



AgEcon SEARCH

RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search

<http://ageconsearch.umn.edu>

aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

No endorsement of AgEcon Search or its fundraising activities by the author(s) of the following work or their employer(s) is intended or implied.



POTENCIALIDADES DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO DE AMENDOIM

WAGNER LUIZ LOURENZANI; ANA ELISA BRESSAN SMITH LOURENZANI;

UNESP

TUPÃ - SP - BRASIL

wagner@tupa.unesp.br

APRESENTAÇÃO SEM PRESENÇA DE DEBATEDOR

SISTEMAS AGROALIMENTARES E CADEIAS AGROINDUSTRIAIS

Potencialidades do agronegócio brasileiro de amendoim

**Grupo de Pesquisa: SISTEMAS AGROALIMENTARES E CADEIAS
AGROINDUSTRIAIS**

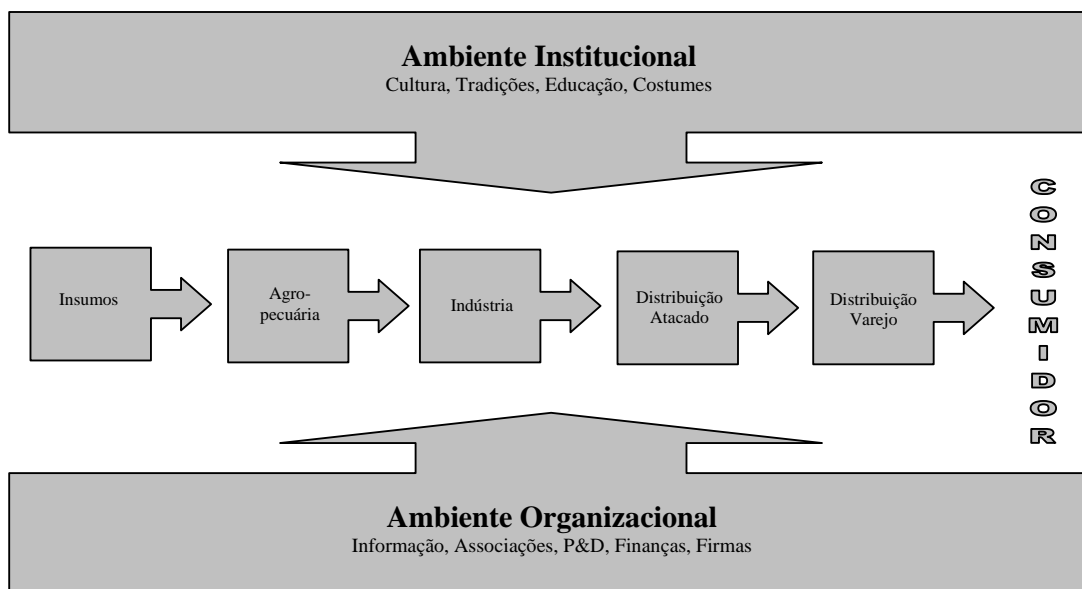
RESUMO

Considera-se que o agronegócio do amendoim tenha grande relevância e potencial no agronegócio brasileiro. Esta relevância pode ser evidenciada pela sua importância econômica e social. Entretanto este setor enfrentou problemas em sua competitividade devido aos atrasados padrões tecnológicos de cultivo e colheita até então utilizados, e à estrutura de comercialização. Observa-se que esse cenário tem sido revertido nos últimos anos. A cultura do amendoim passa atualmente por um período de transição. Soluções tecnológicas estão sendo disponibilizadas para o produtor, cooperativas e demais agentes envolvidas no setor. Estudos relacionados ao setor são escassos, por isso analisar o agronegócio do amendoim no Brasil, bem como as principais barreiras e oportunidades existentes nesse setor, é o primeiro passo para fornecer informações que contribuirão para o aumento da sua competitividade. Para alcançar esse objetivo, foram utilizados um levantamento de dados secundários e entrevistas com agentes-chaves. Os dados foram sistematizados por meio da análise de SWOT. Os resultados indicam que o agronegócio do amendoim apresenta um grande potencial de crescimento devido à crescente demanda por esse produto, além disso, apresenta condições adequadas para sua produção. Por outro lado, a carência de pesquisa, a falta de investimentos em infra-estrutura de armazenamento consistem suas barreiras à competitividade desse setor.

1. INTRODUÇÃO

O *agribusiness* representa o maior negócio da economia brasileira. Tem contribuído nos últimos anos entre 25% a 30% do total da produção nacional, gerado aproximadamente 40% de todos os empregos e respondendo por cerca de 40% das exportações (GASQUES et al., 2004). São observadas nesse setor, grandes vantagens competitivas e comparativas, e uma das principais alternativas para que o país aumente sua integração à economia mundial.

Partindo de uma abordagem sistêmica, o agronegócio é visto como uma cadeia produtiva que envolve desde a fabricação de insumos, a produção nos estabelecimentos agropecuários, o processo de transformação nas agroindústrias, a distribuição dos produtos agroindustriais até o consumo (FIGURA 1). Esta cadeia, inserida dentro de um ambiente institucional, incorpora ainda toda uma rede de serviços de apoio, isto é, organizações e instituições responsáveis pela logística, pelo desenvolvimento e difusão de tecnologias, pela assistência técnica, serviços de créditos, entre outros.



Fonte: ZYLBERSZTAJN e FARINA (1997).

FIGURA 1 - Estrutura do sistema agroindustrial brasileiro.

Dessa forma, o valor agregado desse sistema agroindustrial passa, obrigatoriamente, por 5 mercados: o de insumos, o agropecuário, o agroindustrial, o de distribuição e o do consumidor final (GASQUES et al., 2004).

Na composição do Produto Interno Bruto (PIB) do Agronegócio Brasileiro, o setor primário da agropecuária tem apresentado relevantes indicadores de crescimento; impulsionado, principalmente, pelas taxas positivas e altas de crescimento de sua produção e produtividade. O país tem despontado como um dos líderes na produção e exportação de grãos, carnes, milho, tabaco e outros produtos. Neste contexto, alguns setores agrícolas não tão destacados têm se organizado, buscando um lugar na elite do *agribusiness* brasileiro – este é o caso do amendoim.

No cenário agrícola brasileiro, a cultura do amendoim já teve, em um passado não muito distante, uma posição de destaque. Numa época em que a soja ainda não havia dominado o mercado das oleaginosas no Brasil, o amendoim era uma das principais

matérias-primas para a fabricação de óleo comestível. Entretanto, problemas tecnológicos, relacionados principalmente ao processo de colheita, levaram a cultura a uma posição quase marginal dentro do atual quadro da agricultura brasileira.

