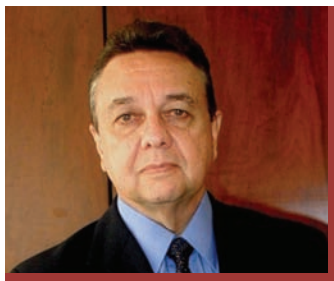


## Diário de bordo

## Ótimas intenções



Roberto Rodrigues\*

**R**ECENTEMENTE DEZENAS de chefes de Estado de todo o mundo se reuniram em Roma na Cúpula Mundial de Segurança Alimentar, para discutir medidas para nutrir uma população que deverá ultrapassar 9 bilhões em 2050. A FAO estima que a produção agrícola deverá crescer cerca de 70%.

Os líderes mundiais assumiram posições discursivas do tipo “concordamos com todas as ações necessárias nos âmbitos nacional, regional e global para travar de imediato – e reduzir significativamente – o número de pessoas que sofrem de fome, desnutrição e segurança alimentar”. E mais: “comprometemo-nos a tomar medidas no sentido de erradicar a fome de forma sustentável o mais rapidamente possível”. E apelam para a “abertura de mercados, que é um elemento essencial”...

A ênfase é dada, com acerto, aos “pequenos agricultores em países em desenvolvimento e para as populações mais vulneráveis”.

Para uma estratégia que reduza até 2025 à metade o número atual de pessoas que sofrem de fome, os governantes reiteram seus compromissos com os Cinco Princípios para o Desenvolvimento Global de Segurança Alimentar definidos no ano de seu jubileu pela própria FAO, e que são:

Princípio 1: investir em países que já têm planos e programas nessa área, visan-

do à canalização de recursos para programas e parcerias baseados em resultados.

Princípio 2: fomentar a coordenação estratégica, no âmbito nacional, regional e global de melhorar a governança, promover melhor alocação de recursos, e identificar onde estão os problemas.

Princípio 3: lutar por uma dupla abordagem para a segurança alimentar, que consiste em: 1) ação direta e imediata para atacar a fome dos mais vulneráveis e 2) sustentabilidade agrícola a médio e longo prazos, programas para segurança alimentar, nutrição e desenvolvimento rural para eliminar as causas da fome e da pobreza, incluindo a realização do direito à alimentação adequada.

Princípio 4: assegurar um forte papel ao sistema multilateral de melhorias sustentadas na eficiência, agilidade, coordenação e eficácia das instituições multilaterais.

Princípio 5: assegurar o comprometimento substancial de todos os parceiros para investimento em agricultura, segurança alimentar e nutrição, com provisão de recursos necessários de forma oportuna e confiável, destinados a planos e programas de vários anos.

Trata-se, de fato, de um formidável aparato de boa vontade que incorpora o desejo dos países trabalhar coordenadamente entre si e com as organizações globais que já se empenham no combate à fome.

Mas não há nenhuma garantia de que essas intenções se materializarão. Para acontecer de fato, os governos precisam tomar medidas concretas, para além dos discursos, seja para aumentar a produção rural – e isto só com renda para os agricultores –, seja para garantir o acesso dos consumidores aos alimentos – o que se faz com investimentos que gerem empregos sustentáveis.

Sem isto, tudo o mais não passa de boas intenções... ■

\* Coordenador do Centro de Agronegócio da FGV, presidente do Conselho Superior de Agronegócio da Fiesp e professor de Economia Rural da Unesp/Jaboticabal

## Produzir

## Logística limita o agro



Cesário Ramalho da Silva\*

**A**DEFICIENTE infraestrutura logística é um dos maiores obstáculos para que o Brasil se torne celeiro mundial na produção de alimentos. Mais do que aumentar o volume das safras, o desafio premente é encontrar modelos de distribuição compatíveis com os custos do produtor e o bolso do consumidor. Ao longo dos anos, o agronegócio brasileiro se interiorizou ainda mais, com a transformação de áreas impróprias ao cultivo em solos férteis.

Todavia, escoar a produção de regiões, como o Cerrado, por exemplo, para os portos é um processo, que a cada dia torna-se mais complicado financeiramente. O que falar então da Amazônia? Além da questão ambiental, produzir na região não é viável economicamente, justamente pela distância e as péssimas condições de transporte.

A falta de armazéns é outro grave problema. Sem ter onde guardar a produção, o produtor é obrigado a vendê-la assim que colhe, ficando sujeito à tendência baixista dos preços nos períodos pós-colheita. Quem segura a produção sem ter onde estocá-la corre o risco da deterioração da qualidade do produto pelas más condições de armazenagem. Ou seja, o prejuízo é certo.

