQUEIRE DE PÁGINA.

Preços



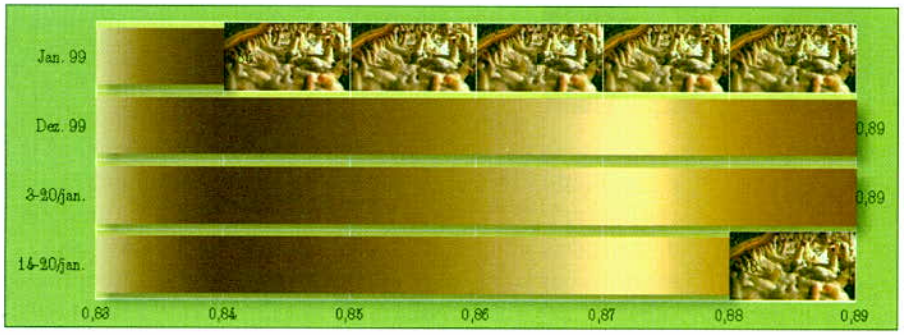
Tendências

Fatores ponderáveis

Feijão

carioquinha especial R$/sc. 60kg

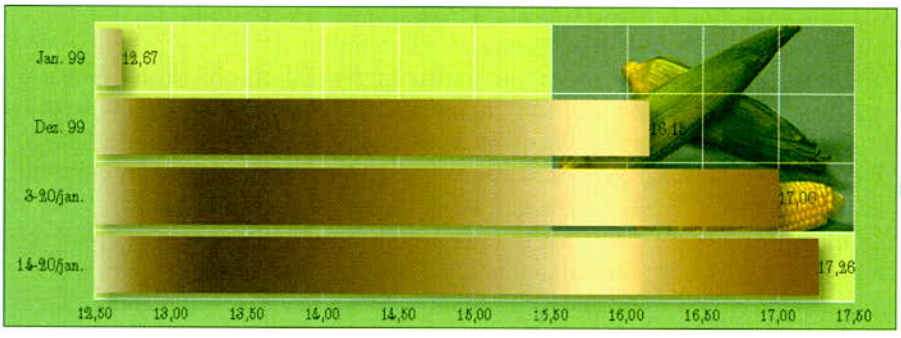
As quebras na produção da primeira safra na região Sul e as adversidades climáticas que marcam o início da segunda safra mantêm as cotações internas estabilizadas, sem novos recuos nos preços.



Frango

vivo R$/kg

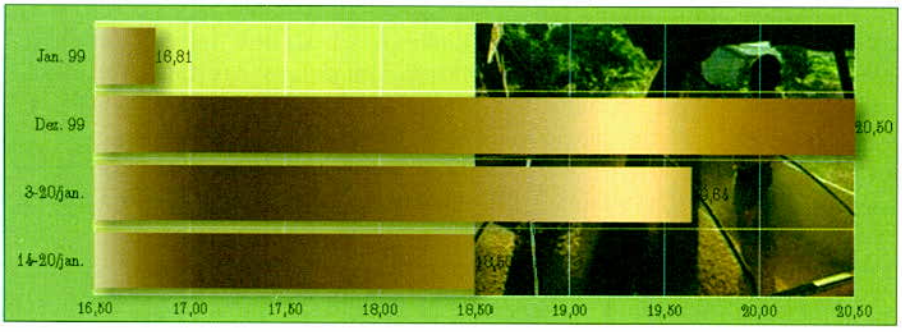
A entrada do milho novo deverá contribuir para a moderação nos aumentos do preço da carne avícola. As criações mantêm-se impulsionadas pela firme demanda interna e pelo bom resultado das exportações.



Milho

amarelo semiduro R$/60kg

A aproximação da colheita precoce da safra de verão 1999/00 deverá arrefecer as cotações do milho, porém de forma limitada pela relativamente baixa quantidade esperada.