O amendoim passou a enfrentar problemas de difícil solução, devido aos atrasados padrões tecnológicos de cultivo e colheita até então utilizados, e à estrutura de comercialização. A ampliação da área plantada com soja, cultura de exportação totalmente mecanizada, contribuiu para que a cultura do amendoim fosse relegada a um segundo plano também na ordem de prioridades da pesquisa.

Sem estrutura, ofertando um produto carente de padrão de qualidade, o mercado de amendoim passou a ser marcado pela instabilidade na oferta e pela queda na liquidez, com um dramático aumento dos índices de inadimplência em todos os elos da cadeia produtiva. Produtores e empresas passaram a considerar como quase certo o desaparecimento da cultura do amendoim com atividade comercial competitiva no Brasil.

Entretanto, a cultura do amendoim passa atualmente por um período de transição. As soluções tecnológicas para a colheita mecanizada e a secagem artificial do produto já estão sendo disponibilizadas para o produtor, cooperativas e demais empresas envolvidas no setor. A tecnologia voltada à produção tem tudo para evoluir no mesmo ritmo, pois os produtores estão em busca de técnicas agrícolas que permitam maior produtividade e custo de produção menor.

Tais tecnologias podem levar a cultura do amendoim a ser lucrativa para o produtor. O desenvolvimento desta cultura é de grande interesse para a indústria de alimentos, devido à demanda internacional por amendoim de boa qualidade e ao potencial representado pelo mercado interno brasileiro.

Considera-se que a cultura do amendoim tenha grande relevância e potencial no agronegócio brasileiro. Esta relevância pode ser evidenciada sob dois aspectos: a) importância econômica, como base na receita gerada para as regiões produtoras e processadoras, bem como seu impacto para a balança comercial, no caso das exportações; e b) importância social, a partir dos empregos diretos e indiretos gerados em todos os elos da sua cadeia produtiva.

Estudos relacionados ao setor são escassos, por isso, analisar o agronegócio do amendoim no Brasil, bem como as principais barreiras e oportunidades existentes nesse setor, é o primeiro passo para fornecer informações que contribuirão para o aumento da sua competitividade.

Neste contexto, o objetivo geral deste trabalho é analisar o agronegócio do amendoim no Brasil, evidenciando suas potencialidades e seus desafios como contribuinte do desenvolvimento e da competitividade dessa cadeia produtiva.

Especificamente, pretende-se caracterizar o agronegócio mundial e brasileiro do amendoim; identificar os pontos fortes e fracos existentes na cadeia do amendoim; e, examinar as barreiras e oportunidades que o ambiente externo revela para o desenvolvimento desse setor.

2. REVISÃO TEÓRICA

VAN DER VORST et al. (1998) relataram que, tradicionalmente, as informações a respeito da demanda, compartilhadas entre as organizações ao longo de uma cadeia produtiva, restringem-se a pedidos de compras. Considerando que cada organização tende

a gerenciar seus dados internos (como padrões de vendas, níveis de estoque, capacidade de produção etc.) de forma individual, sem compartilhamento de informações entre os agentes, alterações inesperadas nos pedidos de compra irão causar um desequilíbrio à cadeia. FORRESTER (1961) demonstrou, através de simulação, que alterações na demanda dos produtos causam uma distorção, de forma ampliada, às organizações que se localizam a montante das cadeias produtivas. Esse fenômeno, conhecido como “Efeito Forrester”, implica uma série de custos devido à formação de estoques excessivos, ao excesso de matéria-prima, à capacidade ociosa e à defasagem de tempo entre o pedido e a entrega. Dessa forma, VAN DER VORST et al. (1998) sugerem que o efeito pode ser uma consequência da reação às incertezas na demanda ou no fornecimento, da complexidade ou, ainda, da estrutura dos processos de decisão.

Aqueles autores distinguiram quatro fontes de incerteza, que têm impactos restritivos no desempenho operacional das cadeias produtivas. A primeira fonte se refere ao horizonte de previsão de demanda, que engloba o período de tempo entre um pedido e o recebimento das mercadorias do pedido seguinte. O longo tempo decorrido contribui para aumentar a incerteza relacionada ao processo. Os dados de entrada (*input*) disponíveis para uma decisão consistem na segunda fonte de incerteza. A terceira está relacionada com os processos de decisão e com os processos administrativos internos da organização, principalmente as políticas de decisão e o comportamento humano. A quarta fonte diz respeito, principalmente, a cadeias agroalimentares, ou seja, é a incerteza inerente relacionada à demanda, ao processo e ao fornecimento.

Mecanismos para reduzir as incertezas e a complexidade dos processos de decisão podem ser instituídos dentro das organizações. No entanto, os maiores benefícios podem ser alcançados quando esses mecanismos são instituídos de forma interorganizacional, ou seja, quando há certa interação entre as organizações relacionadas, visando a coordenação dos agentes envolvidos nessa cadeia (ou rede) de suprimentos.

A coordenação dos sistemas agroalimentares é definida como o resultado da ação de diferentes mecanismos que permitem suprir as necessidades dos consumidores finais (ZYLBERSZTAJN, 1995). Essa definição engloba a coordenação através de mecanismos de preços, mecanismos contratuais e aspectos institucionais. A coordenação pode também ser definida como a habilidade de transmitir informações, estímulos e controles ao longo das etapas sequenciais que integram os conjuntos de atividades necessárias para atender ao mercado (FARINA e ZYLBERSZTAJN, 1994).

BATALHA e SILVA (1999) consideram que é necessária uma relação direta com a coordenação das atividades de suprimento, produção e distribuição, desenvolvidas pelas empresas de uma cadeia. A gestão desse processo é conhecida como *Supply Chain Management* (SCM) ou Gestão da Cadeia de Suprimentos. Alguns conceitos relacionados serão apresentados a seguir.

