

PERSPECTIVAS DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO DE AMENDOIM¹

Wagner Luiz Lourenzani²
Ana Elisa Bressan Smith Lourenzani³

1 - INTRODUÇÃO

A cultura do amendoim já teve uma posição de destaque no cenário agrícola brasileiro em um passado não muito distante. Antes da soja dominar o mercado de oleaginosas no Brasil, o amendoim era uma das principais matérias-primas para a fabricação de óleo comestível. De acordo com Martins (2006), durante a década de 1960, o Brasil destacava-se como importante produtor mundial de amendoim e um dos maiores produtores de óleo de amendoim. Entretanto, as políticas agrícolas implementadas em resposta ao cenário macroeconômico nacional e internacional, durante as décadas de 1970 e 1980, voltadas a favorecer o desenvolvimento de culturas de exportação (*tradeables*), consistiram num dos principais fatores que contribuíram para o declínio da cultura no Brasil (FREITAS; MARGARIDO; NEGRI NETO, 2004; BACHA, 2003). No caso das oleaginosas, os principais instrumentos de política agrícola estiveram voltados para o desenvolvimento da soja e cultura de exportação, cujo processo produtivo é mecanizado, relegando o amendoim a um segundo plano, inclusive na área de pesquisa. Aliado a esse cenário, Nogueira Junior (1976) citado por Martins (2006) aponta ainda um conjunto de fatores que contribuiu para o declínio da cultura, como o crescente custo de produção, a baixa produtividade, a suscetibilidade às variações climáticas e flutuações de preço. Freitas; Margarido; Negri Neto (2003) também apontam a falta de padrões de qualidade e de controle de aflatoxina como fatores que levaram à perda de competitividade dos derivados de amendoim no mercado externo.

¹Registrado no CCTC, IE-47/2007.

²Engenheiro de Alimentos, Doutor, Professor Assistente da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Campus de Tupã), Centro de Pesquisas em Administração e Agronegócios (CEPEAGRO) (e-mail: wagner@tupa.unesp.br).

³Engenheira Agrônoma, Doutora, Professora Assistente da Universidade Estadual Paulista (UNESP/Campus de Tupã), Centro de Pesquisas em Administração e Agronegócios (CEPEAGRO) (e-mail: anaelisa@tupa.unesp.br).

Sem estrutura e tendo 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 aumento dos níveis de endividamento dos agentes envolvidos. Produtores e empresas passaram a considerar como quase certo o desaparecimento do amendoim como atividade comercial competitiva no Brasil.

De acordo com Freitas e Amaral (2002), houve a partir da década de 1990 uma mudança no mercado de amendoim que passou a ser destinado à indústria de confeitos, exigindo padrões de segurança e qualidade de produto. Martins (2006) aponta essa fase como período de grande demanda por novas tecnologias que pudessem suprir o mercado, como novas cultivares, técnicas de manejo, colheita e pós-colheita.

Atualmente a cultura do amendoim passa por um período de transição. As soluções tecnológicas, como o desenvolvimento de cultivares, a colheita mecanizada, a secagem artificial do produto e as condições adequadas de armazenamento, já estão sendo disponibilizadas para o produtor, cooperativas e outros agentes envolvidos em sua cadeia produtiva. Os produtores estão em busca de técnicas agrícolas que permitam maior produtividade e custo de produção menor. A introdução de novas cultivares tem contribuído para o aumento de produtividade e para o atendimento às especificidades do mercado externo (MARTINS, 2006). A cadeia produtiva do produto também tem assumido um arranjo diferente devido ao crescimento da demanda pelo produto *in natura* pela indústria de confeitos nacional e das exportações. Tais mercados, mais exigentes em qualidade, têm ditado a dinâmica da cadeia na busca de mecanismos de coordenação adequados à sua gestão, como a necessidade de rastreabilidade de produtos, selos e certificações.

Considera-se que a cultura do amendoim tenha relevância no agronegócio brasileiro. Esta relevância pode ser evidenciada sob dois aspectos: a) importância econômica, com base na receita gerada para as regiões produtoras e pro-

cessadoras, em especial o Estado de São Paulo, que concentra grande parte da produção, processamento e distribuição do produto no Brasil, bem como seu potencial 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 (insumos, produção, processamento e distribuição).

Estudos relacionados ao setor são escassos, e 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 e suas perspectivas, evidenciando potencialidades e 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 no Brasil; e examinar as barreiras e oportunidades que o ambiente externo revela para o desenvolvimento desse setor.