Soja

grão industrial R$/60kg

A estabilização das cotações das carnes, a redução das estimativas de exportações de soja e a retração da taxa cambial reduzem a pressão sobre as cotações, mantendo estáveis os preços internos.

Até 7/12/1999, os valores são oriundos do contrato café cambial BM&F em pontos por saca de 60kg convertidos para R$ por saca.
A partir de 8/12/99, os valores se referem ao contrato arábica em US$ por saca convertidos em R$ por saca, conforme a taxa de câmbio divulgada pela BM&F.
As cotações da última semana e da última quinzena são relativas a 2000.
Fonte dos dados brutos: algodão e café – BM&F; Arroz – Instituto Rio Grandense de Arroz; feijão – Sandra Hetzel; milho e soja – Bolsa de Cereais de São Paulo; boi gordo – IEA-SP; 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.

ROBERTO RODRIGUES

Lições de Seattle



A frustrada tentativa da Organização Mundial do Comércio, no começo de dezembro em Seattle, de preparar uma agenda para a Rodada do Milênio, que definiria as regras para o comércio mundial – especialmente de produtos agrícolas e agroindustriais – deixa uma série de lições.

A primeira e mais óbvia: não se pode esperar que 135 países, com interesses os mais divergentes, cheguem por consenso em quatro dias a uma agenda sem um mínimo de acordo prévio. Os dirigentes da OMC deveriam ler Tancredo Neves, que dizia que reuniões muito grandes só obtêm sucesso quando já no início está tudo acertado. E no caso da OMC não houve êxito nas reuniões preparatórias para Seattle. A direção da OMC não trazia nenhuma base concreta para iniciar as conversações.

E pior, a grande maioria dos países presentes ficou à margem das principais discussões na chamada Green Room, através dos entendimentos de 30 ou 35 países que iriam decidir pelos demais. Bom para nós que o Brasil estava entre os selecionados. Mas os cem que ficaram de fora, como receberiam as proposições? Era explícita a falta de transparência.

Outra lição mais dolorida causou pesar: a prepotência dos países ricos impondo condições, especialmente quanto ao protecionismo agrícola. A imprensa brasileira informou que alguns países europeus, notadamente França e Noruega, e asiáticos, liderados por Japão e Coréia, fizeram o possível para impedir na pauta palavras como "eliminação" de subsídios às exportações. E conseguiram seu objetivo, pois de tanto insistir – e lutar para não reduzir as políticas de apoio interno e sinalizar debilmente com uma evasiva melhora no acesso a mercados – impediram a sonhada agenda.

Com tanta pressão, é lícito imaginar que a incompetência da OMC em chegar a Seattle sem uma pré-agenda tenha sido proposital. Se os ricos não queriam facilitar as coisas para os países em desenvolvimento, melhor seria não ter pauta prévia. Porque logicamente seria quase impossível, sem ela, chegar a um resultado harmonioso nos Estados Unidos.

E os Estados Unidos? Teria fracassado sua poderosa secretária de Comércio Exterior ao coordenar o evento?

O embaixador brasileiro em Washington, Rubens Barbosa, um dos mais brilhantes diplomatas do Itamaraty, disposto a abrir caminhos comerciais para o Brasil, coordenou um imperdível estudo sobre os subsídios agrícolas norte-americanos em novembro passado. E informa que as principais mudanças que o governo norte-americano promoveu nos subsídios agrícolas não privilegiam os programas de exportação, mas os subsídios à produção, através de vultosos pagamentos diretos aos produtores, bem como a ajuda alimentar (no ano agrícola 1998/99, o governo comprou a maior tonelagem de *commodities* dos últimos 25 anos do programa de ajuda alimentar).

Apesar disso, os subsídios para exportação de frangos e produtos lácteos foram espetaculares, ainda em 1999 (só para lácteos, a estimativa de bônus era de US$124 milhões!).