Percebe-se que, na literatura, há diferentes definições para a expressão *Supply Chain Management* (SCM) ou Gestão da Cadeia de Suprimentos. Frequentemente, é confundida com o conceito de logística (LAMBERT et al., 1998; BALLOU, 2001; WOOD Jr. e ZUFFO, 1998). LAMBERT et al. (1998) esclareceram que a gestão da cadeia de suprimentos era vista como a logística fora dos limites da firma, incluindo fornecedores e consumidores. Entretanto, o conceito de gestão de cadeia de suprimentos foi repensado,

indicando que a logística¹ é uma parte dele. O conceito de gestão da cadeia de suprimentos buscou integrar a logística da cadeia, os relacionamentos e os processos de negócios (LAMBERT et al., 1998). Essa falta de entendimento pode ser devida ao fato de a logística ser um processo funcional e operacional, enquanto a gestão da cadeia de suprimentos é tida como um conceito filosófico, ou seja, os aportes são conceituais e não operacionais. Além disso, o SCM exige estruturas de controle não contempladas na definição de logística.

Esses autores apresentaram um conceito mais amplo da gestão da cadeia de suprimentos. Esta consiste na gestão integração dos processos de negócio desde o consumidor final até os fornecedores primários fornecendo produtos, serviços, e informações que agreguem valor para os consumidores e para os agentes envolvidos (LAMBERT et al., 1998)

WOOD Jr. e ZUFFO (1998) definiram a gestão da cadeia de suprimentos como “uma metodologia desenvolvida para alinhar todas as atividades de produção de forma sincronizada, visando reduzir custos, minimizar ciclos e maximizar o valor percebido pelo cliente final por meio do rompimento das barreiras entre departamentos e áreas”(p.4). Tal conceito tem a firma como unidade central de análise, buscando o melhor desempenho dentro da empresa, porém é incompleto, pois desconsidera os ganhos da coordenação dos agentes envolvidos na cadeia produtiva.

HUTT e SPEH (2001) acrescentaram a essa definição o fato de que as cadeias de suprimentos devem ser gerenciadas de forma integrada, considerando os relacionamentos, a informação e os fluxos materiais, além dos limites da firma, com o objetivo de diminuir custos e tornar os fluxos mais eficientes. Para esses autores, a gestão da cadeia de suprimentos é vista como um instrumento capaz de construir vantagem competitiva para a cadeia como um todo. Para que esse processo conduza ao aumento da competitividade, é necessário que haja integração, cooperação e compartilhamento de informações, tanto dentro da organização como entre as organizações. Esses autores consideraram ainda que, para incrementar a competitividade, a gestão da cadeia de suprimentos tem como objetivos principais a redução do gasto (desperdício), a redução do *lead-time*, a flexibilidade e a redução do custo unitário.

Considerando a grande quantidade de definições e conceitos na literatura, COOPER et al. (1997) destacaram alguns pontos em comum na definição da Gestão da Cadeia de Suprimentos:

- ✓ envolve vários estágios de integração e coordenação inter e intra-organizacional, incluindo as operações de toda a cadeia, desde a obtenção de matéria-prima até o consumidor final;
- ✓ o gerenciamento dos relacionamentos inter e intra-organizacionais é de extrema importância, pois muitas organizações podem estar envolvidas;
- ✓ inclui o fluxo bidirecional de produtos e informação e as atividades operacionais e gerenciais envolvidas;
- ✓ busca oferecer valor ao cliente, com o uso apropriado dos recursos, visando obter vantagem competitiva.

¹ “Logística é a parte do SCM que planeja, implementa e controla, de forma eficiente, os fluxos e o armazenamento de mercadorias, serviços e informações relacionados desde o ponto de origem até o ponto de consumo, buscando atender às exigências dos clientes.” (Council of Logistics Management, 2002).

Todas essas definições apontam para a necessidade de coordenação e de visão sistêmica para tornar uma cadeia mais eficiente e, portanto, mais competitiva.

VAN DER VORST et al. (1998) ainda acrescentaram que a competição não está entre as organizações que compõem a cadeia de suprimentos, mas entre as próprias cadeias. Considerando que as organizações podem participar como agentes de mais de uma cadeia, formando verdadeiras redes, pode-se inferir que a competição não se encontra mais no âmbito das cadeias e, sim, no das redes. Entretanto, é difícil demarcar os limites (contornos) dessa rede. BATALHA e SILVA (1999) acrescentaram que os contornos podem se tornar ampliados, de tal forma que descaracterizariam a noção principal de uma cadeia agroindustrial, dificultando, assim, os processos de gerenciamento e coordenação.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a consecução dos objetivos deste artigo, a estrutura metodológica foi dividida em duas etapas: levantamento de dados secundários e um estudo empírico baseado em entrevistas. Primeiramente, foram consultadas referências bibliográficas relevantes sobre o sistema de produção de amendoim no Brasil e no Mundo, suas características, sua importância sócio-econômica e principais tendências.

Posteriormente, foi realizado um estudo empírico, por meio de uma pesquisa de campo abrangendo alguns agentes-chaves da cadeia agroindustrial do amendoim. O tipo de amostragem foi intencional, não-probabilística. Nessa etapa foram elaborados questionários com perguntas abertas, visando coleta de dados primários. As entrevistas foram realizadas, *in loco*, no período de janeiro a junho de 2005.

Para sistematização dos dados foi utilizada a análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*), que identifica os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças acerca da competitividade do agronegócio do amendoim brasileiro. A análise de ameaças e oportunidades reflete a competitividade do setor no ambiente externo, enquanto a análise de pontos fortes e fracos reflete a competitividade interna desta cadeia agroindustrial. Neste artigo, avaliam-se as competências do agronegócio do amendoim para aproveitar as oportunidades relacionadas com a comercialização no mercado interno e externo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. Cenário Mundial do Amendoim

Originário da América do Sul, o amendoim (*Arachis hypogea* L.) pertence ao grupo das plantas leguminosas oleaginosas. A importância econômica dessa cultura está relacionada ao fato dos seus grãos possuírem sabor agradável e serem ricos em óleo (aproximadamente 50%) e proteína (22 a 30%). Além disso, contêm carboidratos, sais minerais e vitaminas, constituindo-se num alimento altamente energético (585 calorias/100 g/grão). Devido à alta qualidade nutricional, este produto pode ser largamente aproveitado na alimentação, principalmente como suplemento protéico².

² O amendoim integra a dieta alimentar diária de regiões pobres da África e da Ásia, onde a situação nutricional da população é precária, com altas taxas de mortalidade infantil, e o preço da proteína animal é alto.

O amendoim é um produto consumido mundialmente nas formas *in natura* e processado. Além do óleo comestível, este produto é uma das principais matérias-primas do ramo de confeitaria, sendo utilizado na indústria de alimentos como ingrediente na produção de balas, doces, bombons e pastas³.