2 - REVISÃO TEÓRICA

Fatores como a abertura de mercado e a estabilização da economia após a implantação do Plano Real resultaram em mudanças na dinâmica competitiva de todos os setores da economia, inclusive no agronegócio. De acordo com Farina (2002), a consolidação, multinacionalização e a concorrência foram condicionantes de profundas alterações no sistema agroalimentar, provocando mudanças na organização das cadeias produtivas.

Silva (2005) aponta ainda o desenvolvimento tecnológico, as mudanças demográficas, as modificações na preferência do consumidor e a mobilidade do capital financeiro como fatores que forcem o sistema agroindustrial a se adaptar à modernização. Para tal, o sistema agroindustrial tem se organizado em cadeias produtivas e redes, nas quais as decisões da produção, do processamento e da distribuição são coordenadas de forma a atender a demanda do mercado

consumidor.

A coordenação nos sistemas agroalimentares é definida como o resultado da ação de diferentes mecanismos que permitem suprir as necessidades dos consumidores finais. Essa definição engloba a coordenação por mecanismos de preços, mecanismos contratuais e aspectos institucionais (ZYLBERSZTAJN, 1995). 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; ZYLBERSZTAJN, 1994).

De acordo com Silva (2005), as falhas de mercado existentes no agronegócio tendem a aumentar os custos de transação e demandar mecanismos de coordenação adequados às especificidades da atividade. As falhas de mercado consistem em:

- assimetrias existentes no processo produtivo e na informação de mercado;
- imperfeições no mercado de crédito quanto à disponibilidade e acesso;
- imperfeições no mercado de insumos como assimetrias de poder; e
- deficientes serviços de suporte à atividade como a extensão e a capacitação.

Assim, especificamente no caso do amendoim, o mercado por si só não se mostra adequado para organizar a atividade de forma competitiva, havendo necessidade de mecanismos que corrijam as falhas de mercado e coordenem a atividade de forma a tornar o segmento mais competitivo no mercado interno e externo. Quando as transações entre agentes ocorrem com base em relacionamentos orientados para o longo prazo, ou seja, aqueles que permitem ganhos compartilhados e coordenação de decisões estratégicas, a cadeia tende a ser mais competitiva e a responder de forma mais eficiente às mudanças externas.

A necessidade da coordenação das atividades e decisões das firmas visando a um posicionamento competitivo no mercado ressalta a importância da gestão da cadeia de suprimentos. A gestão da cadeia de suprimentos, ou *supply chain management*, consiste na gestão dos múltiplos negócios e relacionamentos. De acordo com Omta; Trienekens; Beers (2002), as cadeias de suprimentos são compostas por atores que se organizam verticalmente dentro de uma rede de negócios para trabalhar juntos e adicionar valor

aos produtos e serviços para o consumidor final. Nesse caso, o compartilhamento de informações e gestão dos relacionamentos intra e interorganizacional resultam no desempenho superior de todo o sistema.

3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para a consecução dos objetivos deste artigo, foi realizado um levantamento de dados secundários a respeito do tema em questão. Foram consultadas referências bibliográficas relevantes sobre o sistema de produção de amendoim no Brasil e no Mundo, suas características, sua importância socioeconômica e principais tendências.

Para sistematização dos dados, foi utilizada a análise *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (SWOT), 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 segmento no ambiente externo, enquanto a análise de pontos fortes e fracos reflete a competitividade interna desta cadeia agroindustrial.

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%) (SANTOS; GONDIM; FREIRE, 2006). Além disso, contêm carboidratos, sais minerais e vitaminas, constituindo-se em um alimento altamente energético (585 calorias/100g/grão). Devido à alta qualidade nutricional, este produto pode ser largamente aproveitado na alimentação, principalmente como suplemento proteico⁴ (ABICAB, 2008).

⁴O 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 processada. 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 pastas⁵.

O amendoim está entre as oleaginosas mais cultivadas no mundo. Segundo The American Soybean Association (2007), em 2006, a produção mundial de amendoim ficou atrás apenas da soja, da colza e do algodão. 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, 2007).

Na safra 2006/07, a produção mundial de amendoim foi estimada em 32.357 mil toneladas (AGRIANUAL, 2008). Pode-se verificar na tabela 1 que os principais países produtores são a China, Índia, Estados Unidos, Nigéria e Indonésia, respondendo por aproximadamente 75% da produção mundial deste produto. Atualmente, a produção brasileira de amendoim é pouco significativa para o mercado internacional, representado pouco menos de 1% de toda produção mundial.

Atualmente, os grandes mercados produtores são também os principais países consumidores. Verifica-se que os cinco maiores consumidores (China, Índia, Estados Unidos, Nigéria e Indonésia) correspondem, em média, a 73% do amendoim consumido no mundo (Tabela 2).