Os números para pagamentos diretos impressionam. A renda líquida agrícola norte-americana em 1999 estava estimada em US$48 bilhões, dos quais cerca de 47%, um total de US$22,5 bilhões, são representados por pagamentos diretos, só para o capítulo de Transition Payments, sem relação com níveis de produção ou preços agrícolas. Renda direta no bolso do produtor.

Além deles, os Loan Deficiency Payments, que equalizam preços quando o mercado paga menos que os mínimos estabelecidos. Os LDPs em 1999 superarão US$7 bilhões, quando em 1998 só chegaram a US$1,8 bilhão.

Cresce o protecionismo agrícola norte-americano. Na outra ponta, não caem as tarifas para importação de suco de laranja nem cresce a quota para importação de açúcar. Ou seja, liberalismo sim, mas para os outros. Aliás, os ricos gastaram em 1999 US$1 bilhão por dia em subsídios a seus produtores.

Mas a boa lição de Seattle foi que o Brasil pode se organizar para trabalhar em negociações internacionais.

Na Rodada Uruguai do Gatt e até no Mercosul, negociamos mal. O setor privado não apoiou o Itamaraty, que, sem conhecer os problemas da agricultura, não defendeu o setor com a competência que teve para outras áreas.

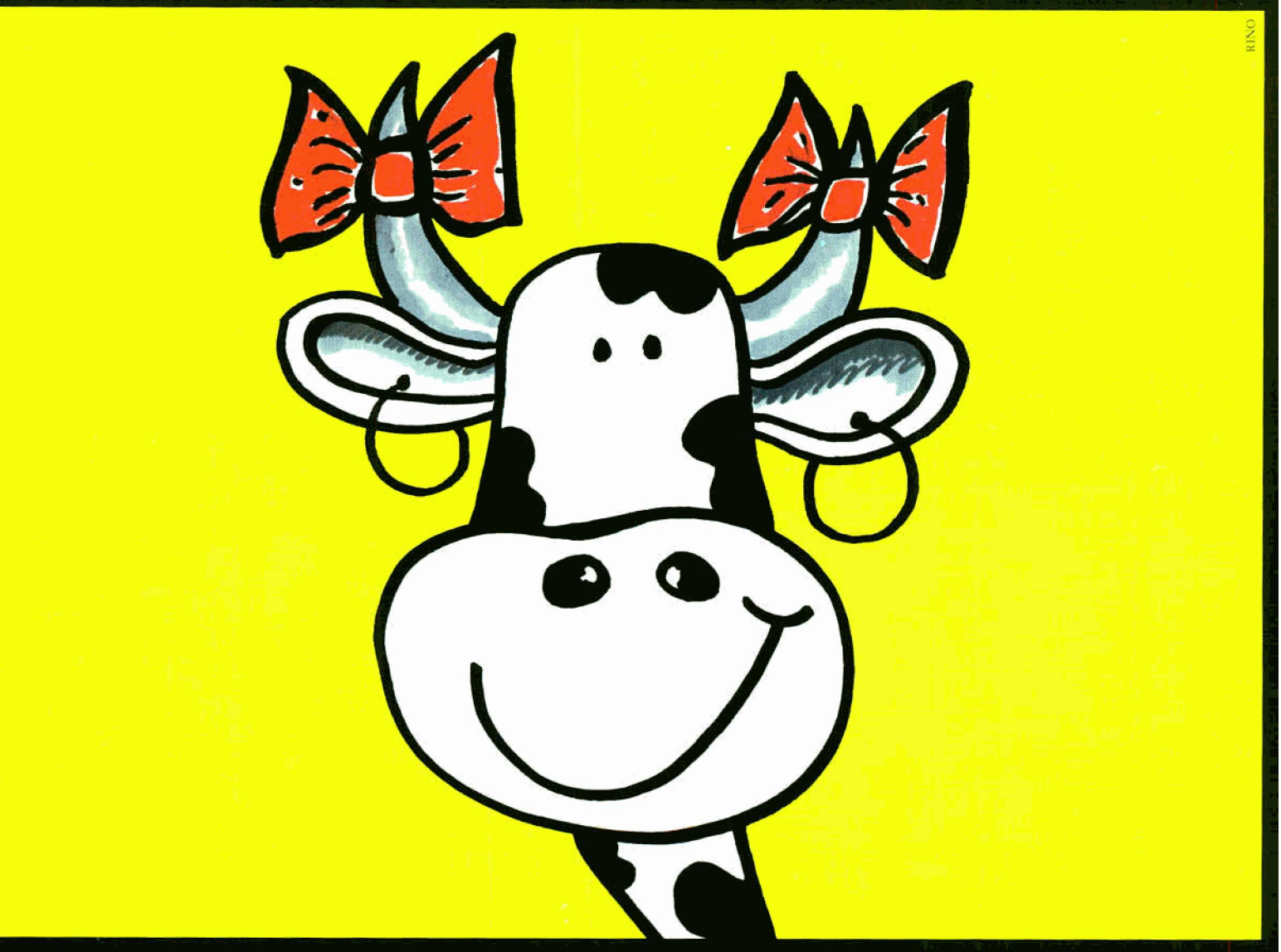
Nos Estados Unidos, além de três ministros de Estado e uma dúzia de excelentes diplomatas, havia forte delegação privada e nove deputados federais de diversas áreas e partidos. Trabalhando em conjunto intensamente durante uma semana, ficou patente que podemos formar um bom time para negociar.