O amendoim está entre as oleaginosas mais cultivadas no mundo. Segundo CONAB (2005), na safra 2001/2002, a produção mundial de amendoim ficou atrás apenas da soja (56,8%), do algodão (11,3%) e da colza (11,1%). Cerca de 8 milhões de toneladas anuais de grãos destinam-se ao consumo como alimento *in natura* ou industrializado, e 15 a 18 milhões são esmagados para fabricação de óleo comestível (CONAB, 2005).

Em 2004, a produção mundial de amendoim foi estimada em 34.591 mil toneladas (AGRIANUAL, 2005). De acordo com a TABELA 1, verifica-se que os principais países produtores são a China, Índia, Estados Unidos, Nigéria e Indonésia, respondendo por aproximadamente 80% da produção mundial desta *commodity*. Atualmente, a produção brasileira de amendoim é pouco significativa para o mercado internacional. Ocupa a 13^o posição entre os maiores países produtores, representado aproximadamente 0,6% de toda produção mundial. Verifica-se que o nível de produção mundial cresceu 18% entre as safras 99/00 e 03/04.

TABELA 1: Produção mundial de amendoim entre 1999-2004 (mil toneladas).

Produção (mil toneladas)	1999/2000	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004
China	12.639	14.437	14.415	14.818	15.800
Índia	5.500	5.700	7.600	5.200	7.500
Estados Unidos	1.737	1.481	1.940	1.506	1.960
Nigéria	1.450	1.470	1.490	1.510	1.520
Indonésia	1.020	1.040	1.033	1.086	1.190
SUB-TOTAL	22.346	24.128	26.478	24.120	27.970
Brasil	172	197	189	175	213
Outros	6.731	6.952	7.108	6.055	6.408
TOTAL	29.249	31.347	33.775	30.350	34.591
5 maiores (%)	76,40%	76,97%	78,39%	79,47%	80,85%
Brasil (%)	0,58%	0,63%	0,56%	0,58%	0,62%

Fonte: USDA, citado em AGRIANUAL, 2005.

Atualmente, os grandes mercados consumidores são também os principais países produtores. De acordo com a TABELA 2, verifica-se que os cinco maiores consumidores (China, Índia, Estados Unidos, Nigéria e Indonésia) correspondem, em média, com 75% do amendoim consumido no mundo.

TABELA 2: Consumo mundial de amendoim entre 1999-2004 (mil toneladas).

Consumo (em mil toneladas)	1999/2000	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004
China	11.914	13.615	13.512	13.728	14.702
Índia	5.350	5.559	7.454	5.205	7.400
Estados Unidos	1.554	1.402	1.542	1.591	1.672

³ Nos Estados Unidos, além de outras utilizações em confeitaria, cerca de 500 mil toneladas são destinadas especificamente à fabricação da pasta ou manteiga de amendoim (*peanut butter*), consumida em sanduíches, em substituição a manteigas ou margarinas convencionais (CORREPAR, 2005).

Nigéria	1.450	1.470	1.490	1.510	1.520
Indonésia	1.143	1.157	1.151	1.116	1.269
SUB-TOTAL	21.411	23.203	25.149	23.150	26.563
Outros	7.624	7.922	8.288	7.357	7.635
TOTAL	29.035	31.125	33.437	30.507	34.198
5 maiores (%)	73,74%	74,55%	75,21%	75,88%	77,67%

Fonte: USDA, citado em AGRIANUAL, 2005.

Entretanto, o Japão, a União Européia (Alemanha, Holanda, França, Espanha e Reino Unido, etc.), a Rússia, o Canadá e o México são também grandes consumidores de amendoim. Estas são regiões que não têm tradição na produção do grão. Portanto, esses são considerados os maiores importadores do produto no mercado internacional. De acordo com a TABELA 3, verifica-se que estas regiões concentram cerca de 70% da aquisição do amendoim comercializado no mundo. Analisando especificamente a União Européia⁴, percebe-se claramente a importância deste mercado no cenário mundial de amendoim. Os países europeus são responsáveis por mais de 40% da aquisição deste produto no mundo.

TABELA 3: Principais importadores de amendoim entre 1999-2004 (mil toneladas).

Região	1999/2000	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004
UE (25)	655	703	721	696	725
Japão	129	128	132	133	132
Rússia	60	98	124	121	132
Canadá	116	108	110	106	106
México	114	91	116	98	90
SUB-TOTAL	1074	1128	1203	1154	1171
Outras regiões	479	493	545	440	470
TOTAL	1553	1621	1748	1594	1641
5 maiores	69,16%	69,59%	68,82%	72,40%	71,36%
UE (25)	42,18%	43,37%	41,25%	43,66%	44,18%

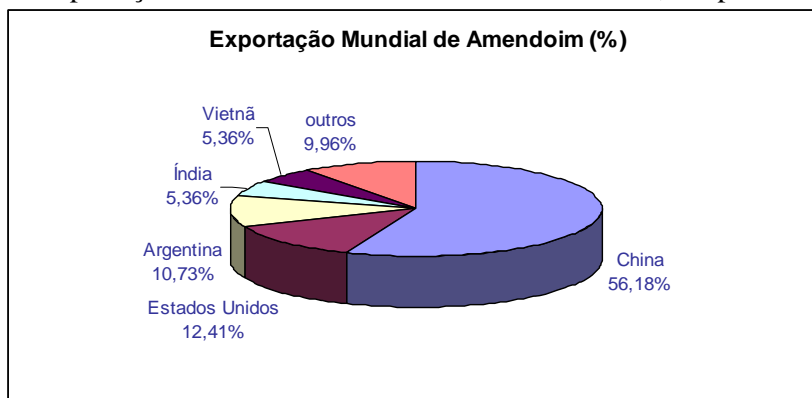
Fonte: USDA, citado em AGRIANUAL, 2005.

O abastecimento deste mercado é realizado basicamente por 5 países (China, Estados Unidos, Argentina, Índia e Vietnã). A participação destes países no mercado de exportação de amendoim é apresentada no GRÁFICO 1. Com mais de 50% das exportações do mercado internacional, a China transaciona mais de 1 milhão de toneladas de amendoim por ano. Os Estados Unidos, que além de grande produtor e consumidor, é também um grande exportador, com aproximadamente 12% do mercado.

Destaque deve ser dado à Argentina, que ocupa o terceiro lugar no ranking dos maiores exportadores de amendoim, mesmo sem representatividade no mercado produtor e consumidor. O país ocupa apenas a 10ª posição no ranking dos países produtores. Além disso, embora tenha um consumo *per capita* elevado (2,5 kg/pessoa), o país não tem uma representatividade significativa no mercado mundial de consumo de amendoim.

