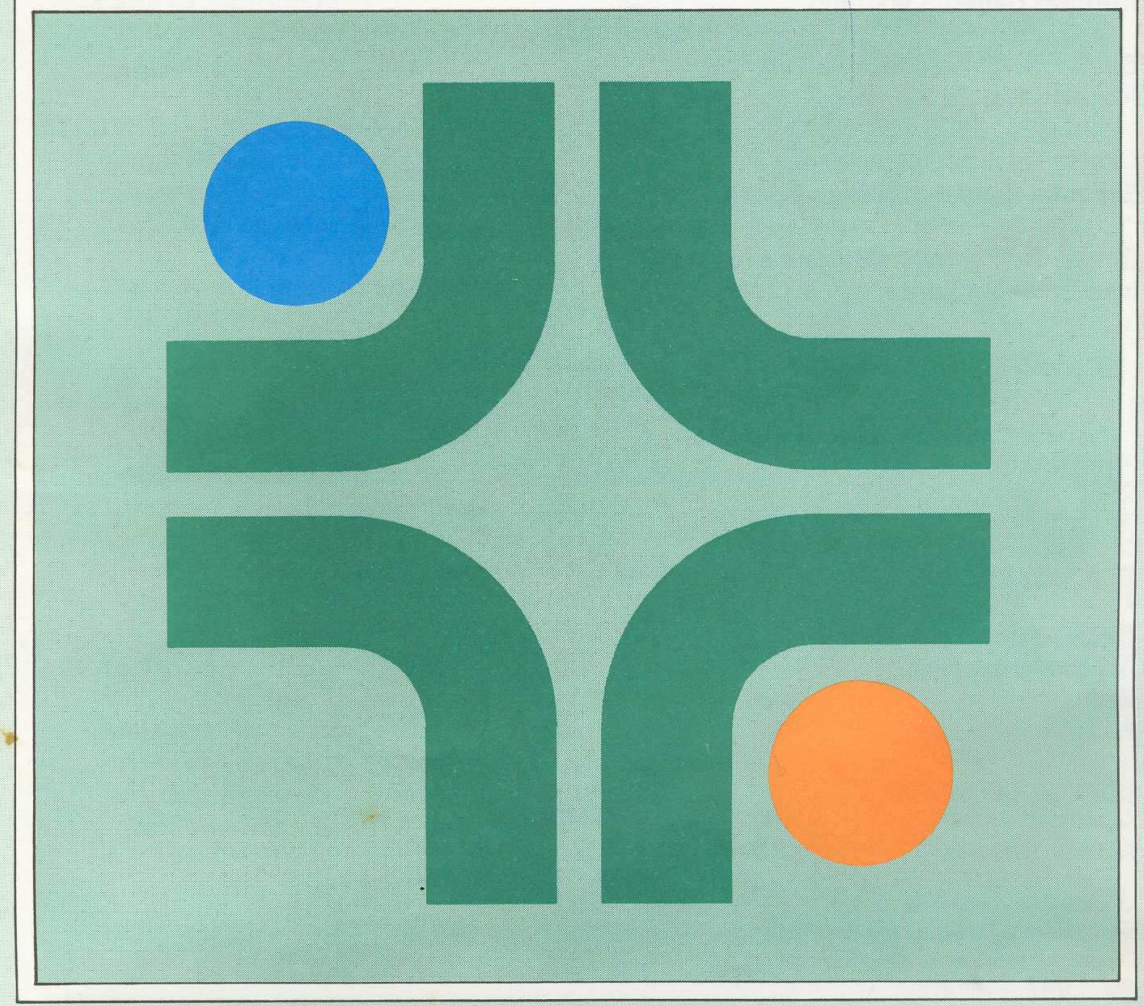
AS/PRN

Ministério da Agricultura e do Abastecimento
COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB

CENAGRI

REVISTA DE POLÍTICA AGRÍCOLA



PUBLICAÇÃO TRIMESTRAL ANO VII Nº 01 JAN-FEV-MAR 1998

O BRASIL E O COMITÊ CONSULTIVO INTERNACIONAL DO ALGODÃO

Aluisio G. de Lima Campos [1]

No momento em que o Brasil assume a presidência do Comitê Consultivo Internacional do Algodão (CCIA), torna-se importante a divulgação do mesmo para que o setor algodoeiro nacional tire o máximo de proveito dessa oportunidade. O que é o CCIA? A que se propõe? O que faz e pode fazer pela cotonicultura brasileira? São perguntas que, em forma resumida, gostaria de aqui responder.

O CIIA

O Comitê Consultivo Internacional do Algodão (CCIA), sediado em Washington D.C., é uma associação internacional e intergovernamental de países produtores e consumidores de algodão, criada em 1939, com o objetivo de estabelecer cooperação internacional em assuntos relativos ao algodão. O órgão, de âmbito internacional, congrega atualmente 41 países, que representam parcela majoritária do algodão produzido e comercializado internacionalmente. Sua principal função é acompanhar de perto os acontecimentos que afetam a situação global do algodão, a coletar e disseminar informações sobre produção, consumo, comércio e preços, a sugerir medidas destinadas a promover benefícios econômicos para o algodão e a ser um foro para a discussão de assuntos pertinentes ao algodão.

O CCIA reúne-se anualmente em um dos países membros e, ao menos uma vez por mês, em Washington D .C. A reunião anual, ou plenária, de 1997, a qüinquagésima sexta, realizou-se em outubro último, em Assunção. As reuniões mensais são realizadas pelo Comitê Permanente, composto por um delegado de cada país membro, onde são tomadas as decisões relativas à organização.

A Situação do Algodão no Brasil

A produção de algodão no Brasil, embora tenha iniciado uma tendência de recuperação e tenha grande potencial de crescimento, atravessa uma situação difícil, caracterizada como segue:

a) A produção nacional de algodão em pluma alcançou um recorde de 965.000 toneladas em 1984-1985, porém reduziu-se a 285.000 toneladas em 1996-1997. A área plantada caiu de 1,9 milhão de hectares em 1992, para 668 mil em 1997. Vários fatores foram responsáveis por está queda. Pragas tais como o bicudo, a falta de crédito e métodos de produção desatualizados de produção contribuíram para os estudos mais elevados de produção do algodão e a conseqüente queda do cultivo algodoeiro no Brasil.

b) Essa queda de produção, juntamente com o aumento da demanda interna, levou ao crescimento das importações. De 1980 a 1996, a utilização industrial do algodão no Brasil cresceu mais de 50%. Nosso país é o quinto maior processador de algodão do mundo. O consumo de algodão pelas tecelagens passou de 566 mil

toneladas em 1980-1981 para 835 mil toneladas em 1996-1997. Esse crescimento do consumo em combinação com a redução dramática da produção doméstica, gerou aumento significativo das importações, de 86 mil toneladas em 1990 para 460 mil (estimativa) em 1997, contribuindo para o déficit comercial do setor. Nos seis anos mais recentes, o Brasil passou de terceiro maior exportador de algodão do mundo para o terceiro maior importador.

c) Nos mercados nacional e internacional de fibras, o algodão vem perdendo competitividade em relação às fibras artificias. No Brasil, aparecem indicações de um aumento relativo no consumo de fios artificiais por parte da indústria têxtil e, nos últimos dez anos, no mercado internacional, registou-se uma queda na participação do mercado do algodão, de 50% em 1987 para 45% em 1996. Segundo estudo realizado pelo CCIA, 30% dessa pode ser explicada pela competitividade de preço, em grande parte relacionada à escassez de abastecimento, por sua vez resultante de uma safra de algodão limitada. Os restantes 70% podem ser explicados por fatores que não estão relacionados ao preço, mas que dizem respeito a redução de atividades promocionais e a desvantagens qualitativas.

A Combinação do CCIA à Cotonicultura

Dentre as principais atividades do CCIA destacam-se a disseminação de informações de mercado, assessoria técnica e desenvolvimento de projetos.

Na área de informação de mercado, o Secretariado monitora a situação mundial, analisa ocorrências nas áreas de produção, consumo, comércio, estoques e preços, bem como acompanha os desenvolvimentos relativos à produção de tecidos e outras fibras. Mensalmente, prepara análise da situação mundial do algodão e sua implicações para os preços do algodão. A cada dois meses publica o "Cotton: Review of the World Situation", em espanhol, inglês e francês. Estatísticas mundiais são publicadas duas vezes por ano de forma impressa e, anualmente, em CD-ROM. Relatórios pormenorizados sobre a situação mundial nas áreas de têxteis e comércio e oferta de algodão são publicados, uma vez por ano, em outubro.

O Secretariado também se encontra à disposição dos países membros para reunir-se com a indústria local para discutir a situação do mercado, comercialização, ou tópicos específicos de interesse do setor.

Na área de assessoria técnica, os países membros podem obter informações sobre custos de produção, métodos de produção e projetos de pesquisa em andamento no mundo. Pesquisa sobre o uso de inseticidas na cotonicultura é feita periodicamente com o objetivo de fundamentar argumentos contra alegações de que a produção de algodão causa dano ao meio ambiente. Publica-se trimestralmente o "The ICAC Recorder", em espanhol, francês e inglês, que atualiza os avanços na área de pesquisa de produção.

Há trinta anos o CCIA vem organizando seminários técnicos nas reuniões plenárias no âmbito do Subcomitê para Pesquisas sobre a Produção de Algodão. Em Assunção, o seminário examinou os diferentes projetos de desenvolvimento financiados, com apoio e assistência do CCIA, pelo Fundo Comum para Produtos de Base das Nações Unidas. Especialistas de diversos países avaliaram os novos meios encontrados nesses projetos para o combate a insetos e doenças de forma eficiente, do ponto de vista financeiro e ecológico.

Nos últimos quinze anos, o CCIA vem encorajando a cooperação regional na pesquisa de produção. Fruto dessa iniciativa é a Latino-americana para a Pesquisa e Desenvolvimento do Algodão, que se reúne a cada dois ou três anos com o objetivo de aproximar especialistas e pesquisadores da região e incentivar a discussão de problemas comuns.

Em 1990, o CCIA foi designado como órgão internacional de produto de base para algodão no documento que estabeleceu o Fundo Comum para Produtos de Base das Nações Unidas (FCPB). O FCPB tem recursos de 250 milhões para o financiamento de projetos de desenvolvimento em produtos de base. Os projetos apoiados pelo CCIA já totalizam 17,5 milhões de dólares em recursos do FCPB. Um desses projetos, destinado a desenvolver sistema de controle contra a infestação do bicudo, beneficia diretamente o Brasil, além da Argentina e Paraguai.

Contribuição do CCIA para a Melhora da Situação do Algodão no Brasil

Além das informações que são prestadas periodicamente nas áreas de produção, consumo, comercialização, preços, desenvolvimento de sementes, pesquisas e análises da situação mundial do algodão, já abordadas neste texto, outras iniciativas estão em andamento.

Na área de produção, mencionamos anteriormente o financiamento de projeto de pesquisa para o controle de pestes, que beneficia o Brasil, Argentina e Paraguai. Procura-se, também, incentivar empresas especializadas de outros países a investir na produção mecanizada, em grande escala, no Brasil. A abrangência internacional do CCIA facilita: a) a identificação de potenciais interessados, b) a realização de contatos e c) a disseminação de informações de interesse ao público alvo.

Na área de consumo, discutem-se meios para reverter a tendência declinante da participação do algodão no mercado mundial de fibras. Um dos tópicos principais da 56ª Reunião Plenária, em Assunção, referiu a métodos para incentivar o consumo de algodão nos países membros. Discutiram-se as experiências de diversos países, com o objetivo de preparar recomendações do CCIA a seus associados.

Na área de comercialização, busca-se divulgar as atividades da Bolsa de Mercadorias e Futuros nos demais países da América do Sul, com objetivo de criar um mercado viável que melhor responda às características da safra do Hemisfério Sul, bem como às suas condições climáticas e geográficas. Na condição de quinto maior processador de algodão e terceiro maior importador de algodão do mundo, os produtores e consumidores brasileiros teriam muito a ganhar com uma Bolsa de Mercadorias local, com volume suficiente de negócios para oferecer liquidez adequada a qualquer momento.

O CCIA tem condições de fazer mais pela cotonicultura e, especialmente, pelo Brasil. Esse é o meu desejo e objetivo como seu novo presidente. Coloco-me à inteira disposição dos interessados no tema com vistas ao alcance desse objetivo.

(1) Presidente do Comitê Permanente do CCIA.

MUDANÇAS TECNOLÓGICAS NA AVICULTURA DE CORTE: IMPLICAÇÕES SÓCIO-ECONÔMICAS

Mario Duarte Canever [1]
Oldemir Chiuchetta [2]
Jonas Irineu dos Santos Filho [3]
Dirceu João Duarte Talamini [4]

d) Introdução

As recentes mudanças que estão ocorrendo na economia nacional e internacional forçam a modernização das indústrias processadoras e, conseqüentemente, dos diferentes elos de sua cadeias. Esse é o caso da avicultura de corte, na qual a estrutura de produção do frango vivo está se modernizando devido à necessidade de redução de custos e aumento de produtividade.

A partir da década de 80, a dinâmica da produção agrícola brasileira passou por um processo de ruptura com os padrões tecnológicos vigentes até então. O desenvolvimento de produtos cada vez mais diferenciados, a necessidade da produção de matérias-primas específicas e o conseqüente estabelecimento de relações contratuais na produção primária são exemplos desse novo modelo que ora atinge grande parte da produção.

Segundo Salles Filho (1993), o antigo padrão de produção calcado na produtividade está alcançando o seu ponto crítico. Os mecanismos regulatórios, por parte do governo, estão se esgotando; as demandas do setor produtivo não são mais aquelas de produção barata de alimentos, mas as relacionadas com a valorização de capitais, através do enfoque qualitativo. Assim, o processo decisório da firma agrícola aproxima-se com o da firma industrial, deixando de existir o corte analítico agricultura/indústria.

Mais recentemente, com a estabilização monetária e a abertura econômica, pressões oriundas de novos processos tecnológicos e produtivos exigem nova configuração das unidades produtivas, favorecendo aquelas de maior escala e mais capitalizadas, em termos de recursos econômicos e humanos, para enfrentar a concorrência.

No complexo agroindustrial brasileiro a cadeia produtiva do frango de corte diferencia-se das demais, pelo elevado nível de organização. A coordenação da atividade é realizada por meio da integração vertical e horizontal, onde os frigoríficos, o segmento que lidera a cadeia, organizam e promovem as transações desde as fases de produção dos insumos até a distribuição de produtos finais, nos mercados consumidores.

Dentre os elos que compõem a cadeia produtiva do frango de corte, aquele relacionado à produção do frango vivo é o mais frágil, ante a maior exposição ao risco (biológico, ambiental e econômico) e a grande participação dessa etapa no custo final do produto. A criação do frango vivo é realizada por intermédio de contratos entre os frigoríficos e produtores rurais, caracterizando uma forma de coordenação intermediária entre a integração vertical e horizontal.

Com o predomínio da agroindústria como agente coordenador de toda a cadeia através das relações contratuais, as variáveis de mercado, preço e qualidade ofertada, perderam importância. Com isso, as regras estabelecidas nos contratos são as ações de maior importância nas negociações entre as partes, o que expõe os elos mais frágeis e menos organizados a reduzirem seu poder de negociação junto às agroindústrias do setor.

A introdução de novas tecnologias para melhorar o ambiente e o manejo na criação de frangos, visando economias de escala e redução dos custos, promove aumento no tamanho das criações em função da elevação na densidade de aves por aviário, fazendo com que cada vez menor número de criadores atendam às necessidades de abate dos frigoríficos e, conseqüentemente, do mercado. No entanto, a adoção desses novos sistemas de criação requer volumes de recursos que em determinadas situações podem inviabilizar a permanência dos produtores na atividade e desestimular novos investimentos. Assim, objetiva-se nesse trabalho analisar as principais alternativas de produção do frango de corte, em relação às tecnologias de ambiência e de equipamentos empregados, bem como os custos de produção do frango de corte vivo posto na plataforma de abate das agroindústrias e os retornos obtidos pelos avicultores nos diferentes sistemas de produção.

e) Metodologia

A análise dos custos foi realizada a partir do pinto de um dia até a entrega do frango no abatedouro. Foram considerados três modelos básicos de tecnologias no que se refere a ambiência e equipamentos: os galopões manuais, automatizados e climatizados . Os aviários manuais são aqueles que empregam comedouros tubulares, bebedouros pendulares, cortinas de ráfia e a calefação é feita com campânulas a gás de operação manual e aquecimento auxiliar à lenha. Os aviários automatizados caracterizam-se por possuir comedouros tuboflex, bebedouros nipple, cortinas de ráfia e campânulas a gás sensorizadas. O sistema climatizado é composto por equipamentos automáticos que regulam a temperatura, umidade e velocidade do vento por sistema computadorizado; possui cortinas impermeáveis, e as operações de alimentação, fornecimento de água e calefação são automatizadas.

Os dados de performance zootécnica e renda dos sistemas em análise foram obtidos por meio de amostragem aos produtores integrados do Meio-Oeste catarinense, perfazendo um total de 25 lotes para o sistema manual e automático e de 17 para o sistema climatizado, todos abatidos com 37 dias de idade. A diferença na amostragem deveu-se à diferença dos dados do sistema climatizado, em face do reduzido número de avários até então implantados na região. Os custos de produção foram estimados pela metodologia apresentada em Canever et al (1996).

A avaliação econômica dos investimentos foi realizada pelo Valor Presente Líquido (VPL), pela Taxa Interna de Retorno (TIR) e pelo Tempo de Recuperação do Capital (TRK). O VPL é o somatório dos saldos líquidos obtidos pelo desconto dos fluxos de caixa de cada período a uma dada taxa de desconto. A TIR representa a taxa que torna nulo o VPL de um projeto. O projeto que obtiver o maior VPL e a maior TIR será aquele que apresenta o maior retorno para o investidor. O TRK é o tempo necessário para que os retornos descontados a uma dada taxa de juros recuperem o capital investido (Buarque, 1984). A taxa de desconto considerada na análise foi obtida através da ponderação do capital próprio utilizado nos projetos pelo custo de oportunidade do dinheiro, ou seja, o rendimento médio da poupança no último ano (13,91%), mais o montante de 15 mil reais ponderados pelo juro do Programa Nacional de Agricultura Familiar - PRONAF de 8,81% ao ano.

Os valores dos investimentos foram obtidos em levantamentos nos diversos fornecedores da região, e estão apresentados na Tabela 1.

TABELA 1
Custo de Implantação dos Aviários em cada Sistema, 1997

Componentes	Manual	Automático	Climatizado
Instalações	24.852,00	24.852,00	24.852,00
Equipamentos			
Manuais	8.109,00	-	-
Automáticos			
Bebedouro nipple	-	5.500,00	6.875,00
Demais automáticos	-	13.526,00	17.762,00
Sistema de Climatização	-	-	14.000,00
Total	32.961,00	43.878,00	63.489,00

Fonte: Pesquisa de Campo

Para efeito de estimativa do VPL, TIR a TRK dos investimentos realizados pelos avicultores, considerou-se um período de operação de quinze anos, em virtude da depreciação tecnológica que tais investimentos sofrem no tempos [5] Os valores residuais dos investimentos entram no fluxo de caixa como receita no último período de operação.

As instalações nos três sistemas são idênticas: possuem 1.200m^2 de área e consistem de estrutura pré-fabricada em concreto, com altura de pé-direito de 3m, com telhado de fibrocimento de 5mm de espessura e fechamento dos oitões com tábuas.

f) Resultados e Discussão

3.1 Custos de Produção do Frango Vivo

Dos três sistemas de produção (Tabela 2), o sistema automático foi o que apresentou o melhor desempenho na produção do frango vivo, considerando, principalmente, a mortalidade, a conservação alimentar e o peso médio vivo. O sistema climatizado, com capacidade de alojamento 52 e 64%, superior ao sistema automático e manual, respectivamente, caracterizou-se como o segundo melhor, o que indica que essa tecnologia apresenta-se potencialmente viável. O sistema manual caracterizou-se tecnicamente inferior, principalmente em razão da combinação de maior mortalidade, menor ganho de peso diário das aves e pior conservação alimentar.

TABELA 2
Coeficientes Técnicos e Econômicos Médios dos Sistemas de Produção de Frangos de Corte

Coeficientes técnicos	Manual	Automático	Climatizado
Idade de abate (dias)	37,13	37,22	37,55
Vazio sanitário (dias)	19	19	19
Dias/lote	56,13	56,22	56,55
Nº de lotes/ano	6,5	6,5	6,5
Lotação inicial (pintos)	12.571	13.441	20.480

Mortalidade (%)	3,67	3,05	3,42
Peso médios (kg)	1,574	1,667	1,618
Peso total (kg)	18.978,70	21.722,76	32.004.01
Conversão alimentar (kg/kg)	1,888	1,836	1,825
Renda média/lote (R$)	1.384,00	1.611,06	2.580,35

Fonte: Pesquisa de Campo

TABELA 3
Custos de Produção do Frango Vivo Posto na Plataforma de Abate para os Sistemas Manual , Automático e Climatizado, 1997

Itens de custo	Manual	Automático	Climatizado
Depreciação – instalações	134,47	134,47	134,47
Depreciação – equipamentos			
- Cortina	43,08	66,10	80,21
- Demais equipamentos	103,22	193,55	474,11
Remuneração do capital	152,13	202,51	293,03
Manutenção e reparos	23,05	62,89	93,06
Seguro	8,07	11,01	16,29
Cama	184,00	197,00	262,00
Pintos	2628,57	2822,61	4300,80
Ração	6803,73	7572,97	11090,15
Calefação			
- Gás	162,40	243,60	388,60
- Lenha	53,30	-	-
Energia elétrica	16,30	61,00	325,00
Desinfetantes, inseticidas e raticidas	45,41	45,41	45,41
Mão-de-obra do integrado	366,36	222,00	73,82
Equipe de carregamento	150,00	150,00	250,00
Assistência técnica	42,82	42,82	42,82
Transportes	560,58	624,62	920,85
Funrural	31,83	37,05	59,35
Custo total/lote	11509,31	12689,63	18849,94
Custo total/kg	0,6064	0,5842	0,8590

Fonte: Pesquisa de Campo

O algodão de aviários automáticos e climatizados permite maior alojamento de pintos, menor uso mão-de-obra e melhores condições ambientais para as aves, resultando em menores custos unitários de produção (Tabela 3, acima). No entanto, pelo fato, dos três sistemas apresentarem custos aproximados, o sistema manual pode ser competitivo, desde que apresente bons coeficientes técnicos.

Além das melhorias no ambiente interno dos aviários, e climatizados permite ganhos relacionados indiretamente com a produção e que não foram contemplados neste estudo, tais como: a redução dos custos de transportes (ração e frangos) por lote, da assistência técnica e melhorias na logísticas de coordenação resultando em menores custos de transação. Outra

vantagem atribuída à climatização deve-se à possibilidade do fornecimento de rações mais adaptadas às necessidades nutricionais das aves, ante a maior homogeneidade do bioclima.

A introdução de tecnologias modernas em nível de manejo e de ambiência reduz a participação do custo da mão-de-obra sobre o custo do frango vivo, ou, dito de outra forma, tais tecnologias são poupadouras de mão-de-obra. Simulando o impacto do custo da mão-de-obra no custo de produção do frango (Gráfico 1), estima-se que quando o salário do trabalhador rural superar 1,5 salário mínimo (1 salário = R$120,00, mais 63,25% de encargos trabalhistas) a produção de frangos em aviários climatizados torna-se mais econômica do que nos demais sistemas. Dessa forma, regiões que apresentam escassez e custos elevados da mão-de-obra rural, como no Estado de São Paulo e partes dos estados do Brasil-Central tenderão a adotar essa tecnologia com maior rapidez do que nas regiões de oferta de mão-de-obra mais elásticas.

