

Vale a pena comercializar com esse GIGANTE?

Apesar da alta rentabilidade para alguns hortifrutícolas, a comercialização com a agroindústria não está aberta a qualquer produtor.

Por **Eveline Zerio,**

Aline B. Ferro e Isis N. Sardella

A **Hortifruti Brasil** faz as contas do retorno econômico alcançado pelo produtor hortifrutícola na comercialização com a agroindústria. O resultado surpreende. Os lucros podem ser tão atraentes que produtores da região central do país, com alta tecnologia e escala de produção, preferem cultivar tomate a grãos. Entretanto, essa situação não é comum a todos os hortifrutícolas no Brasil e as vantagens e desvantagens da negociação com a agroindústria devem ser avaliadas caso a caso.

De modo geral, o segmento é dividido em dois tipos de comprador: indústrias formais e informais. As formais, como a agroindústria da batata chips e do tomate, investem nas lavouras e promovem o desenvolvimento da cultura, adequando-a às suas necessidades industriais. Já as informais, aproveitam o descarte do mercado *in natura* e/ou os excessos da produção doméstica em sua linha industrial. Neste segmento, a comercialização não é planejada antecipadamente e a rentabilidade dessa negociação depende da relação entre as sobras da produção doméstica e a demanda industrial.

De qualquer maneira, os dois formatos de comercialização representam uma oportunidade de venda para o produtor, mas a decisão de investir ou não neste canal fica a

cargo do agricultor, que deve avaliar a rentabilidade econômica para a sua lavoura. A **Hortifruti Brasil** o auxilia nesta decisão, apresentado as vantagens e desvantagens da comercialização com a agroindústria para cada hortifrutícola.

De modo geral, a pesquisa com 150 produtores e agentes do segmento industrial realizada pela **Hortifruti Brasil**, observou que as oportunidades de venda para a agroindústria não são as mesmas para todos os produtores hortifrutícolas. As relações formais, como a da agroindústria da batata e do tomate, são viáveis aos produtores que investem em tecnologia e produtividade, obtendo ganhos em escala e consequentemente melhor remuneração. Além disso, o produtor deve manter um rígido controle gerencial a fim de cumprir todas as exigências contratuais.

A relação informal, comum para as agroindústrias de frutas e cebola, também não está aberta a todos os produtores. A distância entre lavoura e agroindústria, além da escala de produção, são fatores de fundamental importância para a avaliação da rentabilidade deste canal.

36,5%

dos entrevistados comercializam parte ou toda sua produção com a agroindústria*.

*A pesquisa considerou as processadoras de banana passa, batata chips e palha, doces, pasta de cebola, polpa de fruta e tomate.

Fonte: Hortifruti Brasil/Cepea

Agroindústria do Tomate: Viabilidade Econômica

As agroindústrias do tomate garantem o recebimento da matéria-prima através de contratos fechados com os produtores antes mesmo do plantio da safra. Cada indústria tem de 80 a 120 fornecedores, totalizando entre 1.000 a 1.500 tomaticultores direcionados à comercialização com a agro-

indústria a cada ano. Esses produtores são previamente selecionados pela equipe técnica de cada empresa e, em geral, três fatores básicos são levados em consideração: proximidade entre fazenda e indústria, nível tecnológico do produtor (sistema de irrigação, máquinas, implementos agrícolas, entre outros) e as últimas produtividades alcançadas.

Os preços recebidos pelos produtores são pré-fixados e não pas-

sam por qualquer alteração ao longo do período do contrato. As processadoras possuem acordos com algumas indústrias de insumos e, assim, conseguem repassar sementes/mudas, defensivos e outros a um menor custo aos tomaticultores. Os valores dos insumos fornecidos aos produtores são descontados dos preços recebidos por tonelada de tomate entregue à agroindústria.