⁴ Inicialmente, a UE era formada apenas por seis países: Alemanha, Bélgica, França, Itália, Luxemburgo e Países Baixos. A Dinamarca, a Irlanda e o Reino Unido aderiram em 1973, a Grécia em 1981, Espanha e Portugal em 1986 e a Áustria, a Finlândia e a Suécia em 1995. Em 2004, ocorreu a maior adesão, com 10 novos países.

GRÁFICO 1: Exportação de amendoim no mercado internacional, em porcentagem.



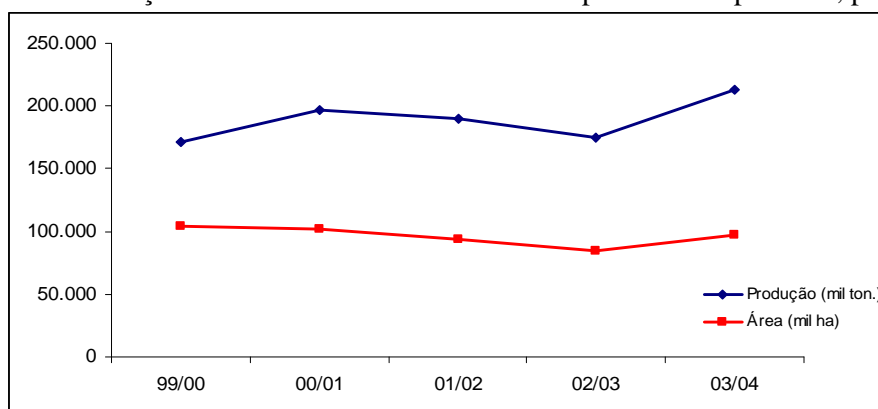
Fonte: elaborado pelo autor, a partir de AGRIANUAL (2005).

4.2. Agronegócio Brasileiro do Amendoim

O amendoim é cultivado em escala comercial há muitos anos no Brasil. Sua produção teve importância expressiva no abastecimento interno de óleos vegetais comestíveis na década de 60. Na década de 70, foram produzidas cerca de 1 milhão de toneladas desse grão, tendo declinado desde então, devido, principalmente, ao avanço da produção de soja no país.

Nos últimos cinco anos, entretanto, tem sido verificado um aumento da produção brasileira de amendoim. Como pode ser observado no GRÁFICO 2, embora a área plantada tenha se mantido praticamente estável, a quantidade produzida cresceu aproximadamente 25% entre as safras de 1999/2000 e 2003/2004, evidenciando a evolução da produtividade do grão no país.

GRÁFICO 2: Produção de amendoim no Brasil e sua respectiva área plantada, por safra.



Fonte: elaborado pelo autor, a partir de AGRIANUAL (2005).

De acordo com AGRIBUSINESS (2005), a importância do setor de amendoim no Brasil pode ser evidenciada pelas 152 empresas que produzem 92 mil toneladas de produtos finais, representando um mercado da ordem de R\$ 840 milhões e empregando

42.000 pessoas; dos quais, 24% estão na agricultura, 19% na indústria e os 57% restantes estão em atividades indiretas.

A balança comercial do amendoim no Brasil tem revelado um significativo crescimento das exportações nos últimos anos. De acordo com a TABELA 4, no ano de 2004, a quantidade de amendoim exportado cresceu 180% em relação a 2003. Além disso, considerando o primeiro quadrimestre de 2005, observa-se que a quantidade exportada já é 110% maior do que o mesmo período do ano anterior.

TABELA 4: Balança comercial do amendoim no Brasil.

Brasil	2003		2004		Jan/Abr 2004		Jan/Abr 2005	
	ton.	mil US\$	ton.	mil US\$	ton.	mil US\$	ton.	mil US\$
Exportação	13.684	9.469	38.838	26.151	7.076	5.003	14.967	9.918
Importação	337	149	179	164	54	49	53	49
Saldo	13.347	9.320	38.659	25.987	7.022	4.951	14.914	9.869

Fonte: SECEX/MDIC, 2005.

O cultivo brasileiro de amendoim é concentrado na região sudeste, principalmente no Estado de São Paulo (TABELA 5). Verifica-se que esta região é responsável por aproximadamente 80% da produção nacional.

TABELA 5: Produção brasileira (ton) de amendoim por regiões, no período de 1999-2003.

Produção (toneladas)	1999/2000	2000/2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004
Região Norte	-	-	-	-	-
Região Nordeste	6.400	5.400	5.600	10.000	14.700
Região Sul	10.300	17.200	15.900	14.300	14.000
Região Centro-Oeste	-	-	-	-	-
Região Sudeste	154.900	174.100	167.900	150.600	184.500
TOTAL	171.600	196.700	189.400	174.900	213.200
Estado de São Paulo	149.800	164.500	157.400	146.400	169.100
São Paulo (%)	87,30%	83,63%	83,10%	83,70%	79,32%

Fonte: CONAB citado em AGRIANUAL, 2005.

Duas são as regiões de cultivo no Estado de São Paulo, a região da Alta Mogiana, que engloba a EDR/Ribeirão Preto e vizinhanças, e a região da Alta Paulista, que abrange a EDR/Tupã e vizinhanças. Em ambas as regiões o sistema de produção predominante consiste no arrendamento de terras, principalmente por produtores de porte médio (MARCELINO et al., 2003).

Na região canavieira de Ribeirão Preto (Alta Mogiana) o cultivo de amendoim é realizado com o objetivo de renovação de canaviais. Já na região de Tupã (Alta Paulista) o cultivo de amendoim é utilizado para renovação de pastagens. A colheita é realizada em duas épocas distintas, de acordo com a região em que é plantada.

4.3. Análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

A seguir são descritos os resultados da análise SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) da cadeia agroindustrial do amendoim. Considerando que o consumo de amendoim no mercado brasileiro é estável, esta análise orientou-se pela competitividade do amendoim no mercado internacional.