A introdução de sistemas climatizados depende do fornecimento de energia elétrica, o que constitui um fator de estrangulamento para aqueles municípios mais afastados das centrais de distribuição, os quais, geralmente, não possuem energia de alta qualidade. Ademais, devido aos baixos investimento elétrico, nos últimos anos, espera-se que ocorra piora na qualidade do fornecimento, como também aumentos nos preços do kwatts (Confederação Nacional da Indústria, 1996). Tal situação é uma séria limitante para a adoção da climatização e, conseqüentemente, para o aumento da produtividade da avicultura.

3.2 Retorno dos Investimentos na Avicultura de Corte Integrada

A avicultura integrada consiste em um relacionamento contratual entre a agroindústria e os produtores rurais. O produtor rural, criador de frangos de corte, caracteriza-se pela utilização da mão-de-obra familiar, por ser proprietário de pequena extensão de terra e sua propriedade diversificada. Em geral, os compromissos dos parceiros são de receber as aves, fornecer mão-de-obra, instalações e equipamentos adequados, energia elétrica; gás, lenha, cama, inseticidas e raticidas e entregar os frangos prontos para o abate.

O somatório dos custos dos itens acima mencionados mais o valor do Funrural constituem o montante pago pelo produtor rural por lote de frango entregue. A análise financeira dos investimentos em aviários (Tabela 4) indica que para o produtor rural o sistema que melhor lhe remunera é o climatizado - TIR superior a 17% e recuperação do capital" investido em menos de dez anos. Apesar do galpão automático apresentar os melhores coeficientes técnicos de produção, o retorno auferido por esse sistema foi inferior ao do sistema manual, aquele de pior desempenho zootécnico. Tal comportamento deve-se à des-proporção entre os investimentos e os retornos por lote nos dois sistemas, em face da baixa lotação média utilizada nos galpões automáticos até então.

FLUXOGRAMA I

CADEIA PRODUTIVA DA AVICULTURA DE CORTE NO ESTADO DE MINAS GERAIS

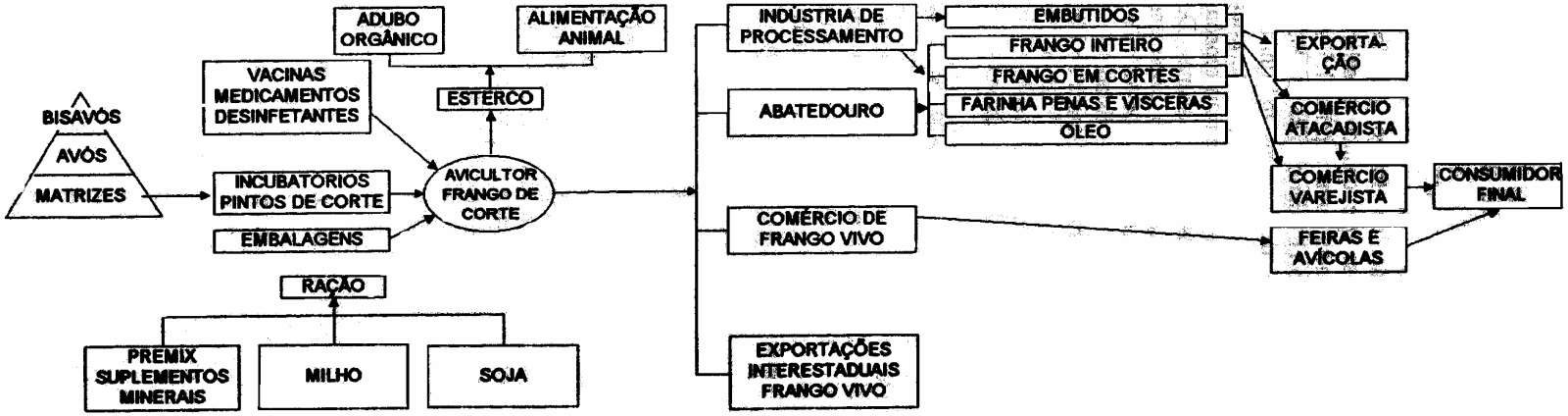


Gráfico 1
Impacto na Variação da Remuneração da Mão-de-Obra no Custo de Produção do Frango no Sistema Manual, Automático e Dlimatizado

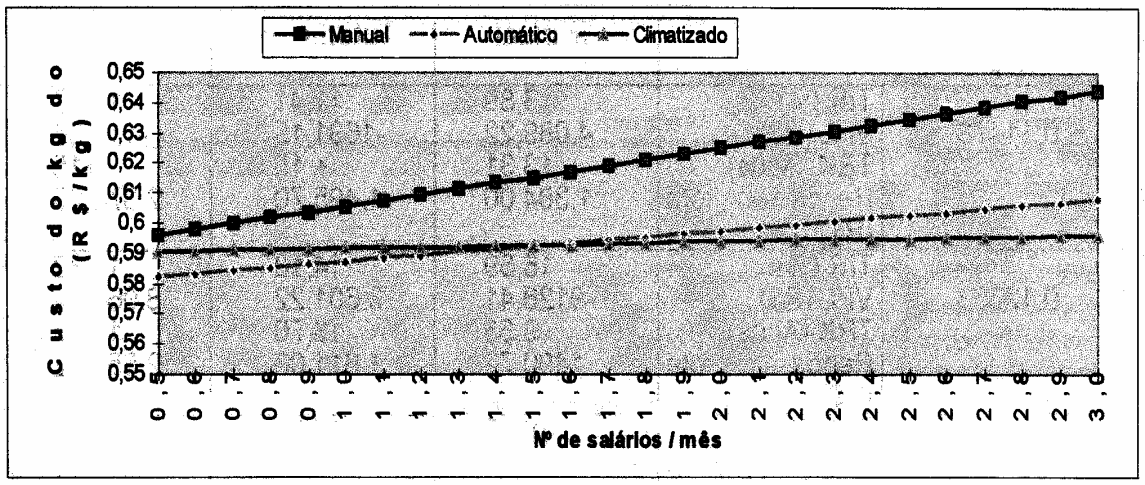


TABELA 4
Análise Financeira dos Investimentos Avícolas, 1997

Índices	Manual	Automático	Climatizado
TIR (%)	13,89	14,10	17,29
VPL (R$)	4.089,22	3.601,22	14.216,97
TRK (anos)	13,31	13,76	9,62
Renda/lote (R$)	1.384,00	1.611,08	2.580,35

Fonte: Cálculo efetuado pelos autores.

A introdução de tecnologias poupadoras de mão-de-obra, se por um lado representam redução de custos para as agroindústrias, por outro, são ameaças para a agricultura familiar, na medida em que provocará exclusão de produtores nas regiões onde não se vislumbra expansão da produção. Estima-se que 30 a 40% dos atuais produtores integrados terão que deixar a atividade, caso a densidade nos aviários passe de 10 para 17 aves/m^2 quando da implantação efetiva da climatização. A implantação desses sistemas, a exemplo de outros países, como nos Estados Unidos e na Europa, é gradual e irreversível, porém, a velocidade com que o sistema será adotado depende da relação benefício/custo para a agroindústria e para os produtores rurais.

Ao nível dos parceiros integrados a rentabilidade dos sistemas pode variar como se observa na Tabela 5. Por exemplo, se a renda média de um produtor com um aviário manual for de R$1.570,98 por lote (R$ 0,13029/frango entregue; remuneração igual à recebida no sistema climatizado) seu retorno será similar ao do sistema climatizado, porém, com apenas 52% do total investido nesse sistema.

Aqueles produtores que dispõem de mão-de-obra em suas propriedades e a usam de forma adequada no manejo de seus lotes de aves, no curto e médio prazos, ainda, permanecerão competitivos, mesmo tendo instalações e equipamentos considerados ultrapassados. No entanto, o perfil dos integrados do futuro tende para produtores maiores, mais capitalizados e, enfim, mais preparados para competir.

TABELA 5
Simulação dos Resultados Financeiros Conforme Variam os Preços Recebidos por Frango Entregue para os Sistemas Manual, Automático e Climatizado, 1997

Receita/frango (R$)	Índices	Manual	Automático	Climatizado
	TIR (%)	13,89	11,41	12,67
0,11478	VPL (R$)	4.089,22	-1691,15	-114,08
	TRK (Anos)	13,31	+15	+15
	Renda/lote (R$)	1.384,00	1.495,70	2.374,20
	TIR (%)	16,69	14,10	15,32
0,12363	VPL (R$)	9128,41	3.601,22	8.066,44
	TRK (Anos)	9,55	13,76	12,96
	Renda/lote (R$)	1490,72	1.611,08	2.557,32
	TIR (%)	18,80	15,51	17,29
0,13029	VPL (R$)	12.918,03	7.579,30	14.216,97
	TRK (Anos)	7,76	11,68	9.62
	Renda/lote (R$)	1.570,98	1.697,81	2.580,35

Fonte: Cálculo efetuado pelos autores.

4. Conclusões

Na cadeia de frangos de corte, a introdução de novas tecnologias de manejo e ambiência na produção do frango vivo são fontes de sustentabilidade para toda a cadeia. Essas tecnologias, além de serem poupadoras de mão-de-obra, requerem melhor qualificação dos produtores e maior volume de capital para a sua implantação. Por sua vez, tais investimentos tem trazido benefícios econômicos para os primeiros adotantes, porém poucos produtores terão acesso, em vista dos altos custos financeiros ora verificados.

Os investimentos em galpões avícolas, em geral, apresentam baixo risco e baixa remuneração e, por isso, são investimentos de longo-prazo. Produtores que obtiverem bons coeficientes técnicos, mesmo com sistemas manuais, serão bem remunerados, porém, aqueles que apresentam escassez de mão-de-obra, ou regiões onde sua remuneração é alta, ganharão com a doação de sistemas mais tecnificados.

Por fim, a sustentabilidade da cadeia avícola requer que todos os agentes envolvidos convivam com um constante redirecionamento dos seus rumos. Dessa forma, fontes de vantagens competitivas de ordem inferior, como baixo custo da mão-de-obra e de matéria-prima, devem ser suplantadas por fontes de vantagens de ordem superior, como aquelas baseadas em diferenciação dos produtos e serviços e em novas tecnologias de processos e de produtos.

BIBLIOGRAFIA

BUARQUE, C. Avaliação Econômica de Projetos. Rio de Janeiro: Campus, 1984. 266p.

CANEVER, M. D.; TALAMINI, D. J. D.; CAMPOS, A. C.; SANTOS FILHO, J L; GOMES, M. F. **M. Custos de Produção do Frango de Corte no Brasil e Argentina.** Concórdia: EMBRAPA – **CNPA** 1996. 37 p. (EMBRAPA-CNPSA. Documentos, 39).

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, Rio de Janeiro. **Custo Brasil**. Rio de Janeiro: 1996. 30 p.

SALLES FILHO, S. O fim do padrão produtivista e a necessidade de rever conceitos. Cadernos de Ciência & Tecnologia, v.8, n. 1/3, p.118-120, 1993.

[1] M. Sc Econ. Rural, Consultor EMBRAPA Suínos e Aves (CNPSA), Caixa Postal 21, 89700-000, Concórdia, SC.
[2] Bs. Administração, Bolsista CNPq EMBRAPA Suínos e Aves (CNPSA), Caixa Postal 21, 89700-000, Concórdia, SC.
[3] M. Sc. Econ. Rural, Pesquisador EMBRAPA Suínos e Aves (CNPSA), Caixa Postal 21, 89700-000, Concórdia, SC.
[4] Ph. D. Econ. Rural, Pesquisador EMBRAPA Suínos e Aves (CNPSA), Caixa Postal 21, 89700-000, Concórdia, SC.
[5] Estimou-se uma vida útil de 25 anos para instalações, 15 anos para o bebedouro nipple, 5 anos para a cortina de ráfia e 10 anos para os demais equipamentos.

AGRICULTURA E AGROINDÚSTRIA FAMILIAR

Luís Fernando Vieira [1]

Introdução

Uma das principais características da atividade agrícola é a dificuldade para diferenciação dos seus produtos através das técnicas usuais de marketing. Em primeiro lugar, pelas características da comercialização, na forma de "commodities", reunindo em grandes volumes a produção de inúmeros produtores e procedências, não há associação do produto a marcas específicas. Em segundo lugar, e parcialmente em conseqüência da característica anterior, também torna-se bastante difícil associar atributos específicos dos produtos a um determinado produtor. Portanto, as formas usuais de diferenciação de produtos, marcas ou atributos (ou ambos), utilizadas para conferir identidade mercadológica a produtores e produtos, via de regra, não são factíveis de aplicação aos produtos agrícolas.

É importante notar, no entanto, que conquanto isso se verifique em relação aos produtos da atividade agropecuária, isso não se aplica aos insumos utilizados na produção. Assim, sementes, agroquímicos, vacinas e medicamentos, fertilizantes, equipamentos e máquinas, entre outros "inputs", são fortemente diferenciados por suas marcas ou por seus atributos específicos, ou como é regra mais geral, por ambos.

A importância dessas constatações está no fato de que elas definem regimes competitivos diferentes para essas classes de produtos e, portanto, condições e mecanismos diversos de agregação de valor e de geração e apropriação de lucros (rent).

O processo de comercialização de "commodities" segue um modelo que se aproxima bastante dos modelos econômicos de competição perfeita, com um grande numero de produtores ofertando produtos de características razoavelmente semelhantes, com um volume significativo de informações sobre clima, produção, preços, estoques, tecnologias de produção, entre outras, sobre todas as regiões produtoras importantes do mundo fluindo de maneira relativamente livre e, na maioria das vezes, ao alcance do público e, principalmente, com produtores individuais sem poder para interferir na formação dos preços. Em contraposição, no mercado de produtos diferenciados por marcas ou atributos particulares, os produtos e tecnologias são protegidos por registros e patentes; a informação sobre mercados, custos e tecnologias, de circulação reservada; e os mercados, em geral, concentrados, com um número relativamente pequeno de empresas operando a oferta, e com as empresas líderes tendo significativa influência na formação dos preços.

Nessas condições, os lucros ("rent") auferidos pelos produtores agropecuários seriam transitórios e originados de ganhos de produtividade oriundos de condições edafoclimáticas mais favoráveis ou de adoção pioneira de tecnologias modernas. Dada a liberdade e a velocidade de circulação da informação tecnológica, novas tecnologias que neutralizam as vantagens naturais, ou que propiciam ganhos significativos de produtividade e qualidade rapidamente se disseminam e são adotadas também pelos produtores e setores mais modernos. Assim, em prazos relativamente curtos os lucros se dissipam, com a competição se

restabelecendo e forçando o repasse dos ganhos de produtividade aos preços. O mercado, portanto, tende a se equalizar em torno dos preços correspondentes aos níveis de produtividade dos estratos de produção tecnologicamente mais modernos. É importante notar que o processo de globalização e abertura dos mercados para produtos agrícolas fez com que os referenciais de eficiência econômica e de tecnologia para a formação dos preços dos produtos agropecuários sejam os mais avançados em nível global.

Os produtores de "commodities" de base tecnológica menos intensiva, em geral com menor capacidade de captar e processar a informação tecnológica, mercadológica e gerencial com rapidez, acabam na maioria das vezes acumulando perdas significativas, que são absorvidas via descapitalização da propriedade ou via aviltamento da remuneração do seu trabalho e dos membros de sua família, ou, ainda, pela sua exclusão do mercado. Nesse caso se enquadra um enorme contingente de produtores, cuja agricultura se organiza em torno de pequenas propriedades de gestão e força de produção familiar.

Para esse estrato de produtores, uma das soluções possíveis seria a rápida modernização tecnológica, nos níveis que lhes permitam atingir os padrões de produtividade dos segmentos modernos da agropecuária mundial. Essa tem sido a abordagem clássica, geralmente adotada pelos programas oficiais de assistência técnica. Seu êxito obviamente depende da superação dos fatores sócio-culturais e educacionais que impedem ou dificultam a absorção da informação, além da superação de barreiras econômicas que impedem ou dificultam acesso aos volumes de capital necessários para a aplicação de tecnologias intensivas nesse fator ou para ajustar a escala de produção de forma a tornar viável a adoção de determinadas tecnologias ou a comercialização eficiente da produção. O grau de êxito dessa abordagem não impressiona e normalmente requer o acoplamento de políticas de proteção de mercados, de suporte de preços, subsídios etc.

Uma abordagem alternativa seria direcionar esses produtores para culturas de maior valor agregado, fora do segmento de "commodities", cujos mercados ainda não se encontrem tão bem organizados, como, por exernplo, o de algumas plantas medicinais, de fontes de corantes ou nutrientes naturais, de plantas aromáticas ou condimentares, certas frutas e hortaliças, cujas tecnologias de produção, mesmo as mais modernas, ainda são relativamente intensivas em mão-de-obra e se prestam à aplicação em escalas reduzidas de cultivo.

Outra alternativa seria direcionar esse segmento para atividades agropecuárias, ou a elas relacionadas, que permitissem algum grau de diferenciação de produtos ou sua associação a marcas. Nesses casos se enquadram produtos agropecuários com atributos específicos para determinadas aplicações, como vegetais tecnologicamente adequados para conservas, frutas e hortaliças de maior resistência e vida útil para restaurantes e supermercados, produtos orgânicos, para citar apenas alguns. Inclui-se também nessa alternativa a verticalização de pelo menos parcela da produção, até a incorporação de tecnologias de pós-colheita ou até a transformação agroindustrial, que se adequam ao uso e proteção de marcas e diferenciação de atributos.

O tema central desse documento será principalmente a discussão das possibilidades e dos condicionantes para aplicação dessa última alternativa, com concentração na agroindústria de alimentos. Alerta-se desde já, porém, que o sucesso do direcionamento para a agroindustrialização não é trivial. Ao contrário, as próximas seções estarão dedicadas à análise mais detida das complexidades e dificuldades que devem ser consideradas e superadas e também das vantagens e oportunidades que sua implementação oferece.

O assunto será abordado a partir de um enfoque geral, que permite visualizar em um quadro mais amplo, as formas e as tendências que condicionam a operação do segmento

agroindustrial no Brasil, buscando-se posteriormente visualizar o papel e o espaço que a agroindústria familiar e de pequeno porte pode ocupar nesse cenário. Como ponto de partida procura-se estabelecer de maneira sucinta os marcos político-institucionais que estão condicionando o desenvolvimento e o modo de operação do sistema agroindustrial no Brasil. Posteriormente, busca-se caracterizar o mercado brasileiro em termos de ordem geral de grandeza de seus macroestratos, para a seguir deter-se mais detalhadamente sobre as questões do mercado, da tecnologia e da operação da agroindústria alimentar.

O Entorno Político-institutional e o Sistema Agroalimentar

Para a finalidade deste trabalho, sistema agroalimentar, sistema agroindustrial de alimentos, ou, ainda, complexo agroindustrial de alimentos serão utilizados como sinônimos para igualmente expressar o conjunto de subsistemas, funções e atores, que empregam força de trabalho das pessoas, recursos naturais, capital, matérias-primas, insumos e tecnologia para produzir e comercializar bens e serviços relacionados com o suprimento de alimentos em uma dada sociedade.

Para facilitar a analise, esse sistema pode ser visto como um conjunto de quatro subsistemas: o subsistema da produção agropecuária primária, o subsistema de distribuição e comercialização de "commodities", o subsistema da agroindústria processadora (ou agroindústria) e o subsistema agrocomercial (distribuição e comercialização de produtos "in natura" de alto valor adicionado, tipicamente frutas e hostaliças). Esses subsistemas podem, por sua vez, ser entendidos como cadeias de funções, cujos exemplos típicos são a produção agrícola, a produção animal, a produção florestal, inclusive a atividade extratavista, as atividades de beneficamento e armazenamento, os diversos níveis de processamento e transformação das matérias-primas, a distribuição e a comercialização, bem como as atividades de importação e exportação, entre outras.

A coordenação de todo o sistema agroalirnentar, bem como sua integração com os segmentos consumidores e com o entorno político-institucional; se estabelece através dos fluxos de informação, bens e serviços que permeiam suas diversas dimensões.

Menos que uma análise exaustiva dos possíveis padrões de operação alternativos que os novos paradigmas técnicos e institucionais podem ensejar para cada um desses subsistema em particular, neste trabalho, o que se busca é tentar identificar os eixos de mudança em torno dos quais esses padres estão sendo desenhados. Condicionantes exógenos importantes da dinâmica do complexo agroalimentar e sustentação dos eixos de mudança são a macro-estrutura político-institutional e as tendências de consumo que nela se manifestam.

O sistema agroalimentar, obviamente, se insere em um contexto institucional e político que condiciona e determina seu modo de operarão, afetando a natureza da informação que deve sinalizar seus objetivos maiores e os balizadores de sua coordenação. Assim, dependendo do contexto institucional e político, o padrão operacional adotado pelo sistema agroalimentar de um país ou região pode buscar o atendimento de uma, algumas ou todas das seguintes finalidades:

g) identificar as expectativas e os desejos dos consumidores e internalizá-los nos sistemas produtivos de modo a concretizá-los em processos, produtos e serviços ofertados;

h) ordenar o processo de produção de cada agente ou ator, da maneira mais efetiva possível do ponto de vista dos custos e da produtividade dos insumos, para obter os produtos e serviços que serão ofertados;

i) garantir a obtenção de produtos que, dentro dos limites do conhecimento disponível em um dado momento, possam ser considerados seguros para uso pelo consumidor;

j) viabilizar o processo de comercialização dos produtos gerados, conferindo-Ihes proteção e resistência, para suportar o processo de distribuição, e tempo de via útil compatível com o ciclo de comercialização associado ao produto;

k) estabelecer e manter os fluxos de informações adequados para que a divisão e a complementação do trabalho, ao longo dos vários processos pertinentes ao sistema, concretizem produtos e serviços com as características planejadas pelos produtores e esperadas pela sociedade;

l) viabilizar a sustentabilidade ambiental do sistema agroalimentar e da sociedade onde se insere;

O ambiente político institucional de abertura e globalização que atualmente predomina no cenário internacional e no cenário político-institucional brasileiro, no qual se insere a integração ao MERCOSUL e a remoção de grande parte das barreiras para acesso ao mercado interno, mesmo aos produtores de bens e serviços de países não pertencentes ao bloco sub-regional, tem estimulado uma concorrência acirrada no mercado brasileiro de alimentos. Nesse contexto prevalecem os interesses, expectativas e anseios dos consumidores como a força de coordenação e de balizamento do modo de operação de todo o complexo agroalimentar. Características de alta competitividade se reproduzem também nos principais mercados mundiais, fazendo com que as empresas brasileiras tenham que enfrentar cenários semelhantes ao disputar espaços para exportação de seus produtos.

Nesse caso o padrão operacional tende a se desenhar para atender às finalidades a) até e). Somente agora começam a se fazer sensíveis e a ganhar algum terreno os sinalizadores relativos à sustentabilidade ambiental do sistema agoindustrial.

Em contrapartida, contextos políticos-institucionais de fechamento e protecionismo econômico, como o recentemente vivido pelo Brasil e pela maior parte dos países da América Latina, sinalizando com ideologias nacionalistas e indicadores de preferência pela busca da auto-suficiência da produção, fizeram prevalecer um padrão tecnológico que atendia primordialmente às finalidades b), d) e e).

A diferença marcante entre esses ambientes é que, no último, o consumidor deve se ajustar à oferta e, no primeiro, a oferta busca ajustar-se e, se possível, antecipar-se, aos desejos e expectativas do consumidor. As necessidades gerenciais e tecnológicas diferem, também, de modo significativo entre esses ambientes.

O ambiente competitivo enfrentado hoje pelas empresas agoindustriais coloca como paradigmas para o padrão gerencial e operacional modernos, além da absoluta atenção ao consumidor como conceito fundamental de qualidade, a necessidade de buscar continuamente a redução de custos, seja pela racionalização dos processos ou pelo incremento da produtividade. Para escapar das contínuas reduções das margens provocadas pela competição, os produtores procuram vantagens competitivas através de inovações e da busca de nichos de mercado, forçando uma redução considerável no tempo de desenvolvimento de novas tecnologias e do ciclo de vida dos produtos ofertados. A sustentação da competitividade, nessas condições de alta volatilidade de mercados e de diferenciação de produtos, exige, por seu turno, sistemas flexíveis de produção e de gerência, de forma que a empresa possa

reordenar rapidamente sua produção e sistemas de marketing e distribuição, em resposta a novas exigências do consumo ou da concorrência.