Japão, União Européia (Alemanha, Holanda, França, Espanha e Reino Unido etc.), Rússia, Canadá e México são também grandes consumidores de amendoim. Estas são regiões que não têm tradição na produção do grão. Portanto, são considerados os maiores importadores do produto no mercado internacional, concentrando cerca de 70% da aquisição do amendoim comercializado no mundo (Tabela 3).

⁵Nos 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).

TABELA 1 - Produção Mundial de Amendoim, Safras 2001/02 a 2006/07
(1.000t)

País	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
China	14.415	14.818	13.420	14.340	14.340	14.610
Índia	7.600	5.400	7.700	7.000	6.300	5.385
Estados Unidos	1.940	1.506	1.880	1.945	2.209	1.576
Nigéria	1.490	1.510	1.510	1.520	1.520	1.520
Indonésia	1.033	1.086	1.130	1.150	1.170	1.200
Subtotal	26.478	24.320	25.640	25.955	25.539	24.291
Brasil	190	175	217	302	268	226 ¹
Outros	7.149	6.373	6.934	7.301	7.227	7.840
Total	33.817	30.868	32.791	33.558	33.034	32.357
Part. % dos 5 maiores	78,29	78,78	78,19	77,34	77,31	75,07
Part. % Brasil	0,56	0,57	0,66	0,90	0,81	0,70

¹Previsão feita em setembro de 2007.

Fonte: CONAB e USDA apud AGRIANUAL (2008).

TABELA 2 - Consumo Mundial de Amendoim, Safras 2001/02 a 2006/07

(1.000t)						
País	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
China	13.512	13.728	12.583	13300	13.538	13.593
Índia	7.454	5.403	7.390	6.778	5.983	5.260
Estados Unidos	1.542	1.591	1.552	1.605	1.660	1.607
Nigéria	1.496	1.515	1.517	1.526	1.526	1.533
Indonésia	1.203	1.234	1.268	1.304	1.368	1.352
Subtotal	25.198	23.462	24.315	24.502	25.070	25.070
Outros	8.300	7.597	8.019	8.366	8.401	8.815
Total	33.507	31.068	32.329	32.879	32.476	32.160
Part. % dos 5 maiores	75,23	75,55	75,20	74,56	74,13	72,59

Fonte: USDA apud AGRIANUAL (2008).

TABELA 3 - Principais Importadores de Amendoim, Safras 2001/02 a 2006/07
(1.000t)

País	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07
UE (25)	721	696	689	760	778	765
Japão	141	146	138	140	136	140
Rússia	125	125	113	138	138	142
Canadá	110	114	132	132	138	142
Indonésia	185	171	134	168	229	155
Subtotal	1282	1252	1206	1338	1419	1344
Outras regiões	574	494	558	530	552	553
Total	1856	1746	1764	1868	1971	1897
Part. % dos 5 maiores	69,07	71,71	68,37	71,63	71,99	70,85
Part. % UE (25)	38,85	39,86	39,06	40,69	39,47	40,33

Fonte: USDA apud AGRIANUAL (2008).

Ao se analisar especificamente a União Europeia⁶, percebe-se claramente a importância deste mercado no cenário mundial de amendoim. Os países europeus são responsáveis por cerca de 40% da aquisição deste produto no mundo.

O abastecimento deste mercado é realizado basicamente por cinco países (China, Argentina, Estados Unidos, Índia e Vietnã). A participação desses países no mercado de exportação de amendoim é apresentada na figura 1. Com aproximadamente 42% das exportações do mercado internacional, a China transacionou 1 milhão de toneladas de amendoim em 2007.

Destaque deve ser dado à Argentina, que ocupa o segundo lugar no ranking dos maiores exportadores de amendoim. Os Estados Unidos, que além de grande produtor e consumidor, é também um grande exportador, detendo 11% do mercado mundial.

Embora ainda modesta, a representatividade do Brasil no cenário mundial de amendoim tem mostrado evoluções (Tabela 4). Tais evoluções incitam a possibilidade de maior inserção do agronegócio brasileiro de amendoim no cenário mundial.

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 1960. Na década de 1970, foram produzidas cerca de 1 milhão de toneladas desse grão, tendo declinado desde então, devido principalmente ao avanço da produção de soja, algodão, laranja e cana-de-açúcar no país (FREITAS; AMARAL, 2002; FREITAS; MARGARIDO; NEGRI NETO, 2003).

Nos últimos oito anos, entretanto, tem sido verificado um aumento da produção brasileira de amendoim. Embora a área plantada tenha se mantido praticamente estável, a quantidade produzida cresceu aproximadamente 55% entre as safras 1998/99 e 2005/06, evidenciando a evolução da produtividade do grão no país (Figura 2).

⁶Inicialmente, 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.

ra 2).

De acordo com AGRIBUSINESS (2002), 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. No período 2002 a 2006 houve um crescimento superior a 1.000%, em milhão de dólar, no saldo da balança comercial (Tabela 5). Destaca-se a taxa crescente de exportação do amendoim preparado, mostrando uma possível tendência de agregação de valor dos produtos de amendoim para exportação (Figura 3).

O cultivo brasileiro de amendoim é concentrado na Região Sudeste, principalmente no Estado de São Paulo (Tabela 6). Estima-se que esta Região foi responsável por aproximadamente 77% da produção nacional na safra 2005/06, com taxas decrescentes, porém, de representatividade (CONAB, 2007). Entretanto, destaque deve ser dado à Região Centro-Oeste, pois logo na primeira safra (2004/05) já alcançou 11% da produção nacional; e, mais especificamente, ao Estado de Mato Grosso, que apresentou produtividade superior a outros Estados na safra 2006/07. Outro destaque é a inserção da cultura na Região Norte do País. De acordo com AGRIANUAL (2008), estima-se uma produção de 480 toneladas de amendoim no Estado do Tocantins para safra 2006/07.

Duas são as regiões de cultivo no Estado de São Paulo: a região da Alta Mogiana, que engloba, principalmente, os Escritórios de Desenvolvimento Rural (EDR) de Jaboticabal e Ribeirão Preto, e a região da Alta Paulista, que abrange os EDRs de Tupã e Marília (Figura 4). Em ambas as regiões o sistema de produção predominante consiste no arrendamento de terras, principalmente por produtores de porte médio (MARCELINO; MECENAS; MARCELINO, 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 e canaviais. Aí, a colheita é realizada em duas

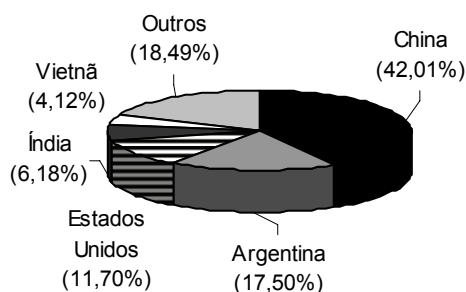


Figura 1 - Principais Exportadores de Amendoim no Mercado Internacional, Safra 2006/07.
Fonte: Elaborada pelos autores a partir de AGRIANUAL (2008).

TABELA 4 - Evolução da Produção, do Consumo e da Exportação de Amendoim, Brasil, 2000 e 2005 (em %)

Produção	2000-2005	Consumo	2000-2005	Exportação	2000-2005
Mundo	+6,25	Mundo	+4,43	Mundo	+8,21
5 Maiores	+7,57	5 Maiores	+5,38	5 Maiores	+3,04
Brasil	+53,30	Brasil	+23,00 ¹	Brasil	+1.057,14

¹De acordo com AGROSOFT Brasil (2006), o consumo *per capita* brasileiro de amendoim cresceu 23%, passando dos 0,65kg/ pessoa/ano para cerca de 0,80kg/pessoa/ano.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de AGRIANUAL (2007) e AGROSOFT Brasil (2006).

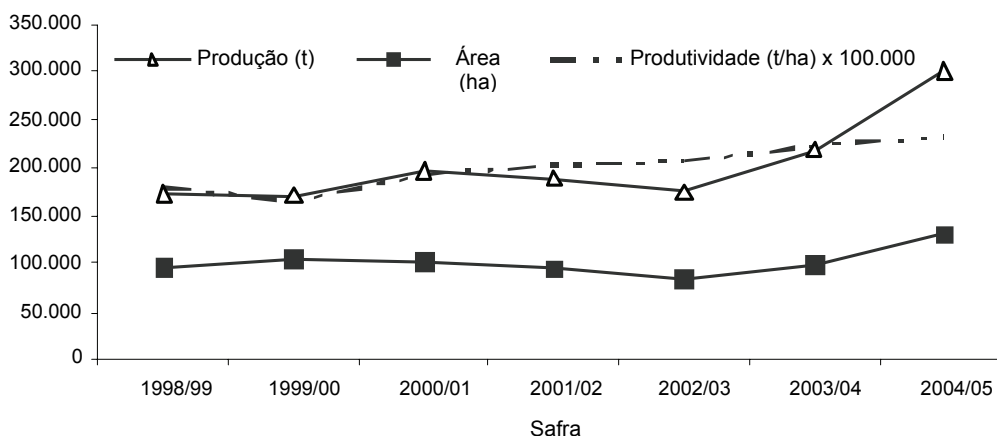


Figura 2 - Produção de Amendoim, Área Plantada e sua Respectiva Produtividade, Brasil, Safras 1998/99 a 2004/05.
Fonte: Elaborada pelos autores a partir de AGRIANUAL (2008).