Os demais custos da cultura,

Vantagens para o produtor:



Tomate para polpa: Boa rentabilidade, financiamento, assistência técnica e baixo risco de inadimplência



como energia elétrica gasta com o sistema de irrigação - por gotejamento ou pivô central - e o diesel utilizado em operações de preparo do solo devem ser arcados pelo produtor rural. A principal despesa do produtor ainda é o pagamento da mão-de-obra necessária para a colheita.

O fornecimento dos insumos, o lucro garantido e a rentabilidade da cultura - que pode variar entre R\$ 3.000,00 e R\$ 3.500,00/ha, dependendo da produtividade, contra os R\$ 600,00 a R\$ 1.000,00/ha obtidos com o plantio de soja, por exemplo - são os principais atrativos deste mercado. Entretanto, vale ressaltar que esta é uma cultura de alto risco - relacionado às variações climáticas, como a ocorrência de geadas, e à incidência da mosca branca - e elevado custo de implantação, estimado entre R\$ 8.000,00 e 10.000,00/ha.

Em 2003, o preço médio do tomate pago pelas principais pro-

cessadoras variou de R\$ 120,00 a R\$ 140,00/ton, posto na fábrica. Para melhorar a produtividade das lavouras de seus fornecedores, algumas empresas também têm in-

TOMATE:

Para os produtores bem estruturados, com lavouras gerenciadas profissionalmente e possibilidade de atingir os padrões e produtividades exigidas nos contratos, a negociação com a agroindústria é um bom negócio.

centivado o uso da tecnologia no campo. Sistemas de gotejamento, por exemplo, podem ser financiados junto às processadoras e o produtor tem de três a quatro anos

para quitar sua dívida através de descontos efetuados sobre o volume entregue à indústria.

Quando há superprodução, a indústria garante a compra de todo o excedente, porém, nem sempre o número de caminhões enviados às lavouras é suficiente para o carregamento de toda a mercadoria, causando perdas nas lavouras. Já em caso de quebra de safra, os prejuízos são assumidos pelos produtores, que devem pagar pelos insumos fornecidos anteriormente pelas empresas.

A conclusão da **Hortifruti Brasil** é que dependendo da localização do produtor (proximidade à agroindústria), do seu nível tecnológico e de sua capacidade de gerenciamento (controle eficiente dos gastos e receita), o cultivo do tomate para a indústria pode ser lucrativo. Entretanto, existem barreiras à entrada de novos produtores nesse canal de comercialização, como por exemplo, a exigência de um determinado perfil do produtor. Além disso, existem poucas perspectivas para a entrada de novas empresas no mercado, uma vez que as já atuantes abastecem todo o mercado consumidor e, atualmente, nenhuma indústria trabalha com sua capacidade máxima de processamento.

Agroindústria da Batata: Viabilidade Econômica

Poucos são os bataticultores que destinam parte de sua produção às agroindústrias, segundo pesquisa realizada pela **Hortifruti Brasil** entre os meses de outubro e novembro de 2003. Estima-se que apenas 4,5% da produção nacional seja absorvida pela indústria.

Para a fabricação da palha, os

processadores costumam adquirir o produto diretamente nas máquinas de beneficiamento ou no mercado atacadista, aceitando facilmente os descartes. Essas comercializações são predominantemente informais, sem envolver qualquer tipo de contrato e as empresas são muitas vezes caracte-

rizadas como "de fundo de quintal".

Para os agricultores, vender para a produção de batata palha é uma alternativa de escoamento especialmente do produto com aparência ruim - ao contrário do mercado *in natura*, a agroindústria da palha não demanda por uma batata de boa aparência, mas sim com qualidade interna. Os bataticultores que utilizam esse canal para o escoamento de sua produção estão concentrados no estado do Paraná, maior produtor de batata para fritura no Brasil.

No mercado de chips, a participação dos produtores é ainda menor, mas há mais organização e os negócios entre empresas e forne-

Vantagens para o produtor:



Batata para Chips: Preço, garantia de compra e de pagamento.

Batata para palha: Alternativa de comercialização



cedores são realizados através de contratos formais. Para o agricultor, esses contratos garantem o pagamento da matéria-prima a um valor satisfatório. O preço é determinado através do custo de produção mais uma margem de lucro ao produtor. Por um lado, o bataticultor não eleva sua margem de comercialização nos períodos de pico de preços, mas, por outro, não está exposto às oscilações do mercado doméstico nem à inadimplência.

Para a indústria, outra forma de comercialização seria inviável, pois os contratos estabelecem prazo de entrega, variedade específica, classificação do produto, preços e outros pontos essenciais para o planejamento da produção industrial. Os principais pré-requisitos para a seleção dos produtores que vendem para a indústria são: tradição familiar na cultura, proximidade entre as fazendas e as fábricas e nível tecnológico médio - a produção de sementes deve ser própria e os cuidados com a lavoura, garantidos.

Para o ano de 2003, a **Hortifruti Brasil** estima que os bataticultores tenham fechado contra-

tos de até R\$ 28,00/saca de 50 kg com a indústria de chips. A agroindústria não obriga o produtor a lhe enviar toda sua produção. Pelo contrário, elas incentivam a produção de batatas para o mercado *in natura* a fim de diferenciar os segmentos, acreditando que a garantia de colocação da mercadoria nas processadoras e a certeza

BATATA:

A negociação com a agroindústria pode garantir boa rentabilidade aos produtores mais estruturados e com capacidade de se adequar às exigências das processadoras do setor.

do pagamento justifiquem a satisfação dos fornecedores em relação às agroindústrias.

Em caso de supersafra, a indústria não garante o recebimen-

to do volume excedente e a empresa só adquire volumes superiores aos estabelecidos nos contratos quando tem necessidade. Por outro lado, em quebra de safra, a penalização dos produtores é es-tudada, caso a caso, através de avaliações realizadas por um grupo de técnicos e agrônomos a fim de esclarecer a causa para a diminuição da oferta.

Geralmente, quando o fator responsável pela queda na produção é de ordem climática, não há qualquer punição para os agricultores, já em casos de falta de cuidados fitossanitários, o fornecedor pode, além de receber um menor valor (em virtude da redução do volume entregue), ser excluído da rede de fornecedores.

A **Hortifruti Brasil** observa que a comercialização da batata com as agroindústrias é rentável ao médio e ao grande produtor. Para o pequeno, o investimento para atender às especificações da indústria não é aconselhável, uma vez que as empresas exigirão um nível tecnológico e um volume de entrega que nem sempre poderão ser alcançados por eles.

Agroindústria da Cebola: Viabilidade Econômica

A agroindústria de cebola também absorve apenas uma pequena parcela da produção. A existência de um número reduzido de indústrias no país dificulta o conhecimento deste canal de comercialização por parte dos produtores. A pesquisa realizada pela **Hortifruti Brasil** constatou que somente 36% dos cebolicultores comercializam sua produção com a agroindústria.

Outro fator que dificulta o acesso do produtor à essa via de comercialização é o baixo vo-

lume de descarte nas lavouras, que na maioria das vezes não chega a 10% do total produzido. Assim, muitas processadoras buscam a matéria-prima nas máquinas beneficiadoras, onde encontram uma quantidade maior. Esse comportamento dificulta a relação direta entre a indústria e o pequeno e médio produtores.

De acordo com os entrevistados, a principal vantagem em negociar com a indústria é a oportunidade de comercializar a cebola com pa-

drão incompatível ao mercado *in natura*, além da garantia de pagamento pela quantidade entregue.

A maior parte das empresas não faz muitas restrições à cebola destinada ao processamento. No geral, todas as variedades são utilizadas, dependendo da época do ano. Cebolas sadias, graúdas e até mesmo o descarte do mercado *in natura* - com defeitos nas cascas e no formato - são aceitas pelas processadoras e, dependendo do produto a ser fabricado, a agroindústria realiza testes para adequar o teor de acidez do bulbo às suas necessidades.

O valor pago pela saca, nesse canal de comercialização, é sempre menor que o obtido no mercado doméstico e varia de acordo com a época de compra, a situação de qualidade e oferta do pro-

Vantagens para o produtor:



Cebola para industrialização: Alternativa de escoamento da produção e opção de venda para o produto fora do padrão do mercado *in natura*



duto. Na maioria dos casos em que são feitas compras de descarte, o preço pago pela saca é de 50% a 70% da média obtida no mercado *in natura*. Esse valor não chega a cobrir os custos de produção, inviabilizando uma relação exclusiva com a indústria. Já as processadoras que investem em qualidade chegam a pagar até 90% do valor de mercado, não sendo adquiridas apenas as cebolas de descarte e com exigências quanto à limpeza, embalagem e volume a ser entregue. A responsabilidade sobre o valor do frete varia de acordo com cada negociação.

CEBOLA:

Invista em qualidade e produtividade para o mercado doméstico e, como segunda alternativa, envie o produto fora dos padrões de mercado para agroindústria, visando os incrementos na receita.

A expectativa para as indústrias desse setor é de crescimento

em médio e longo prazos, em virtude do aumento das vendas de temperos e alimentos pronto, molhos atomatados e comidas congeladas. Enquanto o crescimento não chega, a recomendação da **Hortifruti Brasil** é que o produtor não direcione toda a sua produção para a agroindústria, já que o preço médio costuma ser inferior ao custo de produção. O ideal seria investir em qualidade e produtividade, visando o mercado doméstico e enviar o produto fora dos padrões de mercado para agroindústria, como alternativa de aumento da receita.

Agroindústria da Frutas: Viabilidade Econômica

Com exceção da laranja, uma parcela muito pequena da produção nacional de frutas é comercializada com a agroindústria. De acordo com os resultados obtidos pela **Hortifruti Brasil**, a baixa utilização desse canal de comercialização está relacionada aos baixos preços oferecidos pelas agroindústrias.

Além disso, os agentes do setor alegam que as empresas não estimulam a produção especializada para o processamento de sucos e polpas. Essas empresas preferem investir em produção própria e na melhoria da infra-estrutura de suas fazendas a incentivar os produtores a adequar sua produção de frutas às necessidades do processamento.

Entretanto, perspectivas apontam que esse quadro deve ser alterado no longo prazo. As próprias indústrias concordam que os consumidores tendem a buscar cada vez mais pelos sucos prontos ao invés da fruta *in natura* e, isso, deve estimular a criação de um mercado formal entre processadoras e produtores, estreitando a relação como "parceiros".

Atualmente, o relacionamento

entre produtor e agroindústria de frutas é informal e voltado à comercialização do descarte do mercado *in natura*, sem a exigência de padrões específicos, mas também sem remuneração pela qualidade

FRUTAS:

Para as lavouras próximas às agroindústrias, essa comercialização pode ser uma boa alternativa para o excedente de produção ou para o produto de qualidade inferior ao padrão exigido pelo mercado *in natura* e quando os valores pagos pelas empresas superam os gastos com o frete.

da matéria-prima. Quando há necessidade de um padrão diferenciado, a agroindústria acaba investindo em pomares próprios.

As indústrias, em geral, pagam em torno de 30% a 50% abaixo dos preços alcançados no mercado, o

que, sem dúvida, desestimula a comercialização dos produtores com estas empresas, principalmente em períodos de menor oferta no mercado *in natura*. Assim, somente excessos de produção são comercializados com a agroindústria.

De qualquer forma, a venda desse descarte pode representar um incremento à receita do produtor, já que o excesso de produção não seria negociado em outros canais com melhor remuneração. Na maioria dos casos, o produtor se encarrega da entrega do produto à indústria e, assim, a viabilidade econômica desta comercialização só ocorre quando o preço pago pelas processadoras ultrapassa os custos de transporte.