É sob essas condições que se desenvolve hoje a luta pela conquista e manutenção de espaços no mercado brasileiro de produtos agroalimentares. O mercado brasileiro, entretanto, é nitidamente estratificado e entender suas dimensões é importante para se identificar e avaliar os espaços que podem ser ocupados e definir estratégias para conquistá-los.

O Mercado Brasileiro: Estratos e Dimensões

O mercado brasileiro é um dos maiores mercados do mundo, estando sem dúvida entre as dez mais importantes áreas de consumo do planeta para a maioria dos produtos importantes da moderna indústria ou agricultura mundiais. Como evidência para sustentar essa afirmação estão a concretização de investimentos significativos de grandes grupos transacionais para se instalar e se manter no país, mesmo durante o período em que prevaleciam condições desfavoráveis para expatriação de lucros e capitais, tratamento discriminatório do ponto-de-vista fiscal, de crédito e de mercado, elevada carga fiscal, etc. Evidência adicional é o significativo afluxo de capitais externos destinados à investimentos diretos na produção em vários setores da economia que recentemente tem aportado no Brasil, em que pese a incipiência do processo de estabilização e de abertura da economia.

Além de já ser um enorme mercado, o potencial de crescimento do mercado brasileiro é muito grande. E, acima de tudo, o mercado brasileiro é um mercado rico, embora uma parcela extremamente significativa da população do país viva em condições precárias.

Para se compreender e aceitar essas afirmações é necessário atentar para a distribuição de riqueza e renda do país e, por esse critério, segmentar o mercado brasileiro em pelo menos três estratos: **o mercado rico**, composto de cerca de 30% a 40% da população, isto é, um estrato de aproximadamente 50 a 60 milhões de pessoas, que movimenta cerca de US$ 320 a US$ 350 bilhões anualmente; **o mercado pobre**, formado por cerca de 40 a 50 % da população, isto é, 60 a 75 milhões de pessoas que detêm cerca de US$ 150 a US$ 170 bilhões por ano e **o estrato marginal**, estimado em cerca de 15% a 20% da população, isto é, cerca de 20 a 30 milhões de pessoas com nível de renda abaixo do limite de subsistência.

Óbvio que esses estratos não são segmentos estanques e existem importantes interações tanto do lado da demanda como do lado da oferta, mas explicam os absurdos contrastes que se verificam nos padrões de consumo do país. É possível, em dado momento, constatar-se demanda reprimida ou avidez no consumo de bens de alto luxo, convivendo com a mais absoluta miséria numa mesma cidade ou, ainda, ver o Brasil colocar-se entre os países de maior demanda por turismo internacional enquanto segmentos significativos da população tem dificuldade para absorver o custo do transporte diário para o trabalho.

Do ponto de vista prático porém, existe no país um dos maiores mercados de classe mundial, ávido e capaz de absorver, em quantidades relativamente muito grandes, praticamente qualquer produto consumido nos grandes centros internacionais. Paralelamente, ainda existe um mercado de renda não tão alto, mas ainda assim extremamente atraente, de cerca de US$ 150 bilhões por ano, que além de consumir produtos das grandes empresas, é a base de uma atividade produtiva regional e local que tem um peso muito grande na oferta de emprego.

O potencial de crescimento do mercado brasileiro, dentro de um modelo de desenvolvimento baseado nos novos balizadores político-institucionais, está associado, no prazo mais curto, à expansão de renda do "mercado rico", que reflete imediatamente os ganhos

do crescimento econômico do país, e aos significativos ganhos de renda auferidos pelo "mercado pobre" decorrentes da redução do imposto inflacionário propiciado pelo controle da inflação. No médio prazo, o crescimento pode se dar pela elevação sustentada da renda do "mercado pobre", possível pelo crescimento da economia e manutenção em níveis baixos das taxas de inflação, e pela incorporação de parcelas do "estrato marginalizado" ao mercado, que seria possível pela ação social do governo, principalmente em educação básica, saúde e segurança, e pela sustentação do crescimento econômico, através de reformas, que provoquem e mantenham o crescimento da atividade econômica e da oferta de emprego nos segmentos menos tecnificados do setor produtivo. No longo prazo, o potencial de crescimento do mercado está associado à sustentação do processo de crescimento econômico, com inflação baixa, a grandes investimentos sociais em educação e saúde, e talvez um projeto de imposto de renda negativo, que permitiria elevar a renda do "mercado pobre" e incorporar sustentadamente ao mercado o "estrato marginalizado".

Essas tendências, antes só conjecturadas como plausíveis, começaram se desenhar concretamente a partir de 1994, com o início do programa de estabilização econômica, e já, a partir de 1996, ganham contornos muito nítidos, confirmados por dados de várias pesquisas mostrando o crescimento, e alguma tendência à sofisticação, do consumo do "mercado pobre" e a ascensão de segmentos significativos do "estrato marginalizado" para o mercado de consumo. Os produtos alimentares e a agroindústria de alimentos estão no centro dessa reorientação do consumo.

Os números apresentados tem como objetivo dar idéia da ordem de grandeza do mercado e do seu potencial de crescimento, e são, portanto, aproximados. O que se busca mostrar é que um mercado dessa importância e com esse potencial de crescimento, ao se abrir, necessariamente, atrai o interesse das grandes corporações internacionais, tanto para investimentos em produção no país como para exportação de bens e serviços produzidos no exterior.

As empresas que tradicionalmente operam nesse mercado, seja em que segmento for, e particularmente a indústria de alimentos, devem esperar, portanto, um aumento significativo na competição. Para entender e avaliar sobre quem recairá o impacto desse aumento de competição é necessário procurar uma caracterização do consumidor, ou melhor, das classes de consumidores brasileiros, e dos seus fornecedores. Para esse documento, é relevante o consumidor de alimentos.

O Consumidor Brasileiro de Alimentos

Dadas as características de distribuição de renda do país, diversidade cultural, desequilíbrios nos níveis de informação e educação da população, além de contrastes climáticos e de outros de inúmeras origens, as necessidades, expectativas e desejos dos consumidores, no Brasil, apresentam tremendas variações. Isso é particularmente notável no mercado de alimentos.

Segmentos significativos da população de renda e níveis educacionais mais elevados, expressam demandas bastante sintonizadas com as tendências mundiais de qualidade, conservação ambiental, conveniências e praticidade, segurança e valor nutricional dos produtos alimentares. Nesses segmentos, cresce a demanda por produtos "in natura" com alto valor agregado de serviços póscolheita, produtos com processamento mínimo, produtos livres de agrotóxicos e outras contaminações, produtos conservados através de processos não químicos, de baixos teores calóricos, de colesterol e de sódio. Já se nota, ainda que de maneira incipiente, a preocupação com os impactos ambientais provocados pelas embalagens e pelos resíduos da agroindústria, que se evidência por alguns bem sucedidos projetos de

reciclagem e de aproveitamento econômico desses materiais. Esses segmentos formam nichos de mercado importantes e crescentes, pelos quais muitas empresas têm mostrado grande interesse, em razão da disposição que apresentam de pagar preços relativamente elevados em contrapartida às suas exigências. As empresas que atendem essa demanda apresentam investimentos significativos em qualidade e já se nota um grande aumento na competição por esse segmento do mercado, expresso pela queda relativa dos preços, aumento da diversidade de produtos oferecidos e crescimento nas áreas de exposição dos produtos na rede varejista.

Outros nichos de consumo, ainda de renda alta, são formados por consumidores menos preocupados com a qualidade nutricional dos produtos e os impactos ambientais do consumo, mas que demandam produtos finos de reconhecimento mundial, como queijos e vinhos renomados, condimentos e conservas final, molhos e "snacks", entre outros. Buscam produtos de alto valor agregado, principalmente em função de estratégias de marketing e de marcas, que os transformam em símbolos de consumo. Esse segmento tem apresentado demanda crescente e é responsável pela parcela mais significativa das importações de produtos alimentícios de alto valor e sofisticação mercadológica.

Os segmentos acima são importantes disseminadores de informações e formadores de opinião sobre qualidade de alimentos e começam a ter influência crescente sobre os processos de mudança dos padrões de consumo do mercado como um todo.

O grande mercado da indústria alimentícia no Brasil, porém, é dominado por consumidores da classe média, com nível de informação relativamente baixo. Seus padrões de consumo são influenciados, em maior grau, pelo marketing de massa, veiculado pela televisão, pelo rádio, outros instrumentos de mídia de massa e pelas técnicas de exposição dos produtos nos supermercados, e, em grau menor, com tempo de resposta relativamente lento, mas ainda de modo significativo, pelos de consumo dos grupos mencionados anteriormente. Esse grupo responde com relativa rapidez a preços e muito rapidamente a variações na renda. Com relação às características dos produtos que demandam, estão a conveniência no preparo, preocupação, já importante, com a segurança (inocuidade) dos produtos e com o excesso de calorias e, em plano secundário, com o teor de colesterol e certa preferência por produtos rotulados como "naturais".

Dentro desse grupo identificam-se subgrupos importantes, influenciados por costumes étnicos ou regionais, cuja demanda por alimentos tem significativas ligações com traços culturais específicos, e que além dos produtos da indústria de âmbito nacional, consomem produtos diferenciados, geralmente oferecidos por agroindústrias alimentícias de âmbito local ou regional.

Uma influência que deve crescer de importância nos próximos anos diz respeito à ação de entidades de proteção do consumidor, que trabalham levantando e disseminando informações sobre características de segurança e qualidade de produtos. No Brasil, essas instituições só agora começam a enfatizar o trabalho com alimentos. Se reproduzida aqui a experiência vivida em outros países, pode-se esperar uma aceleração substancial na mudança dos critérios utilizados pelos consumidores na avaliação de segurança e qualidade dos produtos alimentares, pois esses organismos tem mostrado uma grande eficiência na disseminação de informações e significativa influência na formação de opinião dos consumidores.

Uma característica importante do mercado de alimentos é a não aceitação de mudanças rápidas ou radicais na forma dos produtos. A modernização e as mudanças mais profundas, em busca de maior produtividade a qualidade, acontecem nos processos de

produção, na apresentação e embalagens dos produtos e nos processos gerenciais das empresas. As alterações no produto em si, tais como novas formulações ou outras mudanças nas características sensoriais, são operadas lentamente e com muito cautela.

Modernização do Mercado Varejista

O mercado brasileiro de alimentos é um enorme mercado que demanda produtos muito variados e que atrai o interesse de fornecedores de várias origens. Seu abastecimento se da principalmente através dos supermercados, que hoje assumem não só o papel de centros de comércio varejista, mas também o de principais irradiadores das tendências de consumo, além de determinarem uma série de características nos produtos para satisfazerem suas próprias necessidades de eficiência operacional e competitividade.

A concentração da população nas área urbanas, aliada à concentração do abastecimento de alimentos nos supermercados, são centrais na definição dos eixos de modernização e desenvolvimento de todo o sistema agroalimentar.

O que se observa, no nível mundial, é que a modernização do varejo começa pela intensificação do uso da automação, pelo menos no segmento moderno, cujo núcleo são as grandes cedes varejistas de supermercados, criando condições viáveis para o estabelecimento de relações diretas entre as cedes de varejo e a agroindústria de alimentos e os produtores agrícolas, em geral os de grande porte, reduzindo, portanto, a importância dos segmentos de intermediação e atacado no seu suprimento. A dimensão e a importância econômica dos segmentos intermediários e atacadistas de produtos agroalimentares, ao terem pelo menos parte de suas funções substituídas pelas novas tecnologias de informação na interface entre os grandes supermercados e a indústria de transformação de alimentos e pelo estabelecimento de canais de suprimento dos produtos agrícolas diretamente dos produtores, tendem, portanto, a diminuir. Paralelamente, a disseminação de lojas virtuais e pontos de telemarketing devem crescer para níveis significativos, em prazos médios.

A concentração do varejo agroalimentar nas grandes cadeias varejistas e o volume de informações que são adquiridas através do contato freqüente com os consumidores e, ainda, a capacidade de sistematiza-las e analisá-las oferecida pela moderna tecnologia de informação, estão consolidando o sistema de grande varejo no canal de entrada das informações sobre tendências de consumo e transformando as demandas do grande varejo na força de coordenação de todo o complexo agroindustrial. Essas tendências já ganham contornos mais nítidos no Brasil, Argentina e Chile e se fortalecerá rapidamente, no mesmo passo da integração das grandes empresas agroalimentares aos sistemas de informação e fornecimento automatizados aos grandes varejistas.

Como impactos no padrão tecnológico do sistema espera-se ciclos de desenvolvimento e de vida útil de produtos e serviços cada vez menores, sistemas de produção compactos e versáteis, automação e informatização intensa dos processos produtivos e intensificação do uso e de normas de padronização de identidade e qualidade de produtos e serviços.

Conforme se verifica, o comércio varejista tradicional perde espaço com o crescimento das grandes cadeias varejistas e perde espaço também para o comércio de conveniência, de menor escala, mas de alto valor agregado, representado pelas lojas de "fast-food", "delicatessen", sorveterias, cafés, docerias, etc., geralmente também organizadas em cadeias ou "franchising".

Para a produção agrícola e agroindustrial de pequena escala as implicações são importantes, na medida em que a adoção de automação, emprego de código de barras para identificação dos produtos, oferta de produtos em volume a amplitude de linhas de produção compatíveis com as escalas de operação das cedes varejistas passam a ser pré-requisitos fundamentais para se ter acesso a esses canais de comercialização.

Competição no Mercado Brasileiro de Alimentos

Considerando o processo de abertura do mercado brasileiro e o MERCOSUL, aliados aos atrativos que esse mercado oferece, pode-se prever que a agroindústria de alimentos do país estará exposta, no próximo decênio, a uma situação de competição inédita, que deverá provocar transformações profundas na estrutura do setor, com entradas de novos setores importantes, com efeitos marcantes no padrão tecnológico, no rearranjo das corporações sobreviventes e na redivisão de mercado. Os impactos dessas mudanças não se farão sentir de modo uniforme sobre toda a indústria, e é importante tentar antecipar como diferentes segmentos e setores deverão ser afetados.

O Brasil tem uma produção agrícola bastante diversificada e, conseqüentemente, inúmeras são as cadeias agroindustriais que se desenvolvem a partir de cada um dos produtos primários. Essas, cadeias não são estanques e desenvolvem interfaces e interações tanto físicas quanto econômicas. Assim, além das relações de substituição e complementaridade na cesta do consumidor, produtos diversos são movimentados pelos mesmos agentes e atravessadores, competem pelas mesmas estruturas de armazenagem, são processados pelas mesmas fábricas, etc. A competitividade de determinados setores da agroindústria, e de cada empresa em particular, depende, portanto, não só de sua própria produtividade e qualidade, mas também da produtividade e qualidade dos segmentos que a antecedem na cadeia e da maneira como se integram os componentes de um determinado sistema agroalimentar, incluindo toda a gama de serviços privado e serviços públicos que complementam e intervêm no sistema.

O subsistema de produção primária, que está na base de todo o complexo agroalimentar, tem um papel fundamental, nem sempre bem entendido, na competitividade e no desenvolvimento da agroindústria de alimentos. A caracterização desse papel, apresentada muito sucintamente a seguir, precede a discussão do subsistema agroindustrial de transformação.

A) O subsistema de produção primária

No Brasil, particularmente o segmento da produção agrícola, em razão da pouca exposição à competição externa, não foi suficientemente estimulado no sentido de alcançar níveis de produtividade e qualidade compatíveis com as necessidades de adequação e diferenciação de matérias-primas aos processos de transformação da agroindústria. É condição absolutamente necessária, embora por si só não suficiente, para a operação eficiente e competitiva do sistema agroalimentar a existência de suprimento adequado, em termos de qualidade, quantidade e custos competitivos, das matérias-primas agropecuárias e florestais utilizadas pelo sistema agroalimentar.

O conceito de qualidade aqui envolve adequação tecnológica aos processos e produtos com segmentos de transformação, incluindo atributos relacionados com a maximização da produtividade (e.g., teor adequado de sólidos para produtos destinados à operações de concentração, índice de dureza de grãos destinados à moagem, etc.) e da qualidade ("ratio" adequado entre acidez e sólidos solúveis para matérias-primas destinadas à indústria de sucos ou conservas, pungência e aroma em determinados condimentos ou

matérias-primas aromáticas, cor em matérias-primas destinadas à produção de molhos, etc.). Envolve, ainda questões relacionadas com a inocuidade das matérias-primas, por exemplo, garantia de que resíduos de agrotóxicos não ultrapassem limites legais de tolerância, ou que índices de contaminação microbiológica estejam dentro dos limites dal normal.

A questão das quantidades e dos custos competitivos está relacionada com a produtividade do setor primário, que por sua vez se relaciona com os materiais genéticos utilizados e as tecnologias empregadas nos sistemas de produção primários.

Só recentemente, impulsionado pela pressão da competição no segmento agroindustrial e pelo crescimento das importações de matérias-primas adequadas às necessidades da agroindústria, iniciou-se no país um processo de desenvolvimento tecnológico da agricultura com objetivos claramente qualitativos, ao qual está se seguindo um movimento importante de revisão dos sistemas de classificação e tipificação de produtos agrícolas, introduzindo critério de qualidade tecnológica. A partir desse movimento espera-se uma significativa transformação qualitativa da agricultura do país.

Dar resposta a essas demandas no tempo requerido exigirá um avanço considerável na aplicação de novos métodos de pesquisa, para encurtar os prazos de novos desenvolvimentos e diminuir os riscos de insucesso. A Biotecnologia e a Engenharia Genética surgem como instrumentos extraordinários para propiciar esses avanços, porém os investimentos e a massa crítica de pesquisadores nessas áreas e nas disciplinas correlatas precisariam ser incrementados substancialmente.

B) O subsistema da agroindústria de transformação

Considerando o setor agroindustrial propriamente dito, em cada segmento de uma mesma cadeia existe um número razoável de empresas que concorrem entre si e com os produtos importados, exibindo níveis bastante diversos de captação de recursos humanos, sofisticação tecnológica, tamanho, capacitação gerencial e estratégia empresarial. Em cada segmento e cadeia convivem empresas que empregam desde tecnologias artesanais até tecnologias de ponta, tanto na gestão quanto na produção.

Observa-se, por instância, que as empresas de micro e pequeno porte, empregando tecnologias tradicionais ou artesanais, atendem, em geral, estratos de consumidores de menor renda, em mercados locais ou regionais, oferecendo produtos de baixa sofisticação tecnológica ligados à cultura local. São produtos como farinha de mandioca, fubá, conservas caseiras típicas, canjica, para citar alguns exemplos. Nesse grupo também se inclui o conjunto de pequenas e microempresas, geralmente bem-sucedidas, que oferecem produtos ligados ao consumo de imigrantes e seus descendentes e produtores de produtos orgânicos, também operando em nível local ou microrregional. Empresas desse tipo praticamente não correm riscos de competição dos produtos importados, porém, enfrentam sérios riscos de verem seu mercado reduzido tanto pelo aumento quanto pela diminuição da renda dos seus consumidores. Em geral são importantes empregadores de mão-de-obra não qualificada.

As empresas médias e grandes, que atuam nos segmentos de mercado de maior renda, em âmbito nacional ou de grandes regiões, oferecem produtos mais sofisticados, do ponto de vista de processamento, embalagem e conservação, e menos ligados a cultura tradicional dos consumidores. Em geral utilizam tecnologias mais complexas, processos de produção automatizados, comercialização informatizada, gerência profissional e são menos intensivas em mão-de-obra. Por atingirem mercados mais rentáveis, esse grupo de empresas está mais sujeito ao risco da competição das importações.

Para enfrentar o aumento da competição, essas empresas têm acenado com estratégias defensivas, fortalecendo suas posições no mercado, através de fusões e aquisições, do aumento de produtividade, via modernização de plantas e importações de matérias-primas que melhor se adequam tecnologicamente aos seus processos de produção. Têm buscado, ainda, a redução de custos, pela reestruturação gerencial e redução do emprego de mão-de-obra, têm recorrido a ações políticas, visando redução da carga fiscal e criação de barreiras "anti-dumping", e implantado programas de reengenharia e de qualidade.

Quanto maior é o nível de sofisticação tecnológica dos processos e produtos e quanto maior é o valor agregado pela agroindustrialização a um determinado produto, mais competidores externos deverão ser atraídos para um determinado mercado. Portanto, o acirramento da concorrência deverá provocar uma rápida evolução tecnológica nos principais segmentos da indústria de alimentos dentro dos próximos 5 a 7 anos ,no Brasil aumentando a demanda por tecnologias mais sofisticadas em muitos segmentos do mercado. Nesses segmentos, espera-se, e já se observe, um decréscimo no emprego de mão-de-obra.

Por outro lado, em se concretizando um processo sustentável de crescimento econômico, com taxas de inflação baixas, espera-se que haja uma consolidação do processo de aumento de renda da população dos estratos sociais mais baixos. Como as mudanças nos hábitos alimentares são lentas, o aumento de renda nesses estratos deverá conferir sustentabilidade ao já observado substancial aumento na demanda por produtos da agroindústria local e regional, de micro e pequeno porte, que poderá sustentar um aumento na oferta de emprego por um longo período. Deve-se lembrar que esse segmento já é, hoje, responsável por mais de 70% do emprego no setor agroindustrial. Portanto é justificável pensar-se em projetos de assistência gerencial e tecnológica a esse segmento como um investimento social.

Em todo esse processo de transformação da agroindústria alimentar, a preocupação com a qualidade vem crescendo notavelmente, e o conhecimento detalhado dos consumidores está se tornando central, tornando-se já um investimento significativo em pesquisas de mercado e no desenvolvimento de novos métodos e tecnologias de avaliação das características e reações dos consumidores aos produtos ofertados. A demanda por tecnologias e aplicações nessa área, hoje restrita às empresas de gestão moderna e maior porte, deverá ser crescente e firme no horizonte do próximo decênio.

VII. Agroindustria Familiar

Uma vez visualizado o quadro mais geral da agroindústria de alimentos no Brasil, ainda que de uma maneira não exaustiva e bastante sucinta, cabe agora caracterizar a agroindústria familiar e tentar inferir estratégias para seu desenvolvimento.

Em primeiro lugar, o quadro notar que o estrato das pequenas e microagroindústrias não é absolutamente homogêneo, e é relevante a distinção entre a pequena e microagroindústrias urbana e a rural.

A agroindústria urbana de pequena escala, via de regra, surge de uma oportunidade de mercado identificada pelo empresário, na maior parte das vezes de maneira intuitiva, sem estudos e avaliações formais, em torno da qual ele organize seu empreendimento. Na maior parte das vezes, essa oportunidade se relaciona de alguma forma com sua esfera de conhecimento técnico, ou de algum de seus familiares, e é em torno desse conhecimento ("know-how") que ele planeja suas instalações e estrutura de produção. Um dos seus primeiros problemas é conseguir abastecimento de matérias-primas. A solução óbvia que se apresenta é recorrer às Centrais de Abastecimento, quando a empresa está localizada em um grande

centro urbano, ou a produtores vizinhos quando está localizada em áreas urbanas interiorizadas de menor porte. Pouca atenção é dedicada à questão da qualidade do produto, no sentido da segurança do consumidor, e à adequação técnica da embalagem e à apresentação geral do produto. Pelo fato, porém, de haver partido de uma oportunidade de mercado identificada, ainda que intuitivamente, às vezes a empresa consegue colocar bem seu produto. Estima-se que a taxa de sobrevivência dessas empresas esteja em torno de 5%.

Já a agroindústria rural se constitui, geralmente, a partir de duas motivações mais comuns. A primeira, e mais freqüente delas, e o aproveitamento de excedentes que o produtor não consegue colocar no mercado, seja por não atender aos padrões de comercialização ou por problemas de qualidade mais sérios, aos quais o produtor imagina poder dar destino econômico. A segunda motivação, também bastante freqüente, surge quando das conjunturas desfavoráveis de preço para sua produção agrícola e o produtor vê na agroindustrialização a maneira óbvia de lhe adicionar valor. O aporte tecnológico geralmente se origina da própria família do produtor ou do agente de extensão rural. Sofre também da pouca atenção dada à qualidade, embalagens e apresentação. Quando da comercialização enfrenta problemas mais sérios para colocar o produto, pois no mais das vezes as oportunidades de mercado não haviam sido levantadas. A taxa estimada de sobrevivência desses empreendimentos está em torno de 3%.