Pontos Fortes (*Strengths*):

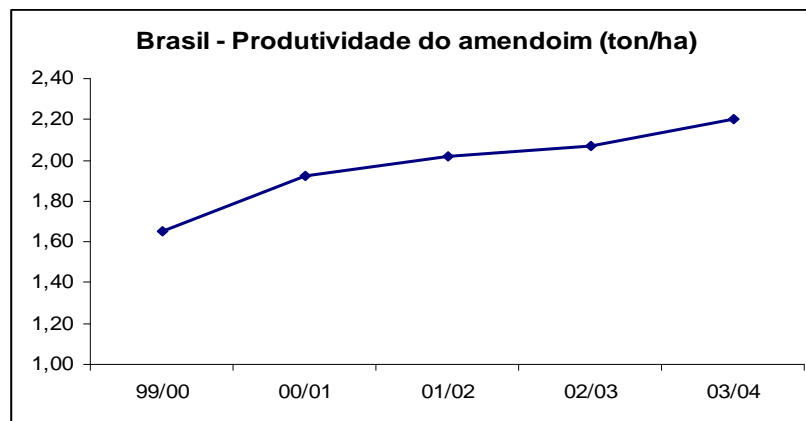
O Agronegócio brasileiro tem se mostrado competente internacionalmente em diversos produtos agrícolas, e o setor produtivo do amendoim vem em busca também desta competitividade.

O Brasil, como maior produtor mundial de açúcar, oferece ao produtor de amendoim grandes áreas utilizadas na produção de cana-de-açúcar para o uso temporário e rápido (rotação de culturas, renovação de áreas). Além disso, os custos de produção podem ser diluídos entre as culturas.

O país está ficando rapidamente auto-suficiente em máquinas e equipamentos para o desenvolvimento da atividade. O produtor brasileiro tem utilizado o amendoim do tipo *Runner*⁵, o qual tem mercado consolidado e aceito internacionalmente.

O conhecimento tecnológico do país neste segmento já é suficiente para produzir um produto com alta qualidade, além das condições necessárias para obter a melhor produtividade (ton/ha) do mundo na produção de amendoim (GRÁFICO 3).

GRÁFICO 3: Produção de amendoim no Brasil e sua respectiva área plantada, por safra.



Fonte: elaborado pelo autor, a partir de AGRIANUAL (2005).

Novas linhagens e variedades de amendoim foram lançadas comercialmente, disponibilizando ao agricultor opções mais adequadas em função da região e do cliente. Além disso, tecnologias de secagem e armazenamento de amendoim foram desenvolvidas, proporcionando maior segurança e qualidade ao produto (*food security*).

⁵ O cultivar do amendoim *Runner* IAC 886, desenvolvido no Brasil, tem características aceitas internacionalmente e destina-se a atender o mercado externo. O IAC 886 é muito semelhante aos grãos produzidos em outros países exportadores, como os Estados Unidos, a Argentina e a China.

O mercado interno de amendoim tem a capacidade de absorver a maior parte da produção nacional. Embora estável, o mercado doméstico tem possibilidade de se expandir. O aumento do consumo nacional, além de propiciar ampliação do mercado, pode possibilitar uma redução das incertezas e maior proteção do produtor contra possíveis crises internacionais do setor. Esta condição permite que o consumo nacional de amendoim sirva como um "colchão"

Portanto, a somatória de todos os pontos fortes anteriores resulta em vantagens comparativas para o país.

Pontos Fracos (Weaknesses):

Diversos autores apontam as incertezas relacionadas à sazonalidade (ou oscilação) de preços, ausência de contratos e comportamentos oportunistas como principais entraves para a competitividade da cadeia produtiva do amendoim (MARCELINO et al. 2003; FARIA Jr., 2003; FREITAS e AMARAL, 2002). O baixo nível tecnológico adotado colabora para problemas relacionados à segurança do alimento como a recorrente contaminação por uma toxina, a aflatoxina, que impede o consumo do produto tanto *in natura* quanto processado.

Embora disponível, a atual tecnologia de produção e processamento do amendoim não foi absorvida de forma semelhante por todos os agentes da cadeia produtiva. Os investimentos necessários para a adoção de tecnologia no processamento como secadores, armazéns e unidades de processamento representam um custo elevado, nem sempre possível de ser realizado por todos os agentes.

Atualmente, novas linhagens de amendoim e campos de sementes fiscalizadas têm atendido o mercado doméstico; entretanto, a estrutura e a capacidade de processamento e armazenamento atual podem limitar o crescimento futuro do setor.

Embora o setor tenha capacidade de crescer a altas taxas anuais, o país não possui infra-estrutura de pós-colheita e pré-armazenamento suficiente para suportar esse crescimento. Além disso, outros gargalos da cadeia produtiva seriam as insuficientes capacidades de armazenamento, processamento e esmagamento do produto.

Alguns aspectos da conjuntura da economia nacional desfavorecem o desenvolvimento do agronegócio brasileiro e, conseqüentemente, do setor produtivo do amendoim. A logística ineficiente de transporte de *commodities* agrícolas onera o produto, diminuindo sua competitividade no mercado internacional. A política fiscal desestimula o setor devido à carga tributária e à falta de maiores incentivos às exportações. A política macroeconômica e seus instrumentos, como taxa de juros e taxa de câmbio, consistem em barreiras para o crescimento do agronegócio do amendoim. Considerando a política agrícola, observa-se, principalmente o uso ineficaz, ou até a não utilização, de seguro agrícola e dificuldades em acessar financiamentos para condução e carregamento de estoques do amendoim.

Apesar das contingências do ambiente externo, verifica-se a necessidade de organização dessa cadeia produtiva e uma maior coordenação dos seus agentes visando ao estabelecimento desse setor como parte importante do agronegócio brasileiro. Esta organização possibilitaria a promoção e fortalecimento do setor a nível nacional e internacional.

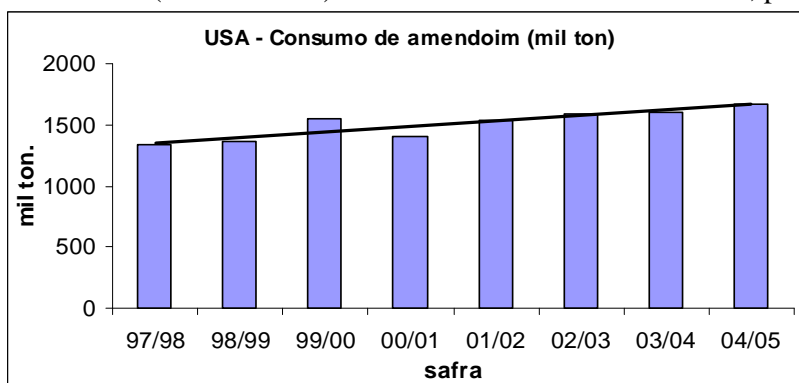
Oportunidades (Opportunities):

A União Européia, que é o principal mercado importador, não é uma região produtora de amendoim. Além disso, os compradores europeus têm se mostrado receptivos ao amendoim brasileiro.