A recomendação da **Hortifruti Brasil** é que o produtor faça as contas e veja o quanto vale seu descarte. Talvez haja uma agroindústria logo ali interessada no seu produto. No médio prazo, uma relação mais estreita com a agroindústria pode ser estabelecida pelo produtor a fim de reduzir os riscos de preço e garantir uma receita mais estável. A agroindústria tem interesse em repassar os riscos de produção da matéria-prima nos padrões industriais para o produtor especializado. Entretanto, este deve reestruturar o gerenciamento de sua propriedade para cumprir as datas e padrões exigidos nos contratos dessas empresas.

Vantagens para o produtor:

Frutas para polpa: Alternativa de venda para o produto fora do padrão de mercado.



PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA **COMERCIALIZAÇÃO** COM A AGROINDÚSTRIA

	TOMATE	BATATA	CEBOLA	FRUTAS
Principais variedades	Cultivares híbridos para o processamento industrial	Atlantic	Todas	Para algumas frutas, exigem-se cultivares específicos, mas, em geral, as variedades comercializadas são as mesmas negociadas no mercado <i>in natura</i>
Produto Industrial	Polpa de tomate	<i>Chips, french fries, palha, amido, fécula e outros</i>	Polpas, cubetes, cebola em pó e outros	Polpa de frutas
Exigências de padrão e qualidade	Para o produto negociado formalmente exige-se boa qualidade e de ponto ideal de colheita. Já para o tomate negociado informalmente, não há padronização do produto entregue	Variedades específicas para fritura. As agroindústrias de <i>chips</i> adquirem apenas a batata especial (peneira 45), enquanto as de palha, não exigem classificação	O produto deve apresentar qualidade satisfatória para o consumo e tamanho superior. Defeitos de pele e doenças como "camisa d'água" são toleráveis	As principais exigências estão relacionadas ao aspecto fitossanitário da fruta
Financiamento	A agroindústria fornece alguns insumos, como fertilizantes, mudas e adubos, além de dinheiro para a mão-de-obra. Cabe ao produtor pagar as demais despesas, como energia do pivô central e trabalhos tratorizados	As indústrias de <i>chips</i> garantem acompanhamento técnico, com engenheiros colocados à disposição para visitas rotineiras às lavouras	A maioria das indústrias não faz contratos formais com os produtores, comercializando com eles apenas durante a safra. Assim, não fornecem insumos nem adiantam o pagamento	Não há qualquer financiamento por parte da agroindústria
Colheita e frete	A responsabilidade da colheita é do produtor, enquanto que o frete fica por conta da indústria	A responsabilidade da colheita é geralmente do produtor, enquanto o frete fica por conta da indústria	A responsabilidade da colheita é do produtor, enquanto o frete geralmente fica por conta da indústria	Ambos geralmente ficam sob responsabilidade do produtor
Oportunidades de mercado	A negociação com a agroindústria é recomendável aos agricultores com grande escala de produção, uma vez que a margem de lucro por caixa é pequena	Deve-se avaliar as oportunidades de integração oferecidas pelas grandes indústrias, sobretudo de <i>chips</i> . A indústria de palha pode ser uma boa opção de escoamento para as batatas que não podem ser absorvidas pelo mercado <i>in natura</i>	É recomendável priorizar a produção destinada ao mercado doméstico e direcionar o produto sem os padrões de mercado para a indústria	Recomenda-se priorizar a produção destinada ao mercado doméstico e enviar as frutas de descarte para a agroindústria
Onde se encontram as agroindústrias	Na região Centro-Oeste do país, principalmente, no estado de São Paulo e na região Nordeste em menor expressividade	Nos estados de São Paulo e do Paraná	Principalmente no estado de São Paulo, além de Goiás e Santa Catarina, em menor expressividade	Nas regiões Sudeste e Nordeste do País, principalmente, em virtude da proximidade aos centros produtores de frutas