E é preciso fazê-lo, porque já em janeiro, Mike Moore, diretor-geral da OMC, iniciará consultas para preparar a famosa agenda, com agricultura e tudo.

Afinal, a Rodada do Milênio vai acontecer – e já!

Roberto Rodrigues *é engenheiro agrônomo e agricultor, presidente da Aliança Cooperativa Internacional e da Associação Brasileira de Agribusiness e professor de Economia Rural da Unesp-Jaboticabal.*

Se l ga no 35



Sintonize no 35, o número do Canal Rural.

A melhor ligação entre você e o campo está no 35, o seu Canal Rural. Cotações, o melhor serviço de agrimeteorologia do Brasil, tecnologia e técnica rural, culinária, shows, notícias, mercados, músicas, entrevistas, rodeios, eventos e tudo sobre o agribusiness. Não se esqueça. Para se ligar no melhor do campo, não ligue para as outras, ligue no canal 35 do sistema a cabo NET e parabólicas digitais da SKY. Para assinar, ligue 0800-992211 e assista ao Canal Rural em todo o Brasil.

CANAL RURAL

Canal Rural. O campo na sua casa.

São Paulo (0_ _ 11) 3670-9100 • Brasília (0_ _ 61) 323-8844 • Porto Alegre (0_ _ 51) 218-5262 • Curitiba (0_ _41) 342-1008 • Rio de Janeiro (0_ _21) 553-6379

www.zaz.com.br/rural

ACREDITAMOS EM OPORTUNIDADES IGUAIS

INDEPENDENTEMENTE DE RAÇA, CREDO, SEXO,

REINO, TRIBO, CLASSE, ORDEM, FAMÍLIA, GÊNERO OU ESPÉCIE.



Os seres vivos são interdependentes. Dessa forma, sem o apoio de milhões de espécies, a sobrevivência humana não estaria garantida. Biodiversidade é o nome que se dá a essa variedade e dependência entre as espécies. E isso interessa especialmente à Monsanto. Pois nosso trabalho depende de descobertas no mundo das informações genéticas. Informações que se perdem para sempre quando as espécies são extintas. Informações que oferecem soluções inéditas para a agricultura, a nutrição e a medicina.

Para atender uma população
que está crescendo.
Em um planeta do mesmo tamanho.

MONSANTO™

Alimento • Saúde • Esperança™