Embora a oferta mundial de amendoim de qualidade ainda esteja concentrada nos Estados Unidos e na Argentina, conjunturas tem propiciado oportunidades ao agronegócio brasileiro de amendoim.

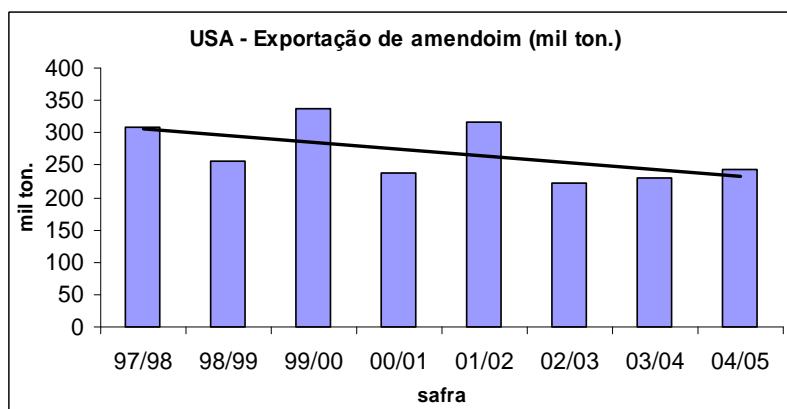
Em relação aos Estados Unidos, especificamente, verifica-se que a política agrícola vem modificando paulatinamente. Ou seja, ferramentas de política agrícola, como subsídios, quotas etc., tem sido menos utilizadas como proteção aos produtores americanos. Além disso, enquanto o consumo doméstico de amendoim nos Estados Unidos tem aumentado nos últimos anos (GRÁFICO 4), a pauta de exportação deste produto, neste país, vem decrescendo (GRÁFICO 5).

GRÁFICO 4: Consumo (mil toneladas) de amendoim nos Estados Unidos, por safra.



Fonte: elaborado pelo autor, a partir de AGRIANUAL (2005).

GRÁFICO 5: Exportação (mil toneladas) de amendoim pelos Estados Unidos, por safra.

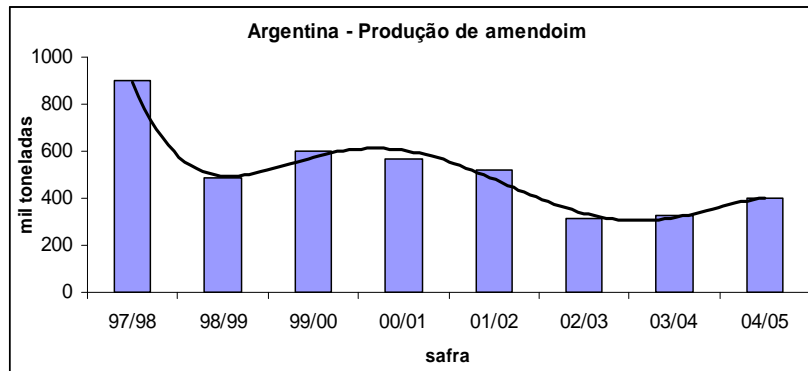


Fonte: elaborado pelo autor, a partir de AGRIANUAL (2005).

A Argentina, que é um dos principais exportadores mundiais de amendoim, tem apresentado instabilidades no nível de produção desta cultura (GRÁFICO 6). Tal instabilidade é ocasionada por problemas de produtividade e pelos riscos associados à sua

produção. Neste país, a cultura do amendoim sofre concorrência com a soja, seja pela área disponível, seja pela rentabilidade da produção.

GRÁFICO 6: Produção (mil toneladas) de amendoim na Argentina, por safra.

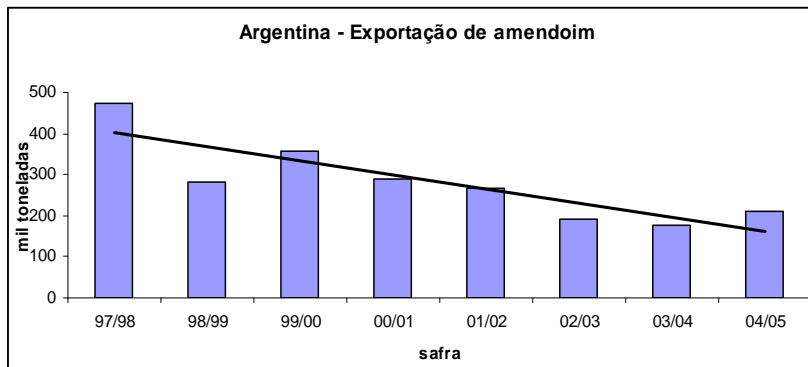


Fonte: elaborado pelo autor, a partir de AGRIANUAL (2005).

Essas oscilações na produção têm repercutido negativamente na sua pauta de exportações (GRÁFICO 7). Além disso, a Argentina não apresenta um mercado interno suficiente para atuar como um “colchão” contra eventuais crises.

Com relação aos outros dois grandes exportadores de amendoim (China e Índia), verifica-se que o amendoim ofertado por esses países é considerado, apesar de baixo custo, de baixa qualidade. Assim, quando a oferta mundial de amendoim é abundante, o produto oferecido por esses países não tem a preferência do mercado consumidor.

GRÁFICO 7: Produção (mil toneladas) de amendoim na Argentina, por safra.



Fonte: elaborado pelo autor, a partir de AGRIANUAL (2005).

Ameaças (Threats):

Embora o panorama americano, apresentado anteriormente, revele oportunidades para o desenvolvimento do agronegócio brasileiro do amendoim, não se deve considerar que os EUA perderam o "apetite" pelas exportações desse produto. Considerando que os agricultores americanos não estão mais sob o protecionismo do governo de seu país, tem sido verificado um processo de organização destes, por meio de associações, contratos, parcerias etc.. Tais produtores estão investindo em tecnologias, a fim de reduzir custos de

produção e aumentar a produtividade. Além disso, está ocorrendo uma migração do plantio de amendoim do sudeste para o sudoeste dos EUA; isto porque, esta nova região tem oferecido maiores rendimentos à atividade.

Em relação à Argentina, deve-se considerar que o país tem condições de voltar a produzir amendoim a níveis superiores aos atuais. Considerando a qualidade reconhecida do amendoim argentino, essa elevação da produção repercutiria positivamente na exportação do produto.