Como características comuns, tanto dessa agroindústria rural como daquela agroindústria urbana, são a taxa muito alta de informalidade, pouco aporte tecnológico e gerencial; pouca. capacidade para assimilar informações técnicas, gerenciais e mercadológicas e uma enfoque empresarial voltado para a produção. Em decorrência dessas características, têm pouca capacidade de adaptação às mudanças do ambiente econômico e muitas dessas empresas, mesmo aquelas que conseguiram sobreviver durante os períodos de relativa estabilidade do mercado, acabam sendo quebradas quando ocorrem mudanças acentuadas nas estrutura de oferta e demanda.

Como se buscou mostrar anteriormente, vive-se hoje um clima de acentuadas mudanças no Brasil, das quais a mais importante é o deslocamento do eixo .dos mercados em favor das exigências e preferências dos consumidores. Nessas condições, as chances de desenvolvimento e sobrevivência da agroindústria de pequena escala, seja urbana ou rural, organizadas de acordo com o padrão tradicional descrito acima (ainda que algo estereotipado), tornam-se muito pequenas.

Pela sua importância social, como forte geradora de empregos em um ambiente cada vez menos intensivo em mão-de-obra e como fator de interiorização, interessa, porém, crie condições para a constituição e o desenvolvimento da agroindústria familiar de pequena escala, seja ela urbana ou rural. Assim, discute-se a seguir os pontos mais relevantes relacionados à Gerencia, Tecnologia e Comercialização, que hoje criam obstáculos que devem ser superados para aumentar as probabilidades de sucesso e sobrevivência desses empreendimentos.

A) Gerência

Pelo fato dos empreendimentos de pequena escala ;disporem de poucos recursos, os gerentes da empresas – em geral, seu próprio dono e alguns familiares – polivalentes, atuando em várias funções, exercendo, no mais das vezes, papéis que vão do principal executivo até gerente e supervisor de vendas, de produção, de administração e finanças. Também não é raro os próprios gerentes sendo mão-de-obra de produção, administração e vendas.

Dada essa multitude de papéis, mais do que em grandes empresas, a capacitação do gerente dos pequenos empreendimentos é fundamental, pois em geral é a mesma pessoa que toma as decisões de cunho administrativo, tecnológico e comercial da empresa.

Conhecer e cumprir a legislação e normas que regulam a atividade, entender o mercado e as preferências e exigências do consumidor, definir padrões de qualidade e segurança do produto, decidir sobre sua apresentação e abrir canais de comercialização são questões que estão diretamente afetas a esse gerente, e da qualidade de suas decisões depende a sobrevivência e o sucesso da empresa.

É natural que raros sejam os gerentes das agroindústrias familiares que estejam capacitados em todos esses aspectos, principalmente quando se considera a complexidade que envolve a produção de alimentos, como a legislação e normas para registro de produtos e formalização das empresas, a prospecção e monitoramento dos mercados e do comportamento dos consumidores, as exigências em termos de capacitação da mão-de-obra para manipulação de alimentos em condições de higiene e segurança etc.

Talvez até mais importante do que as qualidades acima, porém, está a capacitação do gerente para analisar o ambiente econômico e os mercados a partir de uma perspective dinâmica, orientada para entender a evolução do seu consumidor, suas necessidades, suas preferências e suas expectativas no tempo, de forma que possa gerir sua empresa no sentido de adaptá-la e adequá-la para ser bem sucedida e sobreviver no horizonte de mudanças substanciais que já estão se operando e que, se antevê, prevalecerão nos próximos anos.

Existe, portanto, uma grande defasagem entre a capacidade gerencial atual e a necessária para possibilitar um aumento significativo nas taxas de sobrevivência das empresas agroindustriais de constituição familiar. Para diminuir essa defasagem, é óbvio, são necessários bons programas de capacitação desses gerentes.

A dificuldade maior, porém, não está na organização e oferta desses programas, o que por si só já não é uma tarefa fácil, mas sim, em, conseguir atrair essas pessoas, em números significativos, para se engajar nos programas de capacitação. A primeira razão é a exigüidade do seu tempo, e a segunda razão, tão importante quarto a primeira, é a baixa escolaridade dessas pessoas a inibição delas decorrente.

Muitas cessas pessoas, porém, têm um grande acervo de conhecimentos práticos sobre o seu mercado e seus mercados, e uma vez oferecidos a elas instrumentos, ainda que básicos, de análise e sistematização desses conhecimentos, o resultado é muitas vezes surpreendente. Transformar esse conhecimento e volume de informações já disponíveis nessas pessoas em capacidade gerencial depende fortemente da escolha dos instrumentos de análise que lhes podem ser passados e assimilados e, da adequação da linguagem (meios de comunicação) empregada.

Projetar programas e traçar estratégias para atrair essas pessoas, levando em consideração essas dificuldades, é tarefa para especialistas. Sua implementação, é porém, fundamental.

B) Tecnologia e qualidade

Os processos de surgimento e de desenvolvimento das agroindústrias de pequena escala, em geral, se apoiam no uso de tecnologias de baixa intensidade científica, de domínio público e, muitas vezes de caráter artesanal. Essas tecnologias, embora validadas pelo tempo, podem e devem ser otimizadas através de cuidados na sua aplicação e de processos de

aperfeiçoamento contínuo. Pela simplicidade das tecnologias em uso no segmento da agroindústria de pequena escala, os conhecimentos necessários para tanto, em sua absoluta maioria, estão disponíveis muitas vezes em textos básicos dos cursos de graduação de engenharia e tecnologia de alimentos. Poucos desses conhecimentos já disponíveis, porém, estão sendo aplicados na intensidade desejável e possível.

O padrão tecnológico da atividade produtiva é logicamente determinado pelo ambiente econômico que a circunda. Como se via anteriormente, o Brasil passa por um processo de mudança, que se pretende estrutural e, portanto, de longo prazo, que coloca o consumidor e as forças de mercado como centro sinalizador das atividades produtivas, favorecendo e estimulando a competição entre os responsáveis pela oferta de produtos e serviços. Nesse ambiente a produtividade, que permite produzir com menores custos e concorrer em preços, e a qualidade, que permite concorrer pela preferência dos consumidores, são questões chaves, e ambas estão significativamente relacionadas com a tecnologia empregada na produção.

No caso da agroindústria de pequena escala, existe uma série de problemas que consistentemente interferem na produtividade e na qualidade da produção. São eles: qualidade das matérias-primas, dimensionamento das linhas de produção e dos volumes produzidos, racionalização dos processos, higiene das pessoas e das instalações, consistência e uniformidade dos produtos, dificuldades para cumprir a legislação, dificuldades para aquisição de insumos e embalagens, dada sue escala de operação.

Os problemas com as matérias-primas decorrem de se buscar aproveitar excedentes da produção ou de se recorrer às Centrais de Abastecimento para seu suprimento. Em geral esses **produtos** são **produzidos** para fins de comercialização "in nature" e, desde os cultivares até os tratos culturais e ponto de colheita empregados na atividade, do planejados para tal fim. Raramente as características desse tipo de produção são as mais adequadas para maximizar a produtividade dos processos agroindustriais, tampouco suas características são as melhores para se obter produtos transformados com atributos ajustados às preferências dos consumidores. Além desses problemas mais óbvios, essas formas de abastecimento trazem grandes dificuldades para se garantir uniformidade e padronização do produto final, e também introduzem riscos quanto à própria garantia de suprimento nas quantidades necessárias. Dificilmente o consumidor moderno, que hoje tem acesso a produtos de muitas origens e continuamente assediado por inúmeros produtores, em disputa por parcelas do seu orçamento, se comprometerá com produtos e marcas sem uma identidade definida em termos de uniformidade e consistência dos seus atributos de qualidade. Igualmente, a rede varejista e os próprios consumidores não se contentarão com produtos, que mesmo sendo bons, não podem garantir que estarão disponíveis nos pontos de venda no momento em que são desejados ou procurados. Qualquer esforço para aumento de produtividade e de qualidade da produção agroindustrial deve, portanto, necessariamente começar para garantia de suprimento de matérias-primas de qualidade, que nesse contexto significa adequação tecnológica aos processos utilizados (produtividade) e aos produtos oferecidos (qualidade). Para que isso seja implementado, há necessidade de se implantar pelo menos um projeto mínimo para definição de especificações e monitoramento das características da matéria-prima que são utilizadas para empresas, independentemente do seu porte.

O aspecto seguinte, básico para a produtividade, portanto para a racionalização dos custos de produção, diz respeito ao adequado dimensionamento das linhas do volume da produção. Linhas sub ou superdimensionadas e excessos ou falta de produtos no abastecimento dos seus canais de comercialização implicam custos adicionais de mão-de-obra e de utilidades, custos financeiros adicionais com manutenção de estoques de insumos ou produtos acabados ou, ainda, no caso de subabastecimento, em receitas não realizadas e, mais grave, em oferecer espaços de mercado para os concorrentes ou para que o consumidor

busque outros produtos. Incorrer tanto em custos adicionais para produzir ou para tentar recuperar mercados perdidos significam perdas de produtividade e, portanto, de lucros. A freqüência e a intensidade dessas perdas têm colocado, não raramente, empresas, de outra forma promissoras, em crises sérias, às quais são mais suscetíveis as agroindústrias de pequeno porte, cuja disponibilidade de capital-de-giro e capacidade de investimentos para superar essas crises são pequenas.

A racionalização dos processos, com a qual o item anterior tem estreita relação, vai além da esfera propriamente de produção, para compreender também outros aspectos operacionais. E, igualmente, podem ter impactos significativos sobre a produtividade e a qualidade da agroindústria de pequeno porte. Nesse particular, um dos pontos importantes para racionalização dos processos é o "layout" das instalações. O "layout" adequado em uma planta agroindustrial tem como objetivo não só racionalizar a circulação de materiais e pessoas e, assim, evitar o uso excessivo de tempos e recursos nas operações de produção, mas principalmente evitar que produtos sejam contaminados ou recontaminados por patógenos e impurezas dentro do próprio processo de produção. Embora possa parecer óbvio, é bastante comum a ocorrência de contaminações em agroindústrias de pequeno porte pelo contato de produtos acabados com matérias-primas que ainda não entraram em processamento, com resíduos de processamento e com outros materiais com os quais jamais deveriam, e não precisariam, ter contatos se cuidados básicos na definição do "layout" das instalações tivessem sido tornados.

Outros aspectos importantes na racionalização dos processos operacionais da agroindústria de pequeno porte incluem planejamento da logística de distribuição e de controle de estoques. Os desperdícios de recursos em processos de distribuição mal planejados e não racionalizados, bem como o descuido com o planejamento de estoques, observa-se, provocam adições de custos importantes e, principalmente, falhas no abastecimento dos pontos de vendas. As estimativas dos custos envolvidos com essas e outras deficiências nas pequenas agroindústrias são raras e difíceis de se obter pois os próprios controles de custos dessas empresas, quando existem, são bastante incompletos. Esse é outro ponto de racionalização operacional para o qual se chama a atenção. De irrelevante em uma economia de altíssima inflação, como a que viveu o Brasil, o controle rigoroso de custos passa a ser de vital importância em uma economia de intensa competição e margens apertadas.

Tratando agora mais especificamente da qualidade, é relevante notar que para os produtos alimentares, diferentemente da maior parte de outros bens de consumo; é necessário conceituá-la, não só do ponto-de-vista da satisfação das preferências dos consumidores, mas também do ponto-de-vista da garantia de sua segurança ao consumir esses bens. Assim, vale a pena distinguir, para os produtos alimentares, a qualidade externa, relacionada com os atributos perceptíveis pelo consumidor no ato da compra ou do consumo do alimento, como sabor, aroma, cor, textura, "status", entre outros; e a sua qualidade intrínseca, relacionada com o grau de inocuidade do alimento, isto é, o grau de risco que pode representar para a saúde dos seus consumidores. Enquanto a avaliação dos atributos relacionados à qualidade externa estão perfeitamente sob controle do juízo do consumidor, as características de qualidade intrínseca fogem à sua capacidade de avaliação, e, no mais das vezes, o próprio conhecimento técnico-científico disponível em um dado momento é insuficiente para garantir que um alimento é absolutamente inócuo. As avaliações desses atributos, portanto, dependem de instalações de laboratórios e técnicas sofisticadas, de alto contendo científico, e tem sido constantemente revisadas conforme o avanço da ciência fornece novos elementos e evidências sobre o comportamento de substâncias presentes nos alimentos. Sob esse ângulo, portanto, a escolha de um determinado produto, em detrimento do seu concorrente, é um voto de confiança do consumidor, acreditando que o fabricante do produto está envidando todos os esforços para, dentro do conhecimento disponível, garantir a inocuidade e sanidade dos seus produtos. Como

discutido anteriormente, apenas uma elite de consumidores interpreta o ato de consumo dessa forma, mas essa consciência está crescendo rapidamente. Por sua vez, os produtores que realmente se empenham em oferecer essa garantia tem despendido grande esforço em recursos de "marketing" para disseminar essa consciência.

A consolidação dessa tendência deve fazer com o ato de consumo tenha um componente menor de confiança e um componente maior de garantia da qualidade intrínseca dos produtos da agroindústria alimentar, sem fazer distinção entre a pequena e a grande agroindústria. Essa demanda por mais garantias põe pressão para uma ação regulatória mais restritiva, por parte dos órgãos normalizadores da saúde e da agricultura, e também oferece oportunidades mercadológicas para os produtores que se adiantarem no atendimento dessas expectativas.

As grandes empresas, que dispõem de capacidade gerencial e instrumentos operacionais mais sofisticados, estão fazendo investimentos significativos na implantação e operação de sistemas de garantia dessa qualidade intrínseca dos alimentos, na certeza de que esses investimentos trarão retornos não apenas nas suas operações de mercado externo, mas também no fortalecimento de suas posições no mercado interno. Nesse particular, um grande número de empresas já tem implantado e estão operando sistemas de Boas Práticas de Fabricação (BPF) e de Análise de Riscos e Pontos Críticos de Controle (HACCP).

Torna-se mais que oportuno, portanto, disseminar e apoiar a implantação desses sistemas de garantia de qualidade junto à agroindústria de pequena escala, adaptados aos recursos a elas disponíveis. Também é parte imprescindível desse processo de dar as garantias de qualidade, que o consumidor cada vez mais deverá exigir, a constituição formal da empresa. Mecanismos institucionais para apoiar os produtores, para fazer frente às formalidades técnicas e burocráticas envolvidas com a formalização de seu empreendimento e registro de seus produtos, podem ser montados com o apoio das universidades, institutos de pesquisa, escolas técnicas e outros órgãos governamentais e não governamentais de apoio ao desenvolvimento.

A análise aqui apresentada buscou tão-somente levantar os aspectos tecnológicos e de qualidade mais relevantes, entre outros observados com menor freqüência, mas não menos significativos, que parecem contribuir com maior peso para as dificuldades de sobrevivência da agroindústria familiar.

Do ponto de vista dessa análise, porém, importa ainda abordar os problemas de comercialização, que, sem dúvida, são um grande gargalo no desenvolvimento da pequena empresa de alimentos.

C) Comercialização

O principal elemento do Marketing empresarial, entendido como uma estratégia global de integração da empresa e seus produtos ao mercado, é a comercialização. Em acordo, todos os esforços de gestão e produção do negócio devem ser dirigidos pela estratégia de integração ao mercado. O primeiro passo dessa estratégia, portanto, é conhecer o mercado - condicionantes, consumidores, concorrentes e canais de comercialização. Daí a preocupação, nesse documento, de, ainda que de maneira bastante geral, caracterizar o mercado de alimentos no Brasil. O passo seguinte seria organizar a empresa e sua produção em torno dessas informações. Por último, há que tratar de conseguir espaços nos canais de comercialização e se expor aos consumidores. Esse é o tema dessa seção.

O processo de exposição do produto aos consumidores, além da exposição física, implica no fornecimento de informações que possam subsidiá-lo ou induzi-lo, momento da compra, a preferir o produto de uma determinada empresa em detrimento do seu concorrente. Os mecanismos para fazer a informação chegar ao consumidor são inúmeros mas um dos mais importantes é a embalagem. Esse meio de informação e atração do consumidor, objeto de significativos investimentos tecnológicos e de "design" por parte das grandes empresas, e, em geral, tratado de maneira secundária pela agroindústria de pequena escala. Igualmente, é tratado de maneira secundária pelas agências de apoio e fomento ao desenvolvimento da agroindústria. Ainda mais grave, porém, do que desperdiçar esse meio de informação, é tratá-la de modo a tornar o produto relativamente menos atrativo, o que se observa também com preocupante freqüência. Investir na embalagem, tanto como meio de proteção do produto, como meio de informação e atração do consumidor, é uma das principais mudanças a que devem ser induzidas e apoiadas as pequenas agroindústrias, em especial quando se considera os custos dos demais meios de comunicação com o consumidor. A questão seguinte, agora relacionada com a rotulagem, está na necessidade de oferecer mecanismos de apoio para que a pequena agroindústria possa cumprir as normas e exigências legais sobre o conteúdo informativo mínimo que deve constar dos rótulos. Muitas dessas empresas, hoje, apresentam produtos com rotulagem em desconformidade com as exigências legais e não teriam como cumprir as normas regulatórias sem apoio técnico.

Somando-se à série de obstáculos enfrentados pela agroindústria de pequena escala, está a dificuldade crescente de acesso aos canais modernos de comercialização. Com a concentração da população nas áreas urbanas e o encolhimento dos canais tradicionais de varejo, e o grande crescimento dos supermercados como equipamento concentrador das vendas de alimentos, cresceram as dificuldades de acesso da pequena agroindústria com respeito á comercialização:

Uma das primeiras, dificuldades que se enfrenta e a de se adequar à legislação que regulamenta as vendas interestaduais, com níveis de exigências maiores em termos de instalações, inspeção e obrigações fiscais. A questão seguinte é atender às exigências dos supermercados, com respeito à amplitude das linhas de produtos e, nos mais modernos, a identificação dos produtos com códigos de barras. Essas exigências, ditadas pelos supermercados para viabilizar o relacionamento direto com fornecedores e a automação dos seus serviços, na busca de redução de seus próprios custos, podem implicar para as pequenas agroindústrias custos bastante altos, relativamente à sua escala de produção, no caso dos códigos de barra, e na necessidade de superar limitações tecnológicas ou gerenciais importantes no caso de necessitar ampliar suas linhas de produtos ao nível do exigido. Muitas vezes superar essas condições exigiria estabelecer parcerias com outras pequenas empresas, e aí novamente se depara com necessidade de mudanças de posturas e práticas gerenciais correntes. Superadas essas exigências, outras, relacionadas à velocidade de giro do produto e adequação das embalagens às gôndolas de exposição, devem também se satisfeitas.

Nos supermercados, a concorrência é maior e o dinamismo para introduzir inovações que possam continuamente diferenciar seus produtos e manter a velocidade de circulação do estoque passam a ser as preocupações da pequena agroindústria para manter o espaço de venda.

A alternativa para a comercialização nos supermercados seria a busca de nichos específicos de mercados ou os mercados locais, de menor volume, menor pressão da concorrência, porém oferecendo menores oportunidades a potencial de crescimento para as empresas.

VIII. Conclusões e Observações Finais

Essa análise foi apresentada com o objetivo de colocar na devida perspectiva as possibilidades e os óbices que devem ser enfrentados para se apoiar e fomentar o desenvolvimento agroindustrial.

A agricultura familiar, per se, se centrada na produção de "commodities", oferece poucas oportunidades de sustentação do produtor, principalmente num ambiente de economia aberta à competição dos produtores de classe mundial. Como alternativas para possibilitar a sobrevivência da produção familiar pode-se considerar a produção agropecuária mais intensiva em mão-de-obra e de maior valor agregado, adequada à produção em pequena escala. Ou pode-se pensar na verticalização da produção, via agroindustrialização, sempre recomendada pelo senso comum.

Essa opção, entretanto, envolve também enfrentar competição intensa, em um mercado complexo e com peculiaridades que precisam ser bem entendidas e exploradas estrategicamente para que os empreendimentos sejam bem sucedidos.

Da mesma forma que o próprio empresário da agroindústria familiar tem uma visão orientada basicamente para a organização da produção, o enfoque da maior parte dos projetos e programas de desenvolvimento da agroindústria de pequena escala tem sido bastante concentrado no apoio ao investimento e na assistência tecnológica para a produção, com muito menor ou nenhuma ênfase dada ao apoio da capacitação gerencial ou a busca de soluções para os gargalos da comercialização. Considerando que a concretização do valor adicionado pelo aporte tecnológico e a gestão só se dá se a comercialização se realiza, talvez a efetividade desses projetos e programas desenvolvimentistas para a agroindústria, medidos pelo número de taxa de sobrevivência das agroindústrias familiares instaladas, pudessem ser muito aumentada se implementado com um enfoque no mercado, com igual ênfase na assistência e financiamento para capacitação gerencial, para capacitação tecnológica e qualidade e para a comercialização.

(*) Pesquisador da Embrapa/CTTA.

O MERCADO MUNDIAL DE ALGODÃO

Carlos A. Valderrama Becerra [1]

Introdução

O mercado mundial de algodão tem experimentado mudanças dramáticas nas últimas cinco décadas. O consumo do produto mais que duplicou, passando de 7,6 milhões de toneladas em 1950/51 para 19,2 milhões em 1996/97. O processamento industrial da fibra de algodão rapidamente se concentrou nos países em desenvolvimento. Enquanto em 1950/51, 28% do consumo industrial do algodão se concentrava nos países em desenvolvimento, em 1996 está parcela aumentou para 75%. A produção de algodão aumentou com o consumo e enquanto em 1950/51 o algodão era produzido em 47 países, em 1996/97, existem 68 países produtores. Sem dúvida, os ganhos na produção devem ter sido resultado dos ganhos em rendimento, com aumentos de uma média mundial de 233 quilogramas por hectare em 1950/51 para 579 quilogramas em 1996/97. A área mundial dedicada ao plantio de algodão tem flutuado desde 1950/51 entre 2,2% e 2,6% da terra arável mundial.

A produção de algodão pode ser intensiva em capital ou em trabalho, permitindo que a fibra seja produzida em diversos países com diferentes dotações de recursos. Geralmente, produções mais intensivas em capital trazem maiores rendimentos. No entanto, para alcançar rendimentos mais altos, mais importante que o capital e o entendimento do mecanismo de crescimento das indústrias algodoeiras e a sua reação às diferentes condições de desenvolvimento. Novas tecnologias foram desenvolvidas nos últimos cinqüenta anos, contribuindo para aumentar os retornos da produção de algodão, e, assim, aumentar rendimentos e melhorar as características físicas da fibra tanto na estrutura de produção intensiva em capital quarto na estrutura intensiva em trabalho. Por exemplo, fertilizantes sintéticos, introduzidos nos anos cinqüenta, melhoraram deficiências do solo, o uso de inseticidas aumentou durante os anos sessenta e setenta, minimizando a perda de frutos devido aos insetos. Assim sendo, aumentaram os rendimentos (a introdução de produtos químicos como piretiróides contra minhocas em muitos países desde os anos setenta é especialmente significante).

Como o progresso tem silo dramático desde os anos cinqüenta, o mercado mundial de algodão confrontou-se com uma série de desafios durante os anos noventa. O consumo de algodão estagnou entre 1987/88 e 1995/96 em cerca de 18,5 milhões de toneladas e a produção nos anos noventa não tem. respondido tão rapidamente quarto no passado aos preços favoráveis.