A realidade é que a ausência de infraestrutura tolhe a chance do produtor elaborar um planejamento de produção

## Opinião

## Da saca ao consumidor

e comercialização, ou seja, do seu negócio como um todo. No caso dos portos, a dificuldade de atracamento para grandes navios graneleiros interfere na competitividade. Com a baixa dragagem da maioria dos terminais portuários do País, apenas navios de menor porte conseguem operar, dificultando o escoamento, já que a carga fica parada no porto. Isso tudo encarece os custos do processo, que, invariavelmente são repassados para o produtor, que tem dificuldades para repassá-los adiante.

Isso sem contar as estradas esburacadas, ferrovias inacabadas, hidrovias subutilizadas e a falta de interligação entre estes modais. Estudos mostram que o transporte rodoviário é o mais indicado para curtas distâncias. Mas no Brasil, a coisa, infelizmente, funciona de forma diferente. Um caminhão carregado de soja de Rondonópolis (MT) percorre 2 mil quilômetros para chegar ao Porto de Paranaguá. Além disso, como as pistas são ruins, a viagem demora mais, majorando gastos e, obviamente, o frete. Quem paga praticamente sozinho mais essa conta? O produtor, claro.

Pesquisa da Confederação Nacional dos Transportes (CNT) mostra que o Brasil precisa investir R\$ 32 bilhões para recuperar todas as estradas que estão em más condições de tráfego. Até agora o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) se mostrou pouco eficaz para corrigir essas mazelas. A agricultura tem pressa e a infraestrutura logística precisa desde antontem de investimentos maciços. ■



João Sampaio\*

**O** LONGO caminho percorrido pelo produto agrícola até a escolha final do consumidor começa na saca, caixa ou na *bag* de transporte do campo, passa pela indústria de embalagem, rotulagem, criação da marca, até a gôndola do supermercado. Todo este processo envolve pesquisa, produção, certificação e *marketing*. Quanto mais eficiência nesse processo, maior a possibilidade de renda lá na ponta para o produtor.

Um caso representativo é o do feijão carioca, que completa 40 anos em 2009. No final dos anos 60, o prato do brasileiro passou por uma transformação. Pesquisadores do Instituto Agrônomo criaram o feijão carioca, cuja referência nada tem a ver com o cidadão nascido na capital do estado do Rio de Janeiro, mas sim com uma raça de porcos caipiras, típica do interior paulista (aqueles com as manchinhas pretas, rajadas, assim com o grão do feijão).

Desde então, o desenvolvimento da variedade edificou as bases da modernidade dessa lavoura alimentar fundamental e estratégica para a população. Dali em diante, aconteceu um processo de especialização regional, complementaridade de safras entre as várias regiões produtoras do País, aumento de produtividade e intensificação da tecnologia, o que permitiu atender a preferência do consumidor por feijão novo o ano inteiro a um preço menor.

No entanto, isso não possibilitou que o produtor de feijão ganhasse mais dinheiro ou ainda que não ficasse exposto à volatilidade de preços que afeta sua renda tão brutalmente. À falta de mercado contratante, somam-se a inexistência de identificação regional e de certificação de qualidade do produto no empacotamento, que juntas acabam por brechar uma agregação de valor ao produto. Os reflexos aparecem na contabilidade da roça.

Há outros setores que merecem atenção. A carne bovina, o qual o Brasil desponta como um dos maiores produtores e exportadores, também serve de exemplo. Aos poucos, está começando um processo de identificação, com marcas próprias da indústria frigorífica brasileira. De forma ainda lenta, a relação contratual com o pecuarista começa a ser estabelecida com melhor remuneração mediante garantia de fornecimento e qualidade.

Além da criação de marcas e identificação para produtos agrícolas, mesmo que alguns sejam considerados *commodities*, uma opção é apostar nos nichos de mercado. Visto por muitos como pequenos negócios, eles são capazes de gerar renda exatamente pelas suas características peculiares, com embalagens específicas e diferenciadas, e no desenvolvimento de uma marca. A fruticultura de mesa é emblemática. Os programas de produção integrada para algumas delas, que incluem obediência às certificações exigidas pelo mercado europeu, surtem efeito quando são trabalhadas origem da fruta, a certificação sanitária, rotulagem e embalagem para consumidores determinados.

Se na década de 70, discutíamos tecnologias para aumento da produção, produtividade e sua adaptação às novas fronteiras agrícolas do País, hoje alcançamos outro patamar. Mais que quantidade, buscamos excelência e resultados positivos, seja na renda do produtor como na satisfação do consumidor. Para tanto, acima de tudo, precisamos criar uma marca. ■

\* Presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB)

\* Produtor rural e secretário de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo