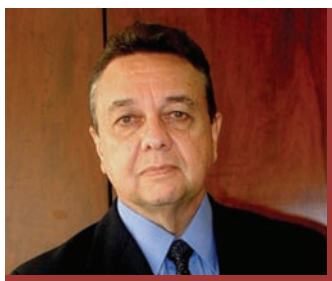


Diário de bordo

Cooperativismo nas exportações



Roberto Rodrigues*

AS COOPERATIVAS agropecuárias têm o papel de melhorar a renda dos produtores rurais, uma vez que estes, isoladamente, são incapazes de negociar os preços cobrados pelos vendedores de insumos ou barganhar na hora de vender sua produção à indústria de alimentos. As cooperativas, comprando e vendendo em *pool*, conseguem melhorar a renda final dos associados. E, quando verticalizam as atividades, agregando valor por meio da industrialização ou distribuição próprias, é ainda melhor.

Com a globalização econômica, buscar mercados no exterior passou a ser uma necessidade para o agronegócio brasileiro e, também, para as cooperativas do setor.

A modernização do movimento cooperativista agrícola brasileiro, liderado com competência pelo sistema OCB, vem permitindo a concretização dessa demanda, e as exportações do agronegócio cooperativado vêm crescendo.

Em 2007, 185 cooperativas em todo o país exportaram U\$ 3,30 bilhões, um crescimento de 16,5% em relação à 2006, quando as exportações foram de U\$ 2,83 bilhões.

Os dados são ainda mais notáveis quando olhamos no mais longo prazo, mesmo considerando a desvalorização do dólar ante o real. Em 2003, exportamos U\$ 1,303 bilhões, U\$ 2 bi a menos que no ano passado.

Também o volume físico cresceu, de 7,52 milhões de toneladas, exportadas em 2006 para 8,11 milhões em 2007, cerca de 7,84 % a mais.

Com isso, as cooperativas já são responsáveis por 6% do total do agronegócio exportado. De outro lado, elas importaram U\$ 293,25 milhões em 2007, de forma que o saldo comercial do setor foi de U\$ 3,01 bi, ou 14,41 % maior que em 2006.

Outro dado interessante revelado pela OCB em sua análise sobre o desempenho comercial das cooperativas é que houve uma diversificação dos mercados. Em 2006, o grande destino das exportações das cooperativas eram os Estados Unidos, com 11,23% da participação. Em 2007, caíram para a sexta posição, com metade desse percentual, só 5,58%. O grande importador de 2007 foram os Países Baixos, com 10,78 % do total, um crescimento de 74% em relação a 2006. Seguem a China, com 8,87%, a Alemanha, com 8,26% e os Emirados Árabes, com 7,32%. Outros 20 países foram destinos crescentes.

Por produto, o setor sucroalcooleiro foi o líder, representando 32,79% do total exportado, seguido pelo complexo soja com 25,91%, carnes, com 17,76% e café com 8,32%. Interessante destacar que, entre as carnes, a de frango representou 66,55%, seguida pela de suínos, com 28,23%.

O estado de São Paulo foi o maior exportador (graças ao setor sucroalcooleiro) com 32,51%, seguido de perto pelo Paraná, com 31,89%. Mas, o maior avanço de 2006 para 2007 foi o Paraná, com crescimento de 70,04%. Em seguida vêm Minas Gerais, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul e Goiás.

Novos mercados vão se abrindo, como Rússia, Japão e Arábia Saudita, entre outros.

A OCB calcula que, em 2010, as exportações das cooperativas agropecuárias chegarão a U\$ 4,27 bilhões, atingindo a bela cifra de U\$ 19,12 bilhões em 2030.

Que beleza! O cooperativismo brasileiro está maduro e grandes benefícios ainda trará aos nossos produtores rurais. ■

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

Produzir

O dilema do seguro rural



Cesário Ramalho da Silva*

ÉFATO que o seguro rural avançou no Brasil nos últimos anos, mas ainda é muito pouco presente nas lavouras e pastagens do País. Dados do Ministério da Agricultura mostram que a área de grãos e de culturas permanentes segurada é de 2,3 milhões de hectares, menos de 4% dos 63 milhões de hectares cultivados na safra 2007/08. O seguro rural patina por um conjunto de fatores, que culminam no elevado valor do prêmio (preço a ser pago pela apólice).

Para o seguro ficar mais barato é preciso massificá-lo, o que coloca o segmento em um círculo vicioso. Poucos produtores rurais têm acesso porque o seguro é caro, mas ele é caro porque o número de clientes é reduzido. Como resolver o dilema? Algumas medidas estão sendo tomadas.

A quebra do monopólio do Instituto de Resseguros do Brasil (IRB) abriu o mercado interno de resseguros às empresas internacionais. A expectativa é que o aumento da concorrência na área de resseguro dê maior retaguarda financeira e capacidade operacional às seguradoras. As companhias também esperam contar com recursos de um futuro fundo de catástrofe, dinheiro que poderá ser usado na recomposição de caixa em casos de grandes sinistros.

O Ministério da Agricultura faz sua parte ao aumentar anualmente o volume de recursos destinado à subvenção. No

ano passado, o montante disponível foi de R\$ 60,96 milhões, ante os R\$ 31,12 milhões de 2006, crescimento de 95,8%. Para este ano, a proposta orçamentária prevê R\$ 200 milhões de subvenção. O temor é que a verba fique retida ou seja desviada para outras ações do governo federal. Vale ressaltar também os programas estaduais de subvenção, com destaque para o do governo paulista, que subsidia 50% do prêmio.

Por sua vez, entre os desafios, merece atenção a metodologia dos cálculos de produtividade levados em conta no programa federal de subvenção.

Pelo modelo atual, as apólices observam a produtividade média municipal calculada pelo IBGE, com base nas cinco últimas safras. O sistema admite diferenças regionais, mas não prevê que em uma mesma região possam existir diversos perfis de produtores, com produtividades diferentes.

A generalização dos dados prejudica a composição das apólices, que acabam ficando inadequadas às necessidades de cobertura desse ou daquele produtor. É preciso depurar melhor as estatísticas de produtividade, a fim de personalizar a avaliação dos riscos e, conseqüentemente, das respectivas coberturas.

O seguro rural é indispensável ao agro-negócio moderno. É uma ferramenta de gestão de riscos que garante a manutenção do produtor na atividade. É, por exemplo, mais barato e eficaz que programas de renegociação de dívidas. Se o seguro rural já fosse mais desenvolvido no País, o endividamento do setor seria bem menor, ou nem existiria.

A Sociedade Rural Brasileira vai continuar com a missão de ampliar o ganho de consciência da importância do seguro rural, que deve ser compreendido como um insumo básico do negócio, assim como a semente, o fertilizante, o defensivo, o calcário, a ração, entre tantos outros. ■

* Presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB)

Opinião

O homem é aquilo que come



João Sampaio*

A AFIRMAÇÃO atribuída a Hipócrates, o pai da medicina, “o homem é aquilo que come”, reflete a preocupação do homem moderno em só consumir produtos com origem e segurança comprovadas. O tema do alimento seguro tomou conta da mídia, é o cerne de negociações internacionais, e alternativa estratégica para o desenvolvimento econômico das nações. Um dos nichos pouco explorados pelo Brasil é o dos alimentos orgânicos, cuja demanda mundial cresce vertiginosamente.

O conceito de agricultura orgânica surgiu na década de 30, com o inglês Sir Albert Howard, quando pesquisava a utilização da matéria orgânica e a manutenção da vida biológica do solo. De lá para cá, a mudança nos hábitos alimentares acompanha também as transformações econômicas das nações. Na Europa do pós-guerra, o importante era a segurança alimentar (ter comida para todos e a preços compatíveis). No novo milênio, os europeus querem alimento seguro e assim também é a demanda de todos os outros países ricos.

Em países como o Canadá, por exemplo, os supermercados têm departamentos inteiros voltados para a agricultura orgânica, biodinâmica, ambientalmente sustentável, baseada no *fair trade*. Nos Estados Unidos, a educação alimentar é tema de preocupação nacional e caso de

saúde pública devido ao crescimento do número de obesos e de potenciais cardíacos na população.

Em recente visita à Secretaria de Agricultura, empresários da Coréia do Sul externaram a necessidade de expor produtos agrícolas brasileiros e intensificar o comércio para um mercado consumidor com renda anual *per capita* acima de US\$ 20 mil. Acostumados com a “commoditização” de nossas vendas, pensamos em soja, ou mesmo etanol. Surpreendentemente, os coreanos querem produtos orgânicos, cafés especiais, mel certificado e suco de laranja natural.

O potencial é enorme. É mais prático certificar e trabalhar em pequenos nichos que vender produtos agrícolas em massa. A organização das cadeias produtivas específicas começa a aparecer. As associações de produtores orgânicos, câmaras setoriais e certificadoras já nascem com o gene do alimento seguro.

A agricultura orgânica contou com um enorme apoio a partir do decreto que regulamentou a Lei 10.831/03 no tocante à produção, ao armazenamento, transporte, à rotulagem, certificação, comercialização e fiscalização. Antes, legalmente, o processo não existia. Com a criação do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica, que teve como base as diretrizes do *Codex Alimentarius* para a produção orgânica e regulamentos já adotados nos Estados Unidos, União Européia e Japão, as relações comerciais com outros países ficam facilitadas.

Há 15 mil produtores na área da agricultura orgânica numa área estimada em 800 mil hectares. O potencial é vasto. Há 40 anos, o Brasil não produzia um grão de soja no cerrado, hoje estamos entre os maiores produtores e exportadores do mundo. A inovação tecnológica e o empreendedorismo possibilitaram a revolução e a criação da agricultura tropical brasileira. Com a agricultura orgânica, as perspectivas devem deixar de ser pequenas e se agigantar diante das enormes oportunidades. ■

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