Os processadores argentinos têm tradição e conhecimento do mercado externo. Esta competência, aliada a boa imagem da Argentina como provedor de amendoim de qualidade, elevam a competitividade deste setor no mercado internacional. Além disso, o parque industrial argentino está com sua capacidade ociosa; conseqüentemente, pronto para receber grandes quantidades do grão.

Por fim, deve-se considerar ainda que países como China e Índia, grandes exportadores de amendoim, têm condições de melhorar a qualidade de seus produtos, o que elevaria, conseqüentemente, a concorrência no exigente mercado internacional.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O agronegócio do amendoim é ainda pequeno quando comparado às principais *commodities* agrícolas brasileiras, mas não menos importante. A partir das informações geradas neste relatório é possível pressupor o imenso potencial deste setor, que já vem se revelando bastante promissor.

Os agentes da cadeia produtiva têm se organizado, em busca da transformação do amendoim na nova riqueza nacional. Novas linhagens de amendoim foram desenvolvidas, máquinas e equipamentos foram construídos, secadores artificiais foram fabricados, de modo que a produtividade e a qualidade do amendoim nacional já é destaque no mercado internacional.

As indústrias de alimentos, principais clientes desta cadeia produtiva, passaram a ser cobrada quanto à qualidade de suas matérias-primas. Desta forma, tais empresas acabaram transferindo esta responsabilidade para toda a cadeia, chegando ao setor primário. Neste contexto, foi criado, em 2001, o Pró-Amendoim - Programa de Auto Regulamentação e Expansão do Consumo do Amendoim. Este é um programa de auto-regulamentação do setor, no sentido de melhorar a qualidade do produto in natura e industrializado.

Entretanto, muitos investimentos tecnológicos, gerenciais e comerciais ainda são necessários para elevar o desempenho desta cadeia agroindustrial. Esta pesquisa possibilitou uma avaliação do ambiente interno e externo da cadeia produtiva, evidenciando suas potencialidades e seus desafios.

Considerando a importância deste setor na geração de emprego e renda, além da contribuição para a geração de divisas ao país, é justificável pensar em projetos de fomento a este segmento. É extremamente importante e estratégico para o país que se criem condições para o desenvolvimento técnico, gerencial e organizacional desta cadeia produtiva.

Assim, a análise SWOT realizada neste trabalho serve de base para o desenvolvimento de estratégias públicas e privadas, que vise transpor as dificuldades e as



deficiências que ainda impede a cadeia agroindustrial do amendoim de se tornar uma nova riqueza nacional.

REFERÊNCIAS

AGRIANUAL 2005. Anuário da agricultura brasileira. São Paulo: FNP Consultoria & AgroInformativos, 2005.

AGRIBUSINESS: amendoim, agora, com selo de qualidade. **Revista Rural**, n. 57, 2002.

Disponível em:

http://www.revistarural.com.br/Edicoes/2002/Artigos/rev57_amendoim.htm#top Acessado em: 20 Jan. 2005.

BALLOU, R. H. **Gerenciamento da cadeia de suprimentos: planejamento, organização e logística empresarial**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

BATALHA, M.O.; SILVA, A.L. Gestão de cadeias produtivas: novos aportes teóricos e empíricos. **(Des) Equilíbrio Econômico & Agronegócio**. Viçosa: UFV, DER, 1999. 287p.

CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento. Disponível em:

<http://www.conab.gov.br/> Acessado em: 15 Jan. 2005.

COOPER, M.C.; LAMBERT, D.M.; PAGH, J.D. Supply chain management: more than a new name for logistics. **The International Journal of Logistics Management**. v.8, n.1, 1997.

CORREPAR - Corregar Corretora de Mercadorias. Cenário Internacional. Disponível em: http://www.correpar.com.br/amend_cenario2.htm Acessado em: 21 Jan. 2005.

FARIA JR., P.A.J. Amendoim- uma alternativa para exportação. *Revista CooperCitrus*. Ed. 180. Disponível em: <http://www.revistacoopercitrus.com.br/edicao180/home.asp>. Acessado em 10 de setembro de 2004.

FARINA, E.M.M.Q., ZYLBERSZTAJN, D. Competitividade e organização das cadeias agroindustriais. **IICA – Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura**. Costa Rica, 1994.

FREITAS, S.M.; AMARAL, A.M.P. Alterações nas variações sazonais dos preços de amendoim nos mercados primário e atacadista, 1990-2001. **Informações Econômicas**. v.32, n.5, 2002.

FORRESTER, J. **Industrial Dynamics**. Portland: Productivity Press, 1961. 464p.

GASQUES, J.G.; REZENDE, G.C.; VILLA VERDE, C.M.; CONCEIÇÃO, J.C.P.R.; CARVALHO, J.C.S; SALERMO, M.S. **Desempenho e Crescimento do Agronegócio no Brasil**. Brasília: IPEA/DISET, 2004. 48 p.

HUTT, M.D.; SPEH, T.W. **Business Marketing Management – a strategic view of industrial and organizational markets**. 7 ed. USA: Harcourt College Publishers, 2001.

LAMBERT, D.M.; COOPER, M.C.; PAGH, J.D. Supply chain management: implementation issues and research opportunities. **The International Journal of Logistics Management**. v.9, n.2. 1998.

MARCELINO, M.C.S.; MECENAS, D.S.; MARCELINO, R. Fluxo de distribuição do amendoim na região de Ribeirão Preto. **XLI CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 2003. Anais...** Juiz de Fora, julho, 2003.



SECEX/MDIC - Secretaria de Comércio Exterior, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Disponível em: www.aliceweb.desenvolvimento.gov.br
Acessado em 18 de dezembro de 2004.

VAN DER VORST, J.G.A.J; BEULENS A.J.M.; DE WIT, W.; VAN BEEK, P. Supply chain management in food chains: improving performance by reducing uncertainty. **Int. Trans. Opl. Research**. vol. 5, n. 6, p. 478-499, 1998.

WOOD Jr.T.; ZUFFO, P.K. Supply Chain Management. **Revista de Administração de Empresas – RAE**. São Paulo, v. 38, n.3, p. 55-63, 1998.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estrutura de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições**. São Paulo, 1995. Tese (Livre Docência em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo.

ZYLBERSZTAJN, D.; FARINA, E.M.M.Q. Agri-system management: developments and limitations of the concept. In: **1st Brazilian Workshop of Agri-Chain Management**. Ribeirão Preto: FEARP/USP, 1997.