Em 1990/91, o algodão era a inveja dos outros produtos agrícolas no mercado de commodities. Enquanto o preço da soja, milho, trigo e outros produtos competitivos estavam em um ciclo de declínio, o preço do algodão estava 14% acima da média de preços de longo prazo pelo segundo ano. A despeito do colapso da economia no Leste Europeu e da antiga União Soviética, com o declínio do consumo de algodão nesta região, o consumo ainda se manteve alto e a queda no consumo mundial foi pequena. Além disco; o preço do algodão foi mantido em 1990/91 pela diminuição das exportações do algodão produzido nas repúblicas da

antiga União Soviética na Ásia Central, uma vez que a capacidade para transportar o algodão para os compradores estrangeiros ainda não estava desenvolvida.

Virtualmente, todo o mercado de commodities foi abalado nos anos noventa pela dissolução da União Soviética. Mudanças lentas de consumo, produção e mercado no Leste Europeu e na antiga União Soviética, contribuíram de modo importante para a tendência decrescente nos preços das commodities. Outros fatores reduziram os preços no início dos anos noventa, como a recessão no início da década e a oferta abundante de certos produtos agrícolas. O índice do Fundo Monetário Internacional para produtos não-combustíveis, caiu 8% entre 1988 e 1990 e mais 5,7% em 1991.

Para o mercado de algodão, o impacto do colapso na economia do Leste Europeu e da antiga Unido Soviética começou em 1991/92. A oferta de algodão não exportado da Ásia Central e os estoques acumulados da antiga União Soviética, tornaram-se disponíveis no mercado internacional. O consumo industrial de algodão, no Leste Europeu e na antiga União Soviética, caiu 786 mil toneladas entre 1989/90 e 1991/92, e os estoques aumentaram 550 mil toneladas durante o mesmo período. Exportações dos países que formavam a antiga União Soviética para o resto do mundo aumentaram de 327 mil toneladas, ou 6% das exportações mundiais, em 1990/91 para 1,8 milhão de toneladas ou 30% das exportações mundiais em 1991/92. Outras mudanças nos fundamentos dos mercados, isto é, mudanças na oferta e demanda, contribuíram com outros cinco centavos de declínio e foram resultado do aumento das exportações líquidas para a China Continental e aumento na produção mundial em virtude dos preços relativamente altos durante as duas safras anteriores. Os outros dez centavos de queda, devem-se aos arranjos do tipo troca de produtos feitos nas recém-formadas repúblicas da Ásia Central; que permitiram a oferta de algodão a preços mais baixos do que os normalmente esperados e a resposta de outros importantes países produtores e exportadores às novas condições de mercado, reforçados pelos subsídios existentes.

Em 1992/93, a média de preços caiu mais cinco centavos, alcançando 58 centavos por Libra. Como resultado da queda nos preços, a produção mundial caiu 2,7 milhões de toneladas em 1992/93 e 1 milhão de toneladas em 1993/94 atingindo 16,9 milhões de toneladas. Com o consumo em cerca de 18,5 milhões de toneladas, os estoques mundiais caíram e os preços responderam, alcançando a média de 94 centavos por Libra na safra 1994/95, um alto recorde. Entretanto, a resposta da produção aos preços mais altos tem sido menor que o normal, devido a problemas climáticos e pestes nos principais países produtores e à falência do setor algodoeiro em diversos países em desenvolvimento, como resultado de um período de preços baixos entre 1991 e 1993, o período mais longo de preços baixos da história recente. Isso é particularmente verdade para a América Latina, onde o setor algodoeiro tem um mercado mais livre e sem programas governamentais de subsídios.

O consumo de algodão parece ter entrado em um novo período de crescimento em 1996/97. O consumo de algodão aumentou 1,9% para atingir 19,2 toneladas em 1996/97. Esse aumento foi o primeiro a ultrapassar a média de 18,2 milhões para 18,8 milhões de toneladas no qual o consumo tinha flutuado desde 1986/87. A produção mundial estava acima do consumo em 1996/97. No entanto, a realização geográfica dos estoques mundiais e a produção escassa tem mantido os preços acima da média.

Os preços mundiais do algodão, como medido pelo índice Cotlook A, têm flutuado nesta safra entre 82 e 77 centavos por Libra, uma média ainda 3 centavos acima da média de preços de 1973. Os preços correntes descrevem uma oferta relativa escassa no mercado mundial. A produção mundial aumentou de 16,9 milhões de toneladas em 1993/94 para 20,2 milhões de toneladas em 1995/96, mas caiu em 1996/97 para 19,5 milhões de toneladas e deve atingir 20,0 milhões de toneladas em 1997/98. Com o consumo mundial aumentando para

19,5 milhões de toneladas (estimadas), o estoque mundial de algodão terá um aumento de 500 mil toneladas, alcançando 9,8 milhões até o final de 1997/98 aproximadamente. Desde 1994/95, os estoques mundiais têm aumentado o suficiente para abaixar a média de preços recorde de 94 centavos por Libra registrado em 1994/95 para 86 centavos em 1995/96 e 79 centavos em 1996/97. De qualquer modo, os preços não experimentaram mais preços para baixo porque a maior parte do aumento no estoque aconteceu na China Continental, enquanto os estoques de fora da China, estimados em 5,2 milhões em 1º de agosto de 1997, são 56% dos estoques mundiais, o mais baixo nível já registrado fora da China. Espera-se que os níveis correntes de preços, mantenham a produção mundial crescendo acima do consumo durante os próximos dois anos e espera-se que os estoques aumentem para 9,5 milhões de toneladas em 1997/98 e declinem para 9,7 milhões de toneladas em 1998/99.

Como resultado, a média do índice COTLOOK A ficará em 79 centavo. por Libra em 1997/98 e 75 centavos em 1998/99.

Demanda

Enquanto o mercado têxtil mundial se recuperava completamente da recessão de 1991-93, a uma taxa média anual de crescimento em 2,6% entre 1993 e 1996, o consumo mundial caiu 100 mil toneladas entre 1992/93 e 1995/96, atingindo 18,6 milhões de toneladas. Como resultado, os ganhos do mercado algodoeiro caíram 2,6%, de 48,2% em 1993 para 44,7% em 1996. Cada queda no mercado tem sido principalmente o resultado dos altos preços relativos do algodão em relação às outras fibras têxteis e a uma gradual redução nos investimentos para a promoção da atividade algodoeira em um bom número de países.

A despeito da perda recente de mercado, o consumo mundial de algodão retomou o crescimento a longo prazo em 1996/97 aumentando 3% para atingir 19,2 milhões de toneladas. Como os maiores obstáculos para o incremento do consumo de algodão tem sido superados, espera-se que o consumo continue crescendo durante as próximas duas safras. Aumentos no consumo estão acontecendo com o desenvolvimento rápido do crescimento da economia mundial. O produto mundial expandiu 4% em 1996 e é esperado um aumento em taxas similares nos próximos dois anos. Além disso, as projeções da ICAC sugerem que o consumo mundial em nível de consumidor final alcançara 20,4 milhões de toneladas no ano 2000 e 22,2 milhões de toneladas em 2005.

Uma característica importante do atual mercado algodoeiro mundial é a interrupção da queda no consumo industrial de algodão, experimentada desde 1989 no Leste Europeu e na antiga União Soviética. Quedas drásticas no consumo desde 1989, nesses locais, impediram que o consumo de algodão e de têxteis alcançasse um maior crescimento nos anos noventa. O consumo de algodão nesses países em 1995/96 foi de 750 mil toneladas, menos de um terço do nível de consumo de 1989/90. Caso o consumo industrial de algodão tivesse permanecido nos níveis de 1989/90, o mundo poderia estar consumindo 21 milhões de toneladas de algodão. O consumo industrial de algodão no Leste Europeu e na ex-União Soviética aumentou timidamente para 763 mil toneladas em 1996/97, o primeiro aumento desde 1989/90, e espera-se que continue a crescer nos próximos dois anos. A reversão da tendência de queda foi o resultado de uma reviravolta nas condições de produção na indústria têxtil/algodoeira na Rússia, que em 1996/97 somou 26% do consumo industrial de algodão nessa região. Dados do Ministério da Economia da Rússia mostram um aumento de 28% na produção de fio no país nos primeiros seis meses de 1997, comparados com o mesmo período de 1996. Portanto, quedas no consumo no Leste Europeu e na ex-União Soviética não compensarão aumentos em outros lugares do mundo este ano, como aconteceu em 1989/90 e 1995/96.

O consumo industrial de algodão em países industrializados caiu 200 mil toneladas, alcançando 3,9 milhões de toneladas em 1995/96. Um aumento de 64 mil toneladas em 1996/97 refletiu a recuperação nos Estados Unidos, onde o consumo industrial de algodão caiu durante o ano anterior, devido à oferta limitada. Com exceção da Austrália, Bélgica, Portugal, Espanha e Estados Unidos, houve quedas em todos os outros países industrializados. Os preços relativamente altos e as quedas no consumo final têm levado as indústrias têxteis, nos países industrializados, a diminuir os níveis de produção desde 1994/95. Quedas no consumo final de algodão não aconteceram apenas porque a produção têxtil doméstica estava comprometida, uma vez que as importações líquidas de têxteis dos países industrializados caíram em 1996 pela primeira vez em seis anos. Espera-se que o consumo industrial de algodão nos países industrializados continue caindo lentamente durante os próximos anos até atingir 3,8 milhões de toneladas em 1999/00 e 3,7 milhões em 2002/03.

Nos Estados Unidos, o consumo industrial de algodão aumentou a uma taxa média anual de 4,7% entre 1980 e 1995, alcançando 2,4 milhões de toneladas em 1994/95. O consumo caiu 100 mil toneladas em 1995/96 como resultado de uma oferta limitada e de um baixo crescimento, mas aumentou para 2,4 milhões em 1996/97. Dez anos atrás, quase todos os analistas nos Estados Unidos concordavam com as projeções do país para a metade dos anos noventa, mostrando estabilidade ou declínio do consumo industrial, mas ninguém previu o aumento de 100% que aconteceu entre 1985/86 e 1994/95. Esse sucesso é resultado de vários fatores. A indústria americana diminuiu os custos e melhorou a qualidade ao investir em novas tecnologias e, mais importante, a preferência dos consumidores americanos por algodão tem aumentado muito. De fato, de acordo com uma pesquisa da ICAC, os Estados Unidos têm sido o único país, onde o mercado de algodão não tem sido fortemente afetado pelos altos preços relativos e espera-se que o consumo continue a crescer nos próximos dez anos. Enquanto os programas de promoção do algodão nos outros países têm sido fortemente reduzidos ou abandonados desde 1990, investimentos na promoção do algodão nos EUA mais que duplicaram entre 1986 e 1994. De qualquer modo, a indústria têxtil algodoeira americana pode ter entrado num período de estabilidade, com aumentos nas importações, principalmente do México e Canadá, os outros dois membros do NAFTA, apresentando maiores aumentos no consumo final. Com altos volumes de importação entrando no mercado americano, a demanda por produtos americanos tem expandido nos mercados exportadores. Exportações de produtos têxteis dos Estados Unidos aumentaram de 664.800 toneladas em 1990 para 1,3 milhão de toneladas em 1995 e 1,5 milhão de toneladas em 1996. Durante o primeiro semestre de 1997, as exportações americanas de produtos têxteis aumentaram 20%, comparativamente ao mesmo período de 1996.

A situação da indústria têxtil na Europa Ocidental continua mostrando sinais de deterioração. O consumo de algodão das indústrias caiu nos últimos dois anos, 88 mil toneladas, atingindo 1,2 milhão de toneladas em 1996/97. A estagnação da demanda doméstica em muitos países europeus explica parte do declínio do consumo de algodão das indústrias (o consumo para uso final do algod1o caiu 40 mil toneladas entre 1994 e 1996). Outros elementos que explicam a queda no consumo de algodão das indústrias são os altos custos trabalhistas e exigência de moedas fortes, que têm melhorado grandemente a competitividade das importações de países como Turquia, Índia e Paquistão (apesar do aumento na balança comercial dos produtos têxteis de algodão relativo a 1995, as importações líquidas de produtos de algodão no Leste da Europa aumentaram 50 mil toneladas entre 1994 e 1996). É esperado um declínio no consumo de algodão das indústrias da Europa Ocidental de 1,1 milhão de toneladas em 1999/2000.

Igualmente, no Japão, o consumo de algodão das indústrias continua caindo. Em 1996/97 foi de 300 mil toneladas, menos da metade do nível de consumo de 1990/91, e espera-se que caia para 250 mil toneladas em 1999/2000.

Nos países em desenvolvimento, o consumo de algodão das indústrias aumentou de 14 milhões de toneladas em 1995/96 para 14,5 milhões de toneladas em 1996/97, um aumento de 3,6%. O maior aumento aconteceu na Ásia, onde o consumo de algodão das indústrias aumentou 225 mil toneladas para alcançar 10,9 milhões de toneladas em 1996/97. 0 segundo maior aumento aconteceu no Oriente Médio e Europa, com 12 mil toneladas de consumo adicional, seguido pela América Latina e Caribe(118 mil toneladas) e África (18 mil toneladas). Espera-se um aumento no consumo industrial de algodão, nos países em desenvolvimento, para 1997 e para os próximos dois anos a uma taxa média anual de 2%, atingindo 15,3 milhões de toneladas em 1999/2000 e 16,5 milhões em 2002/03. Espera-se que os aumentos continuem nas regiões que possuem países em desenvolvimento.

O consumo industrial de algodão na China (continental), o maior país beneficiador de algodão do mundo, tem flutuado durante os últimos doze anos, entre 4,1 e 4,6 milhões de toneladas e desde 1992/93 tem permanecido no limite superior da média de flutuação. As reduções no consumo industrial de algodão durante os anos oitenta foram resultado da reestruturação da indústria de tecelagem planejada pelo governo chinês. Espera-se que o consumo industrial chinês de algodão permaneça em 4,5 milhões de toneladas durante os próximos anos, mas há o fato de que a indústria têxtil chinesa tem aprendido muito sobre as fibras sintéticas. De acordo com uma recente pesquisa daquele governo, os consumidores chineses preferem produtos de puto algodão. A pesquisa sugere que enquanto 50% dos consumidores preferem produtos com 100% de algodão, 21,3% preferem as fibras sintéticas. A despeito da demanda dos consumidores, aumentos nos custos totais tem levado a indústria têxtil a aumentar a produção de algodão misto e de fibras sintéticas nos últimos anos. O algodão permanece como a mais importante matéria-prima Para a indústria têxtil chinesa, mas a produção doméstica imprevisível tem criado situações de escassez na oferta do país. Como resultado, o preço pago pelas indústrias tem sido maiores que os preços internacionais desde 1993, comprometendo a lucratividade e o crescimento da indústria têxtil.

Na Índia, o segundo maior país beneficiador de algodão do mundo, o consumo indústria continua aumentando a taxas bem acima do crescimento do consumo mundial. Enquanto o nível mundial de consumo indústria de algodão aumentou 1,9%, o consumo na Índia aumentou 8%, alcançando 2,7 milhões de toneladas em 1996/97. A demanda por produtos têxteis indianos tem sido mantida, principalmente, pela grande quantidade de exportações, em particular, exportações de fios de algodão que, estima-se, cresceram de 262 mil toneladas em 1995 para 402 mil toneladas em 1996. As exportações totais de produtos têxteis de algodão tiveram um aumento de 200 mil toneladas em 1996. Aproveitando-se dos custos de produção relativamente baixos, as exportações indianas tem crescido em outros mercados asiáticos, particularmente na China (Hong Kong), Taiwan, Coréia e Bangladesh. Além disco, há planos de se promover exportações para os Estados Unidos, Canadá e México, assim como para os países da América Latina. Outra vantagem da indústria têxtil Indiana é a disponibilidade do algodão no mercado doméstico. Espera-se que o algodão permaneça uma cultura lucrativa na Índia e que os aumentos de produção nas próximas duas safras possam suprir as necessidades da indústria têxtil. Estima-se que o consumo industrial de algodão na Índia aumente a uma média anual de 4% para alcançar 3 milhões de toneladas em 1999. Caso o consumo industrial de algodão continue crescendo, às taxas médias registradas durante os anos noventa, o país irá beneficiar 5 milhões de toneladas de algodão em 2005/06 e irá desbancar a China (continente) da sua posição de maior país beneficiador de algodão do mundo.

O consumo industrial de algodão no Paquistão caiu 70 mil toneladas, chegando a 1,5 milhão de toneladas em 1996/97. A competitividade do setor têxtil paquistanês tem sofrido o impacto, desde 1993, da queda da safra de algodão, que tem sido afetada por doenças. No

entanto, a área dedicada ao cultivo de algodão aumentou e os agricultores têm aprendido a lidar com o vírus da folha crespa, a principal doença que atinge o algodão no país desde 1993. A produção de algodão esperada para as próximas duas safras é de 1,9 milhão de toneladas, um nível abaixo do recorde de 2,2 milhões de toneladas registrado em 1991/92, mas acima de 1,4 milhão de toneladas registradas em 1993/94. Com a produção a um nível de 1,9 milhão de toneladas, a oferta de algodão aumenta evitando que a indústria têxtil paquistanesa precise de recursos para importar algodão. Apesar dos altos preços no mercado doméstico, o Paquistão apresenta custos baixos na produção de algodão e a oferta doméstica deve alcançar a taxa média anual de crescimento de 2,7% do consumo industrial em 1997/98 e durante os próximos dois anos, atingindo 1,7 milhão de toneladas em 1999/00.

Na Turquia, o consumo industrial de algodão aumentou 10%, atingindo 991 mil toneladas em 1996/97. Como na Índia, a indústria têxtil na Turquia tem se beneficiado da disponibilidade do algodão no mercado doméstico e expandido rapidamente as exportações de produtos têxteis. As exportações na Turquia tem sido beneficiadas, também, pela rápida desvalorização da moeda doméstica (a lira) em relação ao dólar. Em 1994, um dólar equivalia a 38,726 liras e em 1996 um dólar equivalia a 107,775 liras. Espera-se que o consumo industrial de algodão na Turquia aumente a uma taxa média anual de crescimento de 5,2% em 1997/98 e nos próximos dois anos, atingindo 1,2 milhão de toneladas em 1999/2000.

Oferta

Como resultado dos preços terem alcançado altas históricas em 1994/95, a produção mundial de algodão aumentou e chegou a 20,2 milhões de toneladas em 1995/96. Os altos preços fizeram com que a área dedicada ao cultivo de algodão aumentasse para 35,5 milhões de hectares, a área mais alta registrada desde 1952/53. Os preços têm caído desde 1994/95, mas a média vem se mantendo acima de 79 centavos. Apesar dos preços relativos altos, a produção mundial caiu para 19,5 milhões de toneladas em 1996/97. Para efeito de comparação, com preços médios de 82 centavos em 1990/91 e 1991/92, a produção mundial alcançou 20,7 milhões de toneladas. A área mundial dedicada ao plantio de algodão caiu 2 milhões de hectares, chegando a 33,6 milhões em 1996/97, mas a combinação de problemas climáticos e o aumento da dificuldade em conter as pragas em muitos países têm feito com que a safra mundial flutue entre 570 e 590 quilogramas por hectare desde 1994/95. As safras mundiais têm aumentado quase sem parar, a uma taxa de cerca de 8 quilogramas adicionais por hectare ao ano, desde 1950/51. Durante os anos oitenta, as safras mundiais aumentaram de 410 quilogramas por hectare em 1980/81 para 550 quilogramas em 1989/90. Nos anos noventa, entretanto, a produtividade estagnou.

Outro fator que contribui para uma produção deficiente foi a concentração da produção nos países nos maiores. A China (continental), os Estados Unidos, a Índia, o Paquistão, o Uzbequistão e a Turquia, os seis maiores produtores, foram responsáveis por 76% da produção mundial em 1996/97. Em 1990/91 os seis maiores países produtores respondiam por 74% da produção mundial (com o Brasil no lugar da Turquia) e 73% da produção mundial em 1980/81(com o Brasil e a ex-União Soviética no lugar da Turquia e Uzbequistão). Durante os anos oitenta, como os preços aumentaram, os pequenos e médios produtores puderam responder rapidamente, expandindo a área plantada e/ou aperfeiçoamento a supervisão e manutenção da safra, assim, melhorando a área plantada e a produção. Com os preços do algodão baixos nos anos noventa a os esforços das agências internacionais de financiamento para acabar com os programas governamentais para o setor agrícola nos países em desenvolvimento, uma grande parte dos pequenos e médios produtores desses países saíram do mercado e apenas uma pequena parte, particularmente na África, tem silo capaz de continuar. Um bom exemplo é a América do Sul. Em países como a Colômbia, a produção de algodão é agora menor que a metade da produção do início dos anos noventa e o número de

produtores caiu de 18.218 em 1991 para 6.178 em 1997. A produção de algodão na América Latina flutuou entre 1987/88 e 1991/92 de 1,3 milhão de toneladas para 1,6 milhão. Como resultado dos preços baixos, a produção de algodão na América Latina caiu de 1,3 milhão de toneladas em 1991/92 para 800 mil toneladas em 1992/93. A produção se recuperou parcialmente nos três anos seguintes, alcançando 1,1 milhão de toneladas em 1995/96, devido aos aumentos de produção na Argentina, o único país da região onde a produção foi capaz de se recuperar e se beneficiar dos altos preços do algodão. Mesmo com o aumento na produção argentina, a América do Sul tem importado algodão desde 1992/93.

Com os preços correntes do algodão mantendo-se acima da média de longo prazo de 73 centavos, durante os próximos dois anos, espera-se que a produção mundial continue expandindo, mas sem chegar perto do nível recorde de 20,7 milhões de toneladas estabelecido em 1991/92, antes de 2002/03. Tudo indica que a produção mundial deve alcançar 19,6 milhões de toneladas em 1997/98, 19,8 milhões de toneladas em 1998/99 e aproximadamente 20 milhões em 1999/2000. Preços maiores que a média são esperados para manter a área de cultivo de algodão perto de 35 milhões de hectares, o limite superior da média de flutuação da área de plantio mundial estabelecida desde 1950. Problemas como doenças e pragas resistente a pesticidas continuarão, provavelmente, afetando as safras durante o final dos anos noventa, mantendo a produção crescendo o suficiente para abaixar à média do índice Cotlook A abaixo de 70 centavos por libra.

Na China (continental), como resultado das safras recordes terem se tornado possíveis com a implementação, pelas autoridades chinesas, de programas de combate às peste que afetaram as colheitas durante os três anos anteriores, a produção de algodão alcançou 4,8 milhões de toneladas em 1995/96. Em 1996/97,caiu como conseqüência de uma redução de 700 mil hectares de área, alcançando 4,7 milhões de hectares. Desde 1995/96, os preços dos cereais têm aumentado nesse país, mas os preços do algodão não. Além disso, os pagamentos para os produtores na forma de notas promissórias no lugar de dinheiro são a outra razão da queda na área cultivada. A safra média anual de algodão na China (continental) estava 10% acima da média dos anos noventa em 1996/97. A resistência aos pesticidas entre as populações de pragas continua a ser um problema na produção das regiões leste e central. Conseqüentemente, há limitada liberdade para aumentos substanciais na safra média chinesa para compensar queda na área. Em 1997/98, a área cultivada com algodão na China (continental), caiu mais 4,3 milhões de hectares e, como resultado, deve haver uma queda na produção para 3,8 milhões de toneladas. Espera-se que o país permanecerá importando algodão nos próximos anos, embora os grandes estoques acumulados durante os três últimos anos venham diminuir o seu nível.

Nos Estados Unidos, os subsídios do governo e a produtividade maior que a média sustentaram a produção, quando os preços declinaram. Em 1992/93 ela caiu para 3,5 mil com relação a 3,8 milhões de toneladas em 1991/92. Em 1993/94, com substanciais aumentos de área, a produtividade sofreu uma queda, devido às pragas e a problemas climáticos, assim a produção permaneceu no mesmo nível. Os preços altos aumentaram a produção para um recorde de 4,3 milhões de toneladas em 1994/95. No entanto, apesar do aumento de 1 milhão de hectares de área cultivada em 1995/96, problemas climáticos em alguns estados produtores e pestes em outros diminuíram a produtividade de 794 quilogramas por hectare em 1994/95 para 602 quilogramas em 1995/96, e a produção atingiu 3,8 milhões de toneladas. Em 1996/97, a produção aumentou para 4,1 milhões de toneladas, com uma combinação de safra próxima do recorde e 5,2 milhões de hectares plantados, 1,3 milhão a menos que em 1995/96. Preços maiores que os preços médios poderão manter a área corrente de produção, e a produtividade deve ficar pouco acima da média de cerca de 730 quilogramas por hectare nas próximas safras, à medida que os produtores que começaram a plantar nos anos noventa adquiram

experiência. Como resultado, espera-se que a produção permaneça em 4 milhões de toneladas até o ano 2000.

A safra paquistanesa ficará abaixo do recorde de 2,2 milhões de toneladas registrada em 1991 durante os próximos anos, devido ao incremento no uso de variedades resistentes ao vírus da folha crespa, com rendimentos menores. A produção esperada no Paquistão está entre 1,8 e 1,9 milhão de toneladas para esta safra e as próximas duas. A safra Indiana, que registrou um impressionante aumento de 2,1 milhões de toneladas em 1993/94 para 3 milhões em 1996/97, cairá para 2,8 milhões de toneladas e permanecerá neste nível nas próximas duas safras, devido à baixa nas colheitas e à competição com outros produtos. A produção do Uzbequistão era de 1,1 milhão de toneladas em 1996/97, e safras parecidas são esperadas para os próximos dois anos. O governo do Uzbequistão espera estabilizar a área plantada em 1,5 milhão de hectares e as colheitas em cerca de 800 quilogramas por hectare. A produção na Turquia caiu 67 mil toneladas alcançando 784 mil toneladas em 1996/97, como resultado tanto da queda na área plantada quarto na safra. Espera-se que a área cultivada permaneça em cerca de 1,1 milhão de hectares durante os próximos dois anos e, se as condições climáticas estiverem normais, a produção possa aumentar para cerca de 850 mil toneladas em 1999/2000, nível de produção registrado em 1995/96.

A produção nos outros países, que não estão entre os seis maiores produtores, ajustou-se apenas gradualmente aos preços altos e alcançou 4,8 milhões de toneladas em 1995/96, 400 mil toneladas a menos que em 1990/91. Os aumentos mais importantes desde 1992/93, aconteceram na Argentina, Austrália e países africanos de língua francesa. Principalmente como resultado da baixa produtividade, a produção nos outros países caiu para 4,7 milhões de toneladas em 1996/97. No entanto, espera-se uma média de preços acima de 80 centavos como conseqüência do aumento da área plantada e a produção é projetada em 5,3 milhões de toneladas em 1999/2000.

Preços

O principal fator determinante de preços e a disponibilidade de oferta nos mercados com relação à demanda, medida pelos estoques como uma produção do consumo industrial . Um modelo simples de uma equação, que explica os preços como uma função dos estoques, e conhecido na economia como uma função de oferta e demanda invertida. Esse tipo de modelo explicou os preços do algodão muito bem, anteriormente à metade da década de setenta, antes da China (continente) integrar sua economia à economia do resto do mundo e o mercado chinês de algodão afetar o mercado mundial. A China (continental) representa cerca de um quarto do mercado mundial de algodão e a dinâmica do seu mercado é diferente da dinâmica dos outros países. Por essa razão, o modelo aconselhado pelo ICAC para fazer projeções de preços de algodão, como medido pelo índice Cotlook A, isola o impacto da China (continental) na proporção dos estoques do resto do mundo.

Além disco, o modelo leva em conta mudanças nas expectativas de mete com um conjunto de três variáveis: a variável que reflete o impacto das transações de troca na Ásia Central, um fator que vem afetando os preços do algodão desde a desintegração da União Soviética em 1991; o diferencial de preços no mercado futuro de Nova York entre fevereiro (quando as decisões de plantio são tomadas no hemisfério norte) e novembro (o mês mais próximo da expiração dos contratos futuros em dezembro) com um ou dois anos de defasagem, e, finalmente, o saldo da produção mundial menos o consumo.

O comércio chinês e o nível dos estoques para uso no resto do mundo explicam o impacto dos fundamentos de oferta e demanda sobre os preços do algodão e são cruciais para

a sua previsão. No entanto, o nível das importações chinesas brutas de algodão permanece a variável mais difícil de se prever.

Descontando-se as dificuldades normais para prever a produção e o consumo de algodão, o conhecimento fragmentado sobre o mercado chinês da fibra, muitas vezes impede os analistas de montar as peças com informações sobre a China (continental), pela dimensão e complexidade do seu mercado. Baseado nos rápidos aumentos nos estoques relativos para consumo nesse país, era esperado, em setembro de 1996, que as importações chinesas de algodão caíssem de 663 mil toneladas em 1995/96 para 200 mil toneladas em 1996/97. No fim, os estoques chineses acumulados mais as importações, ao invés de caírem, aumentaram para 787 mil toneladas em 1996/97. Outra fonte de dificuldades vem da dinâmica do mercado. Os estoques chineses podem parecer muito altos para quem vê de fora. No entanto, o setor têxtil tem sido um setor economicamente estratégico na China desde que o países começou a comerciar ativamente com o Ocidente em meados da década de setenta. O algodão continua sendo uma importante commodity, a as exportações de fios e tecidos combinadas aumentaram 720 mil toneladas em 1986 para 870 mil em 1996. Com a produção doméstica flutuando e a burocracia sem disposição para transportar rapidamente o algodão do campo para os armazéns e dos armazéns para as indústrias, aumentar o rival dos estoques constitui uma maneira de assegurar a produção têxtil. A política não é tão cara quarto parece, uma vez que os custos de armazenagem na China são uma fração dos custos de armazenagem nos outros países.

Os estoques na China (continental) aumentaram de 2,8 milhões, ou 38% dos estoques mundiais, em 1995/96, para 3,7 milhões de toneladas, ou 43% dos estoques mundiais em 1996/97. Em 1997/98, os estoques iniciais desse país estão estimados em 4,1 milhões de toneladas, ou 44% dos estoques mundiais. Os estoques da China são suficientes para suprir o consumo interno por 11 meses ou o consumo mundial por 4 meses. Pesquisas chinesas indicam que o preço pago pelas indústrias pelo algodão doméstico com fibra de tamanho básico tem sido descontado em 4% em 1997 pelas autoridades do governo preocupadas com o alto nível dos estoques. além disco, fontes do governo sugerem que os preços pagos pelas indústrias podem ser reduzidos, novamente em 1998, incluindo mais descontos e uma redução no imposto sobre o algodão adquirido pelas indústrias. Com os preços de entrega nas indústrias do algodão básico estimados em 90 centavos de dólar por libra em 1997, e os preços internacionais, como calculado pelo índice Cotlook A, atingindo 79 centavos por libra, o algodão estrangeiro permanece atraente para as indústrias chineses habilitados para efetuar importações.

Estima-se um aumento no consumo industrial de algodão na China de 100 mil toneladas para alcançar 4,6 milhões de toneladas em 1997/98. Igualmente espera-se que a produção permaneça em 4,2 milhões de toneladas. Com uma redução esperada de 100.000 toneladas nos estoques, a China (continental) ainda acumulará 42% do estoque mundial de algodão e as importações chinesas cairão 387.000 toneladas, alcançando 400.000 toneladas em 1997/98.

Uma queda de cerca de 50 mil toneladas nas importações chinesas líquidas diminui as previsões de média anual do índice Cotlook A em 1%. Do mesmo modo, um aumento de 1% nos estoques para uso em relação ao resto do mundo diminui as expectativas de preços em 1 centavo. A expectativa de queda nas importações chinesas está pressionando os preços do algodão cerca de 6 centavos para baixo nesta safra, enquanto os estoques para uso no resto do mundo estão pressionando os preços para baixo em 1 centavo. Expectativas de preços, como explicado pelo modelo do ICAC, mais que compensam as pressões para baixo dos preços das importações chinesas, e a proporção dos estoques para uso no resto do mundo resulta em 79 centavos previstos para 1997/98. A previsão não é exata, mas tem um intervalo

de 95% de confiança para mais ou para menos de 4,5 centavos, o que fez com que esta previsão não seja estatisticamente diferente dos 79,6 centavos médios do índice Cotlook A em 1996/97. No entanto, certamente, como no passado, mudanças nas importações líquidas da China serão incorporadas nos níveis de preços internacionais. O comportamento dos preços do algodão na última safra confirma as previsões correntes. O índice Cotlook A atingiu em média 79 centavos entre 01/08/97 e 02/10/97, comparados com 76 centavos durante o mesmo período na última safra.

Traduzido por:
Ana Georgina da Silva Dias – Secretaria de Política Agrícola – MA

OFERTA E DISTRIBUIÇÃO DO ALGODÃO
10 de Outubro de 1997

	1993	1994	1995	1996 Est.	1997 Proj.	1998 Proj.
	Milhões de Toneladas					
ESTOQUE MUNDIAL						
TOTAL MUNDIAL	**8,598**	**6,909**	**7,270**	**8,684**	**9,25**	**9,46**
China (Continental)	2,953	2,102	2,788	3,714	4,10	3,94
EUA	1,015	0,769	0,577	0,568	0,86	0,96
Exportadores Líq.	3,906	3,194	2,898	3,400	3,71	4,12
Importadores Líq. (1)	4,692	3,716	4,372	5,284	5,54	5,34
PRODUÇÃO						
TOTAL MUNDIAL	**16,889**	**18,701**	**20,248**	**19,505**	**19,65**	**19,80**
China (Continental)	3,739	4,342	4,767	4,203	3,80	4,00
EUA	3,513	4,281	3,897	4,124	4,01	3,97
Índia	2,095	2,355	2,754	3,000	2,80	2,71
Paquistão	1,368	1,479	1,886	1,615	1,90	1,86
Uzbequistão	1,358	1,248	1,254	1,062	1,18	1,20
Turquia	0,602	0,628	0,851	0,784	0,76	0,80
Outros	4,214	4,369	4,839	4,717	5,20	5,27
CONSUMO						
TOTAL MUNDIAL	**18,534**	**18,559**	**18,643**	**19,205**	**19,43**	**19,65**
China (Continental)	4,600	4,500	4,500	4,600	4,50	4,50
Índia	2,160	2,279	2,536	2,729	2,87	2,92
EUA	2,268	2,438	2,318	2,422	2,42	2,36
Sud. Ásia & Austrália	2,299	2,189	2,217	2,170	2,06	2,04
EU & Turquia	1,898	2,050	2,036	2,120	2,13	2,20
Paquistão	1,583	1,508	1,602	1,530	1,60	1,65
Eur. Orie. E Ex-URSS	1,089	0,956	0,750	0,768	0,83	0,84
Brasil	0,834	0,818	0,817	0,835	0,84	0,91

Outros	1,802	1,821	1,867	2,031	2,18	2,24
EXPORTAÇÃO						
TOTAL MUNDIAL	**5,917**	**6,305**	**6,005**	**5,907**	**5,90**	**6,21**
EUA	1,494	2,047	1,671	1,495	1,50	1,55
Uzbequistão	1,288	1,250	0,940	1,042	1,05	1,04
Francophone África	0,520	0,614	0,618	0,721	0,82	0,82
Austrália	0,367	0,293	0,308	0,530	0,54	0,53
Argentina	0,069	0,208	0,261	0,285	0,27	0,31
Grécia	0,175	0,265	0,325	0,192	0,18	0,24
China (Continental)	0,166	0,040	0,005	0,002	0,01	0,02
IMPORTAÇÃO						
TOTAL MUNDIAL	**5,765**	**6,536**	**5,883**	**6,148**	**5,90**	**6,21**
Sude. Ásia & Austrália	2,225	2,140	2,181	2,059	1,97	1,97
EU & Turquia	1,231	1,250	1,140	1,242	1,24	1,33
China (Continental)	0,176	0,884	0,663	0,787	0,55	0,45
Eur. Orient. E Ex-URSS	0,840	0,847	0,603	0,547	0,62	0,63
América do Sul	0,542	0,477	0,512	0,623	0,61	0,66
Balanço Comercial [2]	**-0,152**	**0,231**	**-0,122**	**0,241**	**0,00**	**0,00**
Estoques de Ajust. [3]	**0,108**	**-0,012**	**-0,070**	**0,023**	**-0,01**	**-0,01**
ESTOQUES FINAIS						
TOTAL MUNDIAL	**6,909**	**7,270**	**8,684**	**9,248**	**9,46**	**9,61**
China (Continental)	2,102	2,788	3,714	4,101	3,94	3,87
EUA	0,769	0,577	0,568	0,865	0,96	1,02
Export. Líquid. [1]	3,194	2,898	3,400	3,710	4,12	4,33
Import. Líquid. [1]	3,716	4,372	5,284	5,539	5,34	5,27
	0,35	**0,38**	**0,40**	**0,41**	**0,41**	**0,41**
ESTOQUES FINAIS/EUA E [4]						
COTLOOK A INDEX [5]	**70,60**	**94,30**	**85,61**	**78,60**	**83 [*]**	**80 [*]**

m) Inclui Brasil, China, Colômbia, México, Turquia e importadores tradicionais, exceto a Grécia.

n) A inclusão de linters e restos, mudanças no peso durante o trânsito, diferenças no período das informações, e erros de contas para diferenças entre exportações e importações mundiais.

o) Diferença entre os estoques calculados e os reais; quantidades para períodos futuros são antecipadas.

p) Mundo menos estoques finais da China, quantidades dividida pelo mundo menos consumo da China.

q) Cents de dólar por libra. O resultado do modelo para 1997/98 é baseado no líquido da China, índices de estoques mundiais menos China, trocas diretas (barter trade) na Ásia Central.

(*) 95% de intervalo de confiança estende 9 centavos por libra para 1997/98 e 15 centavos para 1998/99 acima e abaixo de cada ponto estimado.

REFERÊNCIAS

ICAC, Cotton: Review of the World Situation, Vol. 51-1, September-October 1997.
ICAC, Cotton: World Statistics, October 1997.
ICAC, World Textile Demand, October 1997.
FAO and ICAC, The World Cotton Market: Prospects for the Nineties, 1993.
Carlos A. Valderrama Becerra, Incorporanting Expectations into the ICAC Model of Cotlook A Index, in Cotton: Review of the World Situation, Vol 46-6, July-August, 1993.
Lu Qingde, China Textile Market Analyses, Review of 1996, in JTN Monthly, June 1997 Nº 511 p. 56.

(*) Economista do International Cotton Adivisory Committee (ICAC), Washington DC.

GUARANÁ:
ALGUNS ASPECTOS DA PRODUÇÃO E DA COMERCIALIZAÇÃO

Marco Antônio Rodrigues Pinto [1]

INTRODUÇÃO

O guaraná é conhecido desde a época pré-colombiana, quando era explorado por diversas tribos indígenas, entre as quais os Maués e Andirás, no Baixo Amazonas e os Barés no Alto Rio Negro. Os silvícolas descobriram os efeitos medicinais e estimulantes do produto, passando a usá-lo sob a forma de bebida, sendo o hábito posteriormente absorvido pelos colonos que viviam nas proximidades dos agrupamentos indígenas.

A maneira mais tradicional de apresentação do guaraná para consumo é na forma de bastão, para ser ralado na língua do pirarucu (peixe nativo da Amazônia), transformado em pó e misturado à água. A partir de 1921, com o lançamento em nível nacional do Guaraná Champagne, pela Companhia Antártica, o produto passou a ser conhecido em todo o território nacional sob a forma de refrigerante, fato que contribuiu para a diversificação de marcas que, a partir de então, se processou no mercado de refrigerantes gasosos com sabor de guaraná.

Até meados da década de 1960 a cultura era essencialmente extrativa, tendo nesse período se iniciado os primeiros esforços de pesquisa com um trabalho de seleção de plantas, que caracterizou a preocupação em racionalizar a cultura. Ao final da década de 1970 e começo dos anos 80, em decorrência da divulgação das qualidades farmacêuticas do guaraná, teve início um aumento considerável na demanda, fato que proporcionou a expansão do cultivo do produto para outros estados brasileiros.

Com o passar do tempo o uso do guaraná foi paulatinamente se generalizando, de tal forma que hoje é comum encontrar nas prateleiras dos supermercados, farmácias e lojas de produtos naturais de todo o País. Para satisfazer o mercado consumidor, cada vez mais complexo e exigente, o produto atualmente é encontrado nas mais variadas formas: em pó, comprimidos, cápsulas, xarope e refrigerantes de diversas marcas.

ASPECTOS DA PRODUÇÃO

1)Tecnologia Empregada

O processo produtivo e o nível tecnológico da cultura caracterizam dois sistemas de exploração bastante distintos:

1.1) o modelo tradicional, que representa a grande parte da produção, com pomares decadentes, de idade avançada, formados com mudas obtidas espontaneamente (filhos) de plantas do próprio guaranázal, com densidade populacional muito variável, dispersas,

cultivadas sem o mínimo critérios técnico a que, por conseqüência, apresentam um nível de produtividade bastante baixo. Com esse sistema rudimentar de exploração, os guaranázais começam a produzir a partir do 3° ou 4° ano, com pr odutividade de apenas 100g de grãos secos por planta. Como a população de plantar varia muito, a produção oscila entre 10 a 40 kg por hectare;

1.2) o outro sistema é composto por novos plantios que incorporaram algumas práticas culturais bastante usuais em pomares que apresentam viabilidade econômica, como o uso de mudas obtidas por propagação vegetativa por (enraizamento de estacas com indução por fitohormônios), espaçamento adequado, correção e adubação do solo etc. Com o emprego de mudas clonadas, segundo informações da Embrapa-CPAA, os guaranázais apresentam comportamento precoce, com a produção iniciando entre 18 a 24 meses, a produtividade de ate 1.000g por planta. Com a população uniforme, em função do espaçamento correto, a produção pode atingir mais de 400kg de grão seco por hectare.

2) Aspecto Social

Ressalte-se que a cultura do guaraná tem grande importância social, visto que na Região Amazônica, principalmente no Estado do Amazonas, a sua exploração e efetuada por produtores de baixa renda, em glebas que variam de 2 a 3 hectares.

A lavoura não tem processos mecanizados nas operações de produção e manutenção do pomar, sendo, portanto, grande absorvedora de mão-de-obra familiar, aspecto esse de importante significado sócio-econômico, uma vez que a região é bastante carente de oportunidades de emprego fora da atividade rural. Estima-se que aproximadamente 1.800 famílias, que exploram pequenas áreas, podem estar envolvidas diretamente com o cultivo do guaraná.

3) Área e Produção

O Brasil é praticamente o único país a produzir guaraná em escala comercial em termos de cultivos racionais e sistemáticos. Os estados produtores são Acre, Amazonas, Rondônia e Pará, na Região Norte; Bahia, no Nordeste, e Mato Grosso, no Centro-Oeste.

Até o inicio dos anos 80, o Amazonas era considerado o único produtor importante de guaraná. A partir da segunda metade da década, os estados do Mato Grosso e, principalmente, da Bahia passaram a se destacar, com aumento considerável na área plantada e na produção.

De acordo com os dados do IBGE, o Amazonas continua com a maior área cultivada, com 4,4 mil hectares, seguido pela Bahia, com 2,6 mil, e o Mato Grosso, com 0,6 mil. A Bahia é o estado que apresenta a maior produção e produtividade, com 1.531 toneladas e 573 kg/ha, respectivamente.

O Estado do Amazonas, a despeito de deter a maior área, produziu aproximadamente 1/3 da colheita da Bahia - somente 503 toneladas -, apresentando uma produtividade de apenas 113 kg/ha. O nível tecnológico empregado na formação e condução das lavouras é que está determinando a acentuada diferença encontrada na produção e produtividade dos guaranázais desses dois estados.

As informações do IBGE indicam, também, que a área colhida e a produção de guaraná no Amazonas estão estagnadas, enquanto na Bahia e no Mato Grosso apresentam crescimentos contínuos, apesar de pequenos.

COMERCIALIZAÇÃO

1) Mercado Inferno

O sistema de comercialização do guaraná, notadamente no Estado do Amazonas, é tipicamente de características aligopsônicas. Um número relativamente expressivo de pequenos produtores, descapitalizados, sem acesso aos instrumentos tradicionais de crédito e sem qualquer estrutura associativa que os auxilie nos procedimentos básicos de comercialização, praticamente ficam sem poder de barganha para negociar melhores preços com os tradicionais compradores do produto. Desse modo, os comerciantes locais e principalmente as indústrias e beneficiadores, detentores do maior potencial de compra, determinam o nível de preço de aquisição, deixando o produtor sem outra alternativa de mercado para a venda do guaraná.

Na safra 1995/96, a cotação do guaraná no município de Manaus variou entre R$ 5,00 e R$ 7,00/kg durante o período da colheita, que se estende de outubro a Janeiro do ano subseqüente. Na enfressafra, o produto chegou a ser comercializado a R$ 23,00/kg. No comércio varejista (farmácias, lojas de produtos naturais e supermercados), o guaraná em pó chega a ser vendido pelo equivalente a mais de R$ 100,00/kg.

Esse quadro demonstra de forma bastante real que está havendo distorções no processo de comercialização do guaraná, visto o grande diferencial entre o preço recebido pelo produtor e o valor que o consumidor paga para usufruir dos propagados benefícios do guaraná.

Na, safra atual (1997/98), a colheita está em andamento, com preços variando entre R$ 4;00 e R$ 7,00/kg, sendo que a maioria dos principais compradores (indústrias e beneficiadores) estão pagando R$ 5,00/kg, portanto, acima do preço mínimo fixado pelo Governo, que e R$ 4,36/kg.

2) Mercado Externo

As exportações de derivados de guaraná estão com comportamento crescente nos últimos cinco anos, passando de pouco mais de 1,14 milhão de dólares, em 1992, para 4,19 milhões, em 1996. Os principais itens exportados são o grão desidratado, o grão seco e o guaraná solúvel.

Os países que se destacam na aquisição do guaraná brasileiro são os EUA, a França, o Japão e a Itália, como importantes compradores de grãos secos e desidratados; enquanto Taiwan, Alemanha e Itália aparecem nas estatísticas como adquirentes de guaraná solúvel.

SUGESTÕES DE POLÍTICA

A exploração do guaraná apresenta as deficiências e dificuldades dos produtos regionais brasileiros. Diversos aspectos de ordem tecnológica e de decisão política precisam ser adotados para que o produto tenha viabilidade econômica satisfatória e, assim, possa contribuir para a fixação do homem à terra com condições sociais e rentabilidade financeira adequada. Nesse contexto, podem ser elencados os seguintes pontos:

a) os derivados do guaraná apresentam considerável potencial de aumento do consumo interno e de exportação, desde que haja um programa de divulgação de suas qualidades medicinais;

b) o Brasil é exportador tradicional, detendo, por conseguinte, conhecimento do mercado internacional do produto;

c) a tecnologia do processamento primário do guaraná (pó e bastão) é bastante simples, podendo ser incentivada a implantação de pequenos parques fabris para a obtenção dos derivados;

d) o alto preço dos derivados no mercado varejista dos centros urbanos pode ser indicativo de demanda reprimida. Nesse sentido, podem ser feitas propostas para a implantação de programas de aumento na produção;

e) a Região Norte, principalmente a Amazônia Ocidental, carece de uma cultura rentável que fixe o homem no meio rural, e proporcione condições de minorar os agudos problemas sociais e econômicos ali existentes;

f) há disponibilidade de tecnologia de produção agrícola, com resultados econômicos altamente favoráveis, que pode ser difundida entre os produtores de guaraná;

Naturalmente, todo e qualquer processo para a dinamização dos setores envolvidos com o guaraná necessita da decisões políticas dos governos Federal e estaduais a da iniciativa privada.

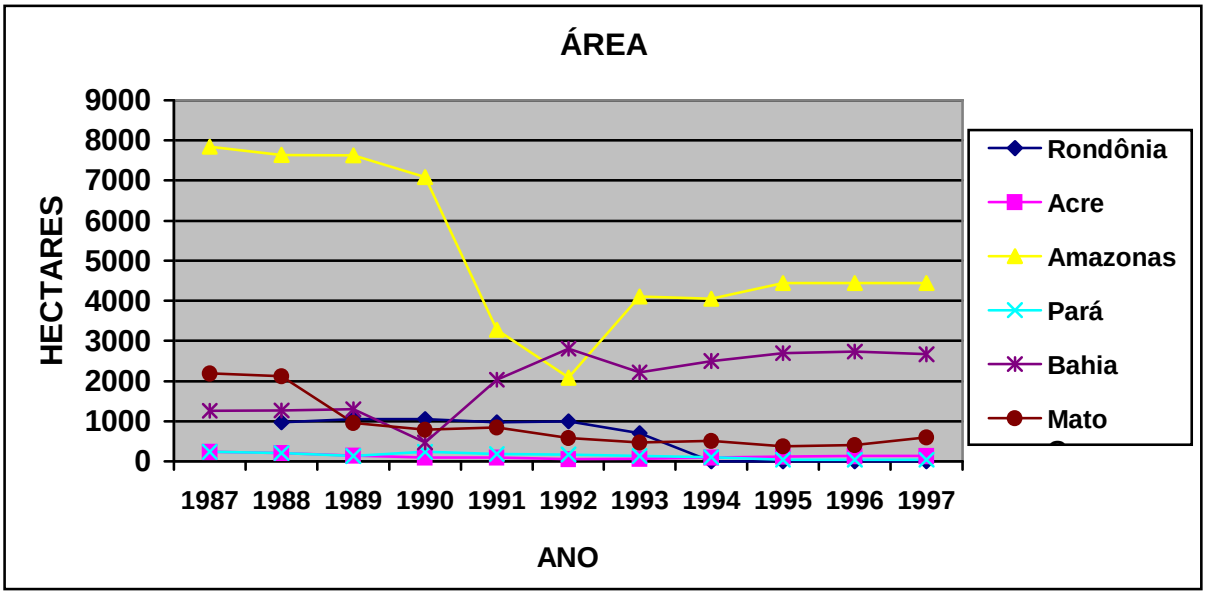
Com referencia à participação da iniciativa privada, pode ser utilizada uma espécie de contrato de parceria que determinadas empresas industriais estão formalizando com produtores selecionados, através de cooperativas ou associações de classe. O termo contratual garante a compra da produção a um preço previamente combinado, sendo que a indústria facilita o fornecimento de insumos e dependendo da situação, pode prestar assistência técnica ao produtor.

Conjuntamente à ação do setor privado, é necessária a presença atuante do poder público, notadamente nas áreas de pesquisa, assistência técnica e difusão de tecnologia, e também a decisão positiva da alocação de recursos financeiros para a aplicação em crédito rural. Pelo perfil do produtor de guaraná, o PRONAF poderá ser muito bem aplicado na Região Norte para as finalidades de investimento e custeio.

Com a aplicação de um pacote tecnológico mínimo e a efetiva participação das instituições de assistência técnica e extensão rural, pode-se supor um aumento considerável na produtividade e, como conseqüência direta, na produção, na renda e na qualidade de vida do agricultor dedicado ao cultivo do guaraná.

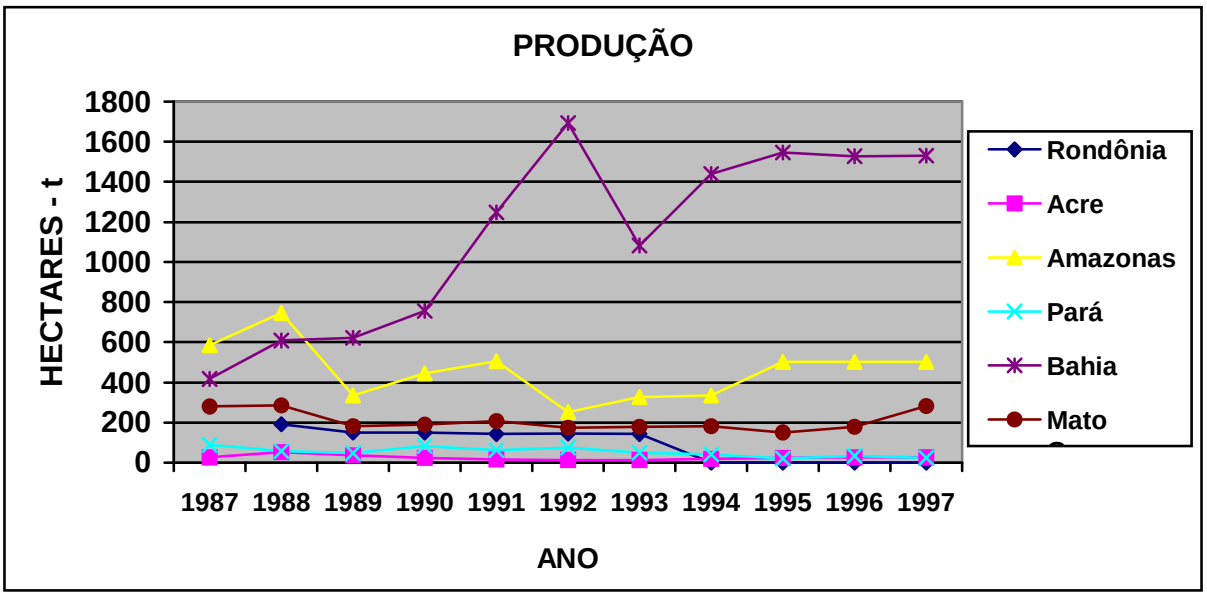
GUARANÁ
ÁREA COLHIDA (ha)

Estados/Anos	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Rondônia		970	1050	1050	970	1000	700	0	0	0	0
Acre	232	205	144	96	96	48	70	95	120	125	125
Amazonas	7849	7640	7623	7086	3276	2089	4103	4055	4444	4444	4444
Pará	229	204	129	230	187	168	135	103	43	43	35
Bahia	1251	1271	1299	461	2033	2816	2208	2495	2691	2731	2671
Mato Grosso	2188	2122	958	791	838	584	462	502	377	407	593
TOTAL	**11749**	**12412**	**11203**	**1074**	**7400**	**6705**	**7678**	**7250**	**7675**	**7750**	**7868**



GUARANÁ
PRODUÇÃO (t)

Estados/Anos	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Rondônia		191	150	150	142	145	143	0	0	0	0
Acre	27	51	36	24	16	12	14	19	24	25	25
Amazonas	586	746	335	446	504	252	327	333	503	503	503
Pará	88	57	47	84	61	74	48	41	21	34	24
Bahia	417	609	621	757	1248	1693	1082	1440	1546	1528	1531
Mato Grosso	280	285	181	188	208	173	178	181	149	180	282
TOTAL	**1398**	**1939**	**1370**	**1649**	**2179**	**2349**	**1792**	**2014**	**2243**	**2270**	**2365**



GUARANÁ

EXPORTAÇÕES
QUANTIDADE - kg

Produtos	1992	1993	1994	1995	1996
	QT (kg)	QT (kg)	QT (kg)	QT (kg)	QT (kg)
Grão Desidratado	184.490	245.920	211.111	58.836	245.289
Grão Seco	37.739	104.777	82.649	114.218	126.931
Solúvel	6.567	39.035	19.464	26.034	40.253

VALOR – US$ FOB

Produtos	1992	1993	1994	1995	1996
	QT (kg)	QT (kg)	QT (kg)	QT (kg)	QT (kg)
Grão Desidratado	813.538	1.320.308	1.509.215	1.048.299	1.950.768
Grão Seco	295.133	760.124	830.758	1.866.536	1.276.752
Solúvel	34.963	207.767	251.560	494.782	970.144
Total	1.143.634	2.288.199	2.591.533	3.409.617	4.197.664

(1) Técnico da CONAB.

ANÁLISE DAS PERSPECTIVAS DE CRESCIMENTO DA AVICULTURA DE CORTE EM MINAS GERAIS

Alberto Diniz [1]

1. INTRODUÇÃO

Na década de 80, a avicultura mineira ocupou lugar de destaque no cenário nacional, quando chegou à segunda posição no "ranking". Atualmente, na Quinta posição, ela está ameaçada, se não forem adotadas medidas de estimulo, de proteção e de incentivo ao longo de toda a cadeia produtiva.

A predominância do sistema de criação independente, o intenso comércio de frangos vivos e a defasagem entre as capacidades de produção e de abate contribuíram para que Minas Gerais não conseguisse acompanhar a trajetória ascendente dos principais estados competidores. Mais recentemente tem-se observado um crescimento no sistema de produção integrado, o que tem facilitado o acesso à tecnologia, a competitividade, e criado condições para a expansão da cadeia produtiva.

É crescente a preferência da população pela de carne de frango, em substituição às carnes vermelhas, principalmente pelo baixo preço relativo do produto - fato associado à elevada competitividade do setor e ao Plano Real, que fez da carne de frango uma de suas âncoras de sustentação.

Do lado da oferta, as condições climáticas e a disponibilidade de matérias-primas para a produção de rações (milho e soja) favorecem o desenvolvimento da avicultura em Minas Gerais, tornando-a competitiva com a dos principais estados produtores.

A atividade avícola deve ser reconhecida como um dos segmentos da agropecuária que mais rapidamente pode gerar empregos, em virtude, do seu curto ciclo de produção. Nela poderá estar a viabilidade econômica das pequenas propriedades rurais, através do acesso a elevadas tecnologias e das perspectivas de boa rentabilidade.

O propósito deste trabalho e descrever a atual cadeia produtiva da avicultura de corte em Minas Gerais, e fazer uma análise do seu potencial de crescimento, num cenário em que o estado vai ficando ilhado por São Paulo, com estímulos governamentais para readaptação de toda a sua cadeia produtiva, e pelos de Goiás, do Mato Grosso e da Bahia, que recebem subsídios governamentais, semelhantes aos dados às indústrias nascentes, para atrair investimentos.

Urge que os setores envolvidos na cadeia produtiva de frango de corte em Minas Gerais se conscientizem do momento atual vivido pelo setor, comem as necessárias decisões para corrigir o seu rumo, objetivando inseri-la na modernidade imprescindível para restabelecer a sua competitividade e relevância no cenário nacional.

2. A AVICULTURA DE CORTE

A avicultura de corte em Minas Gerais experimentou significativo crescimento até 1980, quando se colocava entre as princiPaís do País. Sua produção representava 15,45% da nacional, com uma capacidade instalada de 28,6 milhões de aves, distribuídas em 1969 granjas.

A atividade era desenvolvida sobretudo por criadores independentes, com predominância de pequenos e médios produtores, que possuíam 91,6% das granjas, ou, aproximadamente, a metade da capacidade total instalada de produção, conforme se depreende da análise do Quadro I. Essa estrutura revela ainda a grande importância social da atividade, em termos de geração de empregos e da manutenção do homem no campo.

Quadro I
ESTRUTURA DE PRODUÇÃO DE FRANGOS
DE CORTE EM MINAS GERAIS

1980

Intervalo de aves alojadas	Nº de criadores	Participação da capacidade instalada (%)
Até 5.000	833	8,8
De 5.00 a 30.000	971	41,1
Acima de 30.000	165	50,1

Fonte: AVIMIG.

A partir de 1980 a atividade decaiu significativamente no contexto nacional, perdeu importantes fatias de mercado, e está, atualmente, em 5º lugar no "ranking", com um alojamento ao redor de 19,5 milhões de frangos, mensalmente, o que corresponde a 6,7% da produção brasileira, conforme o Quadro II.

Quadro II
ABATE DE FRANGOS

(em milhões de cabeças)

ANO	SP	PR	SC	RS	MG	BRASIL
1990	227,7	219,9	316,9	211,5	124,0	1.603,3
1991	243,3	230,5	343,2	237,0	150,6	1.781,7
1992	254,2	268,6	362,5	289,9	149,7	1.922,3
1993	257,3	236,0	370,0	317,2	129,8	1.981,7
1994	325,2	318,2	391,3	336,8	155,7	2.151,9
1995	364,3	354,7	401,3	396,3	180,3	2.539,7
1996	388,8	398,7	438,3	409,7	172,3	2.578,8

Fonte: ANAB.

Essa queda pode ser explicada pelo ativo mercado de frangos vivos ao longo do período, tanto para consumo interno como para as exportações interestaduais; pela incipiência do sistema integrado de criação e, em especial, pelo descompasso existente entre a estrutura de produção e a de industrialização/processamento.

Na atual década, a taxa anual média de crescimento da produção mineira foi da ordem de 6,5%, aquém da observada no País, 9,4%, e nos seus princiPaís contendores: São Paulo

(9,6%), Paraná (11,3%) e Rio Grande do Sul (11,8%), suplantando apenas Santa Catarina (5,6%); todavia, esse estado se encontra em um patamar bastante elevado de produção, e a está consolidando.

3. A CADEIA PRODUTIVA DA AVICULTURA DE CORTE

O propósito deste capitulo é desenvolver um esboço metodológico, ainda que incompleto, que permita uma visão sistêmica das ações que vão desde a produção, passando pela elaboração industrial até a distribuição do frango e de sua carne, dentro das peculiaridades inerentes ao Estado de Minas Gerais. Dentro de um conceito cristalino, será feita uma análise de cadeia produtiva existente (Fluxograma I), sua organização e as possibilidades de sua consolidação e ampliação.

3.1- Alojamento de aves avós

À semelhança do que ocorre para todo o País, o matérial genético vem de fora. Assim, são importadas as aves avós, principalmente dos Estados Unidos, e dai segue a cadeia de produção de matrizes, que constitui um importante segmento comercial da avicultura mineira.

O alojamento de aves avós está a cargo de quatro empresas, que detêm um plantel de 603.300 unidades, com uma produção de 15,6 milhões de matrizes de corte, concentrada principalmente na região do Triângulo Mineiro, pelas suas privilegiadas condições climáticas e localização geográfica. O setor detém mais de metade do mercado brasileiro, está consolidado em bases de excelência (em termos de qualidade) além de estar preparado para atender às necessidades crescentes, não só de Minas Gerais, como também de outras importantes unidades da Federação, num momento em que a avicultura de corte local passa por profunda reorganização.

O desenvolvimento deste setor foi o causador da aceleração e da potencialização dos ganhos tecnológicos da avicultura de corte em Minas Gerais. Ele possibilitou acréscimos de produtividade ao longo da cadeia produtiva, notadamente na produção de pintos comerciais e engorda dos frangos.

Este elo é relativamente forte porque se concentra em poucas unidades produtoras que exercem grande poder na formação dos preços de seu produto.

3.2 – Produção de pintos de corte

Esse importante elo da cadeia produtiva está bem estruturado no Estado de Minas Gerais, embora sua importância frente aos demais concorrentes esteja em queda, conforme se depreende da análise do Quadro III. Na atual década, a produção brasileira de pintos de corte cresceu a uma taxa anual media de 8,2%, sendo São Paulo e Rio Grande do Sul, (11,3%) os estados que experimentaram os maiores crescimentos. Minas Gerais cresceu a uma taxa de 7%; portanto, menor que a media nacional. Esse fenômeno está intimamente relacionado às exportações interestaduais de ovos férteis. Se elas forem agregadas à produção de pintos comerciais o estado assume posição de destaque no "ranking" nacional.

Quadro III
PRODUÇÃO DE PINTOS DE CORTE

(em milhões de unidades)

Estados/Anos	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
São Paulo	331,3	382,3	437,3	465,9	513,6	572,4	560,1
Santa Catarina	346,5	360,9	389,9	400,7	425,8	452,5	487,4
Paraná	268,7	292,9	320,4	354,2	404,5	419,3	465,2
Rio G. do Sul	215,8	238,3	276,2	304,6	341,4	386,0	411,0
Minas Gerais	219,6	258,6	265,2	272,4	275,3	297,6	286,9
Brasil	1.621,2	1.819,8	1.974,6	2.112,9	2.323,9	2.537,2	2.593,1

Fonte: APINCO.

A atividade é desenvolvida por onze empresas, sendo que quatro operam na produção e comercialização de pintos de corte e ovos férteis, seis apenas com pintos comerciais e uma que se especializou em ovos férteis.

Pelos dados do Quadro IV, verifica-se que, com um plantel de 5,462 milhões de matrizes de corte e uma capacidade instalada de incubação de 42,544 milhões de ovos/mês, está ocorrendo uma produção mensal de 36,6 milhões de pintos comerciais, ou seja, o setor está operando a plena capacidade, considerando-se uma eclosão de 82 - 85% dos ovos.

Quadro IV
PLANTEL DE MATRIZES DE CORTE, CAPACIDADE DE INCUBAÇÃO, PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO DE PINTOS DE CORTE E OVOS FÉRTEIS NO ESTADO DE MINAS GERAIS

	1997
ITENS	**QUANTIDADE**
Plantel de matrizes de corte	5.462.062
Capacidade de incubação (ovos/mês)	42.544.112
Produção mensal de pintos de corte	36.600.885
Comercialização de pintos de corte	31.218.975
- Para Minas Gerais (%)	44,0
- Para outros estados (%)	56,0
Comercialização de ovos férteis	15.188.000
- Para Minas Gerais (%)	15,0
- Para outros estados (%)	85,0

Fonte: AVIMIG.

Da produção total, 31,219 milhões são comercializados, e o restante e utilizado nas próprias granjas produtoras, sobretudo naquelas que utilizam o sistema de integração. As vendas ocorrem numa proporção de 44% para granjeiros mineiros, e 56% para os de outros estados.

No que concerne a ovos férteis, Minas Gerais tem se destacado como um dos principais produtores e comercializadores.

A especialização tem sido possibilitada, recentemente, pelas boas margens de rentabilidade, ao ponto de já existir empresas voltada exclusivamente à sua produção. O setor evoluiu muito na venda de ovos férteis, tendo atingido 15,188 milhões mensais. Desses, 15% vão para incubatórios do próprio estado, e os restantes 85% para praticamente todo o território nacional, o que evidencia a qualidade do produto mineiro.

3.3 – Produção de frango de corte

Este é um dos elos mais fracos da cadeia produtiva, em decorrência da pulverização, uma vez que os avicultores são numerosos em termos absolutos e, principalmente, em relação ao reduzido número de compradores do produto.

Quarto ao processo de formação de preços, apesar do aspecto negativo, ele tem sido vantajoso por incentivar o aumento da competitividade do setor.

O frango pode ser criado em todas as regiões do estado, durante todo o ano, sem que os custos de produção sejam drasticamente pressionados para cima por variações de temperatura, tanto no que diz respeito ao arejamento, como na mortalidade das aves.

Quadro V
PRODUÇÃO MENSAL MÉDIA E CAPACIDADE OCIOSA POR FAIXAS DE PRODUÇÃO DOS CRIADORES DE PARÁ DE MINAS

Faixa de Produção	Capacidade Instalada	Produção Atual	% de Criadores	Capacidade Ociosa (%)
até 10.000	282.200	203.200	24	28,8
de 10.001 a 20.000	909.750	585.750	25	36,0
de 20.001 a 40.000	951.250	692.250	16	27,0
de 40.001 a 90.000	1.375.900	1.280.900	16	7,0
de 90.001 a 200.000	1.897.000	1.893.000	16	0,2
acima de 200.000	2.920.000	2.050.000	3	30,0
TOTAL	**8.336.100**	**6.705.100**	**100**	**19,6**

Fonte: Prefeitura Municipal de Pará de Minas.

Estima-se que o estado esteja produzindo, mensalmente, 19,2 milhões de frangos.

Por outro lado, a exploração não tem enfrentado grandes dificuldades no fornecimento dos principais insumos. A produção de milho, principal componente da ração, é significativa, e as carências sazonais são sanadas com importações oriundas dos estados limítrofes, notadamente Goiás.

Existem três indústrias de processamento de soja, com capacidade instalada de esmagamento de 5.400 t/dia, e os diversos frigoríficos de bovinos suprem as necessidades de farinha de carne demandadas pelo setor.

Os demais insumos, tais como vacinas, medicamentos, desinfetantes, premix, suplementos minerais, embalagens, transporte e mão-de-obra, além dos equipamentos e instalações, não têm constituído fatores limitantes à ampliação da avicultura de corte em Minas Gerais.

Quadro VI

PRODUÇÃO MENSAL MÉDIA E CAPACIDADE OCIOSA POR FAIXAS DE PRODUÇÃO DOS CRIADORES DE GOVERNADOR VALADARES

Faixa de Produção	Capacidade Instalada	Produção Atual	% de Criadores	Capacidade Ociosa (%)
até 5.000	161.800	109.800	50	32,1
de 5.001 a 10.000	111.000	86.000	14	22,5
de 10.001 a 20.000	207.000	179.000	12	13,5
de 20.001 a 40.000	221.000	161.000	8	27,1
de 40.001 a 90.000	717.000	505.000	12	29,6
acima de 90.000	504.000	496.000	4	1,6
TOTAL	**1.921.800**	**1.536.800**	**100**	**20,0**

Fonte: EMATER.

3.3.1 – Sistema de produção independente

A principal tônica dos avicultores mineiros é trabalhar independentemente, cada um tratando do seu próprio negócio. Ela está associada a traços culturais que inibem o associativismo e as parcerias. Mesmo assim, a participação dos produtores independentes sobre a produção é decrescente, embora não na velocidade que o momento exige. Esse fenômeno está associado ao efeito demonstrado das integrações do Sul do País e, também, pelas exigências mercadológicas.

Pelo elevado padrão de eficiência e concorrência a que o setor está sendo exposto, prevê-se que, a médio prazo, a categoria, principalmente a constituída pelos pequenos e médios criadores, tenderá à extinção.

Pesquisa desenvolvida em Pará de Minas, principal polo de criadores independentes do estado, abrangendo 205 criadores, evidencia os primeiros sinais dessa realidade. Constata-se que 19% das granjas estão desativadas, com as atividades paralisadas, e 27% dos produtores já estão utilizando o sistema de integração. O Quadro V mostra que a maior concentração da capacidade ociosa está na faixa de até 40.000 frangos.

Situação similar ocorre na regido de Governador Valadares, também caracterizada pela produção independente. Num universo de 100 produtores, o Quadro VI mostra uma capacidade ociosa de 20%, distribuída em todas as faixas, à exceção daqueles que detêm um plantel superior a 90.000 aves. Antevendo o caos, os criadores locais formaram uma cooperativa, com a finalidade de congregá-los num processo de verticalização envolvendo o fornecimento de insumos até o abate e comercialização dos frangos.

Quando comparada com 1980, observa-se que houve aumento no número mais comum de aves, por criador, sem necessidade de acréscimos nos custos provocados pelo adicional de mão-de-obra; e que houve ganho na produtividade dos trabalhadores de até 25%, o que tem favorecido a competitividade do setor.

Os produtores de maior porte estão conseguindo sobreviver porque promoveram uma verticalização, envolvendo o fabrico de ração e, em alguns casos, a construção de abatedouros próprios. Contudo, a linha de produção é especializada em frango inteiro e em cortes, de baixo valor agregado.

Como regra geral, quem não acompanhar o continuo aperfeiçoamento da atividade será expulso, havendo um ajustamento do setor, em que predominarão os mais eficientes.

Para promover a adequação e o crescimento do setor às necessidades do consumo e às oportunidades acenadas pelo comércio internacional, os criadores devem transformar o perfil da atividade, operando com o sistema de integração.

3.3.2 - Sistema integrado de produção

O sistema de integração é o regime pelo qual as indústrias/abatedouros trabalham em parceria com os pequenos e médios avicultores, sem a participação de intermediários em quaisquer dos elos da cadeia produtiva. Eles recebem os insumos, entregam o produto e se apropriam de uma parte dos ganhos.

Para tentar consolidar a atual posição no "ranking" nacional, os produtores estão sendo incentivados a transformar o perfil da atividade, com o deslocamento dos criadores independentes para esse sistema. Cerca de 60% dos avicultores, que correspondem a 50% da produção, operam integradamente.

Em Minas Gerais existem seis empresas que desenvolvem esse sistema, sendo que uma delas em sua plenitude (desde a produção das suas matrizes), três desde a incubação dos pintos comerciais até a industrialização e o processamento dos frangos o que, acoplado à uma boa estrutura de distribuição, tem propiciado ganhos em toda a cadeia, gerando melhor remuneração aos produtores e integradores. As demais estão promovendo uma integração vertical, que vai desde a aquisição dos pintos comerciais até a comercialização do frango vivo.

O sucesso da integração e os investimentos na área genética (que contribuíram para reduzir os custos de produção e a idade de abate) aumentaram a produtividade e o ganho de peso das aves que, aliados ao manejo adequado do rebanho, possibilitaram melhores rendimentos na conversão alimentar.

O Quadro VII mostra os dados obtidos pelas integrações no estado.

O estoque de tecnologia e a produtividade obtidos no tempo se equiparam aos níveis atingidos no restante do País.

Quadro VII
INTEGRAÇÕES AVÍCOLAS NO ESTADO DE MINAS GERAIS

	1997
ITENS	**QUANTIDADE**
Capacidade de alojamento de frangos (mil aves)	20.820
Capacidade de alojamento em utilização (%)	100
Produção mensal de frangos (mil aves)	9.467
Número de integrações	6
Número de integrados	1.103
Alojamento médio por integrado (nº de aves)	18.000
Número de lotes produzidos por ano	5,5
Idade dos frangos ao abate (nº de dias)	47,0
Peso médio dos frangos ao abate (kg)	2,300
Conversão alimentar média (kg/kg)	2,0
Capacidade das fábricas de rações (t/hora)	179,5
Número médio de dias trabalhados por mês (nº)	25
Número médio de horas trabalhadas por dia (nº)	20
Consumo de milho (t/mês)	31.500
Consumo de farelo de soja (t/mês)	9.800

Fonte: AVIMIG.

É possível conseguir um frango com 2,300 kg aos 47 dias, com ganho de peso diário ao redor de 48 g, uma conversão alimentar de 2 kg de ração por quilo de peso vivo. Esses índices colocam a avicultura mineira em condições de concorrer, nos mercados nacional e internacional, desde que o parque industrial seja modernizado e/ou ampliado.

A eficiência do sistema de produção integrada diferencia a avicultura das demais atividades da agropecuária mineira, porque é desenvolvida em termos de logística e de coordenação do processo produtivo como um todo, propiciando-lhe um ajuste mais rápido às quantidades demandadas pelos mercados consumidores. Através dos ganhos em escala, obtém-se uma proteína animal de excelente qualidade, a um baixo patamar de preços que incentiva maior consumo.

3.4 - Industria de abate a de processamento

Este importante elo da cadeia produtiva constitui um sério entrave ao melhor desempenho do setor no estado. Por estar, de forma geral, mal aparelhado, e por ser muito concentrado, tem forte poder no processo de fixação de preços, elementos que explicam, em parte, as sucessivas crises conjunturais por que tem passado os avicultores.

Existem vinte e um frigoríficos/abatedouros controlados pelo Serviço de Inspeção Federal - SIF, com capacidade de abate de 12,5 milhões de frangos por mês, considerando-se uma jornada diária de oito horas, em vinte e dois dial, em média, por mês, conforme o Quadro VIII. Essa capacidade pode ser ampliada significativamente, apenas com o aumento dos turnos de trabalho, o que as maiores indústrias já praticam.

Quadro VIII
CAPACIDADE ISNTALADA DE ABATE DE FRANGOS NOS ESTABELECIMENTOS SOB INSPEÇÃO FEDERAL NOS ESTADOS DE MINAS GERAIS

	1997
ITENS	**QUANTIDADE**
Capacidade de abate de frangos (em mil frangos/horas)	71.000
Horas trabalhadas por dia	8
Número de dias trabalhados no mês	22
Capacidade total de abates de frangos (em mil frangos)	12.496

Fonte: AVIMIG.

Além desses o Instituto Mineiro de Agropecuária - IMA cadastrou setenta pequenos e médios abatedouros, que não são contemplados por nenhum tipo de inspeção, encarregados de abater 3,5 milhões de frangos mensalmente.

Assim, o estado está abatendo cerca de 19,2 milhões de unidades, com uma produção mensal estimada de 34.560 t de frango.

Nas unidades sob inspeção do SIF o Quadro IX mostra a produção mensal de carne de frango e seus subprodutos.

Observe-se que a linha de produção e constituída de 51,5% de frango inteiro, 35,7% em cortes e apenas 12,8% em embutidos, com predominância absoluta dos itens de menor valor agregado.

No sentido de se sobrepor às crises conjunturais, que dificultam o melhor desempenho da atividade, deverá haver uma diferenciação dos produtos, que está associada a um parque industrial adequado, à capacidade de investimento e o desenvolvimento de produtos com maior valor agregado, em consonância com a preferência dos consumidores.

É preciso trabalhar na direção de que a maior parte dos frangos comercializados seja submetida, necessariamente, a algum tipo de beneficiamento ou industrialização.

Embora não com a intensidade desejada, esse procedimento já está ocorrendo no estado. Os abates se deslocarão para um menor número de empresas, mais bem aparelhadas e de maior porte, sobretudo com a ampliação das integrantes, que estão aumentando sua capacidade de processamento e diversificando suas linhas de produção. Algumas delas já dispõem de equipamentos sofisticados, de grande eficiência e capazes de garantir a qualidade e a higiene dos produtos, semelhantes aos melhores do País.

As indústrias mineiras deverão priorizar seus investimentos dentro desta concepção de mercado, e também no sistema de distribuição. A partir daí será maior a rentabilidade do frango, e essa vantagem poderá ser repassada para toda a cadeia produtiva.

3.5 - Estrutura de comercialização

A estrutura de comercialização dos produtos avícolas em Minas Gerais apresenta várias peculiaridades, em virtude da distribuição regional da atividade, da organização do mercado e das características locais do seu consumo.

A avicultura tem lançado mão de recursos, métodos e procedimentos modernos, na tentativa de racionalizar o processo de comercialização, buscando maior lucratividade. Assim, é de vital importância que cada elo da cadeia produtiva tenha uma clara visão do que se passa no conjunto dos demais.

De forma geral, ainda prevalece a estrutura isolada de criação, abate e industrialização. Mas começa a tomar corpo a que se baseia em criadores integrados aos abatedouros/indústrias, juntos numa mesma empresa, com um perfil mais nítido do que deve ser a estrutura ideal.

No bloco da intermediação situam-se as industrial de processamento, que são os agentes responsáveis pelo abate, processamento e distribuição dos produtos oferecidos; os abatedouros, que se diferenciam das primeiras pela menor agregação de valor ao produto; os envolvidos no comércio de frangos vivos, que estão intimamente relacionados à venda das aves em feiras e avícolas, e os envolvidos com as exportações interestaduais de frangos vivos.

Tanto o comércio como as exportações de frangos vivos tendem a exaustão no curto prazo. Por um lado, é cada vez menor o consumo desse produto, e por outro os princiPaís estados importadores (Bahia, Goiás e Rio de Janeiro), à exceção do último, estão em franca ampliação de seus plantéis avícolas, sendo que, aproximadamente 4% da produção estadual é destinada para esses mercados.

Outro importante elo da cadeia é o setor de exportação. Apesar de já ter participado ativamente desse mercado, na década passada, com volumes que representavam 6,6% do total nacional, Minas Gerais reduziu drasticamente sua participação neste segmento. Em 1996, o estado exportou 1.403 t, contra 607 t no ano anterior: 131,1% a mais, todavia com uma participação marginal de 0,25% no total das exportações brasileiras. A avicultura mineira tem plenas condições de retomar as exportações porque sua cadeia produtiva é eficiente, e é no

mercado externo que estão boas oportunidades para o setor. É mister que a automoção da indústria seja conseguida através de investimentos em melhores tecnologias, no sentido de adequar a linha de produção aos padrões internacionais.

Quadro IX
PRODUÇÃO DE CARNE DE FRANGO E SUBPRODUTOS EM ESTABELECIMENTOS SOB INSPEÇÃO FEDERAL NO ESTADO DE MINAS GERAIS

Abate total de frangos (em mil aves)	15.694,
Produção mensal de frango inteiro (t)	16.62
Produção mensal de frango em cortes (t)	11.514,
Produção mensal de embutidos (t)	4.12
Produção de óleo (t)	674,
Produção de farinha de pena e vísceras (t)	1.430,

Fonte: AVIMIG.

Finalmente estão os agentes responsáveis pela distribuição através dos comércios atacadista e varejista. O sistema conta com um grande número de pequenos varejistas (açougues e casas de carnes) e supermercados de grande poder econômico e elevado grau de representatividade no conjunto de transações comerciais. É menor o número de atacadistas, uma vez que as indústrias estão trabalhando no sentido de encurtar as etapas entre a produção do frango vivo e o consumidor final.

Os avicultores a os consumidores estão em posições diametralmente opostas, e se caracterizam por terem em comum um baixo poder de formação dos preços do produto. Os consumidores se beneficiaram com a redução dos preços relativos do frango no varejo, enquanto os produtores tiveram suas margens de lucratividade reduzidas, já que todos os ganhos de produtividade foram integralmente repassados aos compradores.

Os atacadistas e os varejistas também sofreram redução em seus preços de venda, embora compensados pela diminuição da cotação da matéria-prima adquirida, e trabalharam para manter as margens de comercialização e aumentar o volume das vendas, principalmente no varejo, o elo mais forte da cadeia de produção do frango.

Do ajustamento desses agentes a essa realidade dependerá sua sobrevivência no mercado, que está cada vez mais competitivo e que não poupa aqueles que insistirem em carregar ineficiência.

O consumo de frango deve ser estimulado ainda mais, através do marketing, tanto em propaganda como em comercialização. Para tal, é preciso promover a adaptação do sistema de gestão baseado em redução de custos, acompanhamento das inovações tecnológicas e racionalização do processo produtivo, garantindo a qualidade do produto final de acordo com os padres internacionais, aumentando a competitividade da avicultura mineira.

4. CONCLUSÕES E SUGESTÕES

Da análise, é possível ressaltar os seguintes pontos:

O material genético que serve de suporte à atividade no País é de excepcional qualidade, propiciando índices de produtividade comparáveis aos dos demais países concorrentes.

O Estado de Minas Gerais fornece esse material para as demais unidades da Federação, e está apto a suportar possíveis aumentos internos de produção.

O plantel de matrizes de corte pode ser facilmente ampliado, considerando a capacidade instalada de incubação disponível.

Minas Gerais registra uma produção de grãos (milho e soja) compatível com o consumo da atividade, e as eventuais carências sazonais podem ser supridas com importações dos estados limítrofes, enquanto os demais insumos necessários ao processo produtivo são facilmente encontrados no mercado local.

As instalações utilizadas pelos granjeiros são de excelente qualidade, similares às melhores existentes no País, e estão ociosas, comportando um crescimento significativo da produção, a partir dos equipamentos mais evoluídos, disponíveis no mercado.

A produção é desenvolvida com elevado nível tecnológico, apresentando produtividade equiparável as melhores do País, embora, ao contrario do que se imaginava, metade dela já esteja desenvolvida através do sistema de integração.

O sistema de integração deve ser ampliado até a plenitude da produção, objetivando ganhos de competitividade para a avicultura estadual.

O maior entrave à ampliação do setor está na industrialização e no processamento, em que é baixo o nível de agregação de valor ao produto.

É bastante grande o número de pequenos abatedouros que trabalham alheios à inspeção sanitária, com produção de frangos inteiros, principalmente.

A estrutura de comercialização é bastante peculiar, e deve ser aperfeiçoada para encurtar o caminho entre o produtor e o consumidor final.

O comércio de frangos vivos e sua exportação interestadual têm constituído sério entrave à competitividade da cadeia produtiva: sendo o estado fornecedor de matéria-prima e importador de produtos mais bem elaborados, esse comércio deve ser desestimulado.

Os órgãos responsáveis precisam considerar a simultaneidade entre as medidas diretamente relacionadas com a cadeia produtiva e as de ação indireta, que possam inferir no processo. Não faz sentido considerar isoladamente as ações dirigidas a um determinado elo, sem analisar suas conseqüências sobre o processo como um todo. O que se pretende é melhorar a cadeia produtiva, para atender aos anseios dos consumidores, que estão iniciando sua organização, exigindo produtos bem acabados e a preços acessíveis.

Os descompassos, as dificuldades a as limitações não devem ser interpretadas como inibidores do processo de crescimento da avicultura de corte em Minas Gerais. Ao contrário, eles devem servir de estimulo para a sua reorganização, com desenvolvimento seguro e sustentado, diante das perspectivas estimulantes do mercado.

As sugestões de medidas a adotar do são as seguintes:

1. Implementar uma política de abastecimento de milho baseada no Programa de Escoamento de Produto - PEP, dentro das fronteiras de estado, tendo como

origem as regiões mais carentes de infra-estrutura, que permita ao produtor mineiro concorrer em condições de igualdade com os outros contendores.

2. Propor a criação de uma linha de financiamento, junto ao BDMG e BNDES, destinada ao melhoramento dos frigoríficos/abatedouros, visando adequá-los aos padrões sanitários e modernizá-los para agregar valor aos produtos.

3. Estimular o ingresso no comércio internacional e o incremento das exportações.

4. Promover pesquisas para agregar valor aos produtos avícolas e criar novas linhas de produção, através das universidades e de órgãos similares.

5. Criar estímulos fiscais para o ingresso nas integrações avícolas e sua ampliação.

6. Promover a reestruturação das granjas, com vistas à adoção de novas tecnologias.

7. Criar barreiras sanitárias, para evitar o transporte e a comercialização de aves vivas, oriundas de outros estados para evitar a disseminação de doenças e preservar a elevada qualidade do plantel mineiro.

8. Promover vendas de carne de frango em programas institucionais, tais como: merenda escolar, refeições coletivas para servidores civis e militares.

9. Tornar a inspeção sanitária obrigatória em todos os abatedouros/frigoríficos.

BIBLIOGRAFIA

r) ARAÚJO, Ney Bittencourt de, WEDEKIN, Ivan, PINAZZA, Luiz Antônio. Complexo Agroindustrial o “Agribusiness” Brasileiro: AGROCERES, 1990.
s) FNP Consultira & Comércio. Annal Pea 97 – Anuário Estatístico da Produção Animal: Camargo Soares Ltda., 1997.
t) HEIDINGSGIELD, Myron S., BLANKENSHIP, Albert B. Marketing Comercialização: Editora Fundo de Cultura, 1968.
u) Mc GUGH, Patrick, HANNON, Paul. Cadeiras de Produção Um Impertativo: Campus, 1996.
v) MEGICO, José Luiz Tejon, XAVIER, Coriolano. Marketing & Agribusiness. São Paulo: Àtlas, 1995.
w) STEELE, Howard L., Vera Filho, Francisco, WELSH. Robert S. Comercialização Agrícola: Àtlas, 1971.

(1) Técnico da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB).

Ponto de Vista

AS DUAS VERTENTES DA POLÍTICA AGRÍCOLA

Arlindo Porto [1]

Os últimos anos foram marcados por grandes transformações nas economias mundial e brasileira, com reflexos importantes na nossa agricultura. No âmbito da economia mundial, os grandes avanços nas áreas de transportes, comunicações e informática e a derrocada das economias socialistas já vinham alterando as relações econômicas mundiais, configurando o processo conhecido como globalização. Com a assinatura dos acordos da Rodada Uruguai, esse processo adquiriu um novo ímpeto. Atualmente, de uma forma ou de outra, todos os países do mundo estão se defrontando com a crescente liberalização dos mercados, suas ampliações no fluxo mundial de bens e serviços, e nova dinâmica na movimentação internacional de capitais.

No âmbito da economia brasileira, por muitos anos prevaleceu o modelo baseado na intervenção pesada do Estado a na aplicação dos princípios mercantilistas na condução da política de comércio exterior. Os principais setores da economia tais como o de petróleo, energia elétrica, telecomunicações, siderurgia, mineração e portuário eram monopólio do Estado ou dominados por empresas estatais. No comércio exterior, praticaram-se tarifas excessivamente elevadas, licenças discricionárias e proibições diretas de importações, entre outras medidas. Na agricultura, a intervenção era essencialmente baseada na concessão de crédito subsidiado, na garantia de preços mínimos, e na formação e gerenciamento de grandes estoques governamentais.

Como conseqüência da crise do modelo de economia estatal, e do processo de globalização, a partir do início da década de noventa, o país passou a adotar mudanças profundas no seu modelo econômico. Substituíram-se as práticas mercantilistas, nas relações comerciais com o resto do mundo, por uma política comercial mais orientada para o mercado. Nesse sentido, simplificou-se o regime de importações, eliminou-se o sistema de licenças e proibições, e reduziram-se substancialmente as tarifas alfandegárias. Paralelamente, foi estabelecido um ambicioso cronograma de privatização de empresas pertencentes ao Estado - como a Cia. Vale do Rio Doce e empresas do setor elétrico e siderúrgico - e decidiu-se pela quebra dos monopólios estatais do petróleo e telecomunicações. Em 1994 implementou-se com sucesso o Plano Real e a taxa de inflação, que em alguns meses antes do plano chegou a 40% ao mês, foi reduzida a menos de 5% ao ano.

Nesse ponto, vale destacar que pare os países com forte vocação para o agribusiness como o Brasil - que era sistematicamente penalizado por práticas altamente protecionistas por parte de alguns países desenvolvidos - a inclusão da agricultura nas negociações da Rodada Uruguai teve duas grandes vantagens. A primeira foi a possibilidade concreta da ampliação de alguns mercados consumidores tradicionalmente protegidos por elevadas barreiras alfandegárias; e a segunda foi a eliminação gradativa dos subsídios nas exportações, previstas na agenda da Organização Mundial do Comércio (OMC). Com as novas regras da OMC, o mercado internacional de produtos agrícolas deverá se desenvolver com menos distorções e dentro de uma nova perspectives, caracterizada por considerável expansão da demanda mundial por alimentos, e por um ambiente competitivo mais saudável.

Nesse contexto, os próximos anos serão cruciais para os países que detêm condições técnicas de aumentar, significativamente, as exportações agrícolas firmarem novas posições no mercado internacional. Portanto, é chegado o momento do Brasil adotar uma postura agressiva e dinâmica nessa área, com vistas a aproveitar o seu imenso potencial agrícola, e tornar-se um dos grandes líderes no comércio mundial de alimentos e fibras. E bom lembrar que, mesmo dispondo da maior área agricultável do mundo, o Brasil ocupa apenas o oitavo lugar no rol das exportações agrícolas mundiais.

Apesar disso, a participação da agricultura no comércio exterior brasileiro historicamente tem sido muito importante. Em 1970, as exportações agrícolas chegaram a representar 74,1%, do total. Embora essa participação tenha decrescido bastante, em função do próprio processo de industrialização e da diversificação da pauta de exportações, a partir da década de noventa, note-se uma reversão dessa tendências. De 23,8% em 1991, passou para 30,4% em 1996, e deve superar 32% em 1997.

Apesar de as importações agrícolas terem crescido bem mais do que as exportações após a abertura comercial em 1991 (102,1% contra 93,3%), tem havido uma tendência nítida de crescimento no saldo comercial, que chegou a US$ 9,3 bilhões em 1996, comparados com US$ 6,3 bilhões de 1991 (75% de crescimento). Em 1997, o desempenho da balança foi notável: os dados indicam que o valor das exportações alcançaram cerca de US$ 18,8 bilhões (contra US$ 16, 8 bilhões em 1996) a um saldo superior a US$ 11, 7 bilhões (cerca de 26,1% superior ao de 1996 e 86,1 % a mais que o saldo comercial agrícola de 1991).

Em 1997, na pauta agrícola, o complexo soja contribuiu com quase 31% das exportações (US$ 5,7 bilhões), o café com 16,5%(US$ 3,1 bilhões), o açúcar com 10,1% (US$ 19 bilhões), o fumo com 8,5% (US$ 1,6 bilhões), o suco de laranja e outras frutas com 6,9% (US$ 1,3 bilhão), o complexo bovino (carnes e couros) com 6,4% (US$1,2 bilhão) e aves com 4,6% (876 milhão). Os demais produtos contribuíram com 24,5% (US$ 4, 6 bilhões).

No plano doméstico, o crescimento da agricultura, principalmente a partir de 1990, foi baseado em ganhos surpreendentes de produtividade, notadamente nos grãos . No Centro-Sul, entre 1987 e 1997, a produtividade média do milho subiu 43%, do arroz 70%, do feijão 34%, da soja 23% e do trigo 10%. Segundo dados da CONAB, a produção de grãos atingiu 78,6 milhões de toneladas na safra 1996/97. Para a safra 1997/98, os primeiros levantamentos indicam que a produção deverá situar-se em torno de 80, 7 milhões de toneladas.

Enquadram-se em casos especiais as cultural do algodão e do cacau. No setor algodoeiro, a abertura para o comércio exterior fez aflorar uma crise estrutural, que atingia o setor há varias décadas, causada pela ausência de novas tecnologias e baixa produtividade, culminando com a inviabilização da cultura em várias regiões. Contudo, certamente o Brasil tem condições de produzir algodão em larga escala para suprir o consumo doméstico e exportar excedentes, desde que o setor passe a operar dentro de novo padrão competitivo, com o uso de novas tecnologias e novas estratégias de mercado. Os sinais de recuperação são evidentes. Nos últimos quatro anos a produtividade do algodão aumentou 55,6% na Região Sudeste, 40,4% na Região Sul e 25,4% na Região Centro-Oeste. Para a safra 1997/1998, o levantamento inicial da CONAB mostra um incremento de 74,0% na área plantada dessas regiões.

A crise do setor cacaueiro é semelhante á do algodoeiro, e, certamente, será vencida por meio da aplicação de novas tecnologias, controles fitossanitários e novos procedimentos comerciais dentro de uma política mais orientada para o mercado.

O reflexo das novas regras do comércio internacional conjugado com o sucesso do plano de estabilização econômica criaram novos condicionantes ao agribusiness nacional. Se a eliminação do processo inflacionário criou um ambiente mais favorável à expansão do lado real da economia, a maior exposição da agricultura à nova realidade competitiva teve efeitos positivos e negativos pois, por um lado, beneficiou, aqueles segmentos que já vinham operando dentro dos padrões internacionais de competitividade. Mas, por outro, colocou em cheque a sobrevivência de segmentos menus eficientes, que são importantes no contexto sócio-econômico de algumas regiões. Entre esses segmentos pode-se citar o do algodão, o do leite e o do arroz (Rio Grande do Sul), e de pequenos produtores.

Diante dessa realidade, o Ministério da Agricultura e do Abastecimento tem promovido ajustes no processo de formulação e implantação das políticas agrícolas para o setor rural, procurado atuar dentro de duas vertentes principais. A primeira e destinada a criar um ambiente econômico e instituição favorável à expansão e consolidação da estrutura produtiva, que já está inserida no contexto de mercado e absorvendo, com eficiência, as transformações que vêm ocorrendo nas economias mundiais e brasileira.

Este trabalho caracteriza-se por uma ação de parceria com a iniciativa privada onde o principal vetor e o Fórum Nacional da Agricultura (FNA). Implementações que visam as cadeias produtivas dos diversos segmentos do agribusiness, buscando maior competitividade através de aumento de produtividade, melhor qualidade, redução de custos, estabilidade da oferta e diminuição em conjunto com outros ministérios do chamado custo brasil.

A outra vertente envolve programas de natureza social, como o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF e o Programa de Distribuição Emergencial de Alimentos - PRODEA, que têm como objetivo criar mecanismos de assistência para os agricultores, notadamente os pequenos, excluídos do processo de transformação da agricultura e integrá-los, gradativamente a nova realidade do mercado, mediante a elevação do seu padrão de eficiência, produtividade e competitividade.

Essas iniciativas já reconhecidas por setores dinâmicos do agribusiness representam desafios e trabalho permanente de integração entre governo e empresariado/produtores, e isso só tem sido possível porque o governo federal vem atuando de forma integrada, com objetivos bem definidos e claros, e o Presidente Fernando Henrique Cardoso, também um produtor rural, tem garantido para a agricultura todo o apoio necessário em termos: orçamentário; econômico, político e pessoal. E os resultados começam a aparecer, apesar da consciência, que temos, de que o desafio e permanente: abastecer adequadamente o mercado doméstico e contribuir estrategicamente para o equilíbrio das contas externas.

(1) Ministério da Agricultura e do Abastecimento.