TABELA 5 - Saldo da Balança Comercial Brasileira de Produtos de Amendoim, 2002 a 2006

(continua)

Mercadoria ¹	2002		2003		2004	
	Valor (US\$1.000)	Quantidade (t)	Valor (US\$1.000)	Quantidade (t)	Valor (US\$1.000)	Quantidade (t)
Amendoim com casca	622	972	795	1.189	2.627	3.429
Amendoim descascado	2.653	4.298	8.525	1.157	23.361	35.229
Amendoim preparado	-478	-735	-86	-382	1.709	1.108
Óleo bruto	786	1.477	2.739	2.382	6.590	6.739
Óleo refinado	-134	9	1.610	1.486	1.740	1.929
Total	3.449	6.021	13.583	5.832	36.027	48.434

¹De acordo com os códigos da Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM), têm-se amendoim com casca (1202.10.00); amendoim descascado (1202.2090); amendoim preparado (2008.11.00); óleo bruto de amendoim (1508.10.00); e outros óleos de amendoim (1508.90.00).

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de MDIC/SECEX (2007).

TABELA 5 - Saldo da Balança Comercial Brasileira de Produtos de Amendoim, 2002 a 2006 (conclusão)

Mercadoria ¹	2005		2006	
	Valor (US\$1.000)	Quantidade (t)	Valor (US\$1.000)	Quantidade (t)
Amendoim com casca	2.146	2.997	836	894
Amendoim descascado	31.671	55.810	24.446	45.791
Amendoim preparado	2.229	2.014	3.759	3.033
Óleo bruto	15.673	17.815	13.382	16.360
Óleo refinado	2.421	2.670	1.023	1.414
Total	54.140	81.306	43.446	67.492

¹De acordo com os códigos da Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM), têm-se amendoim com casca (1202.10.00); amendoim descascado (1202.20.90); amendoim preparado (2008.11.00); óleo bruto de amendoim (1508.10.00); e outros óleos de amendoim (1508.90.00).

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de MDIC/ SECEX (2007).

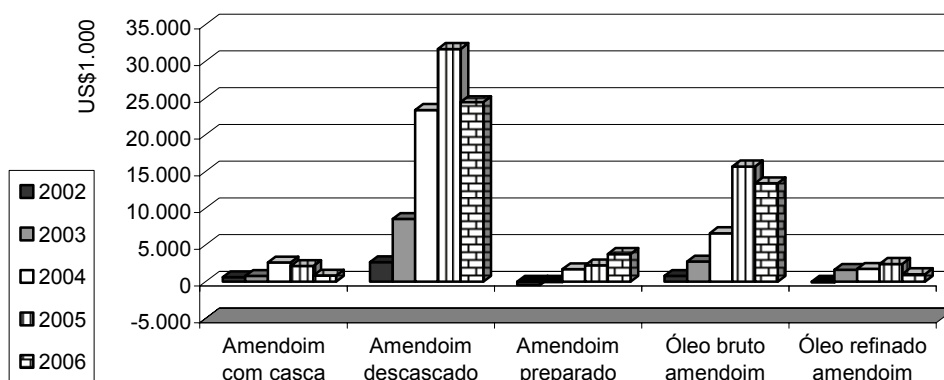


Figura 3 - Evolução do Saldo da Balança Comercial Brasileira de Produtos de Amendoim, 2002 a 2006.

Fonte: Elaborada pelos autores a partir de SECEX/MDIC (2007).

TABELA 6 - Produção Brasileira de Amendoim, por Região, Safra 2000/01 a 2005/06 (t)

Região	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06
Norte	-	-	-	-	-	-
Nordeste	5.400	5.600	10.000	14.500	10.982	12.665
Sul	17.200	15.900	14.300	14.000	11.788	15.332
Centro-Oeste	-	-	-	-	33205	27913
Sudeste	174.100	167.900	150.600	184.500	245.668	211.806
Total	196.700	189.400	174.900	213.000	301.643	267.716
Estado de São Paulo	164.500	157.400	146.400	175.700	226.068	207.806
São Paulo (%)	83,63	83,10	83,70	82,49	74,95	77,62

Fonte: AGRIANUAL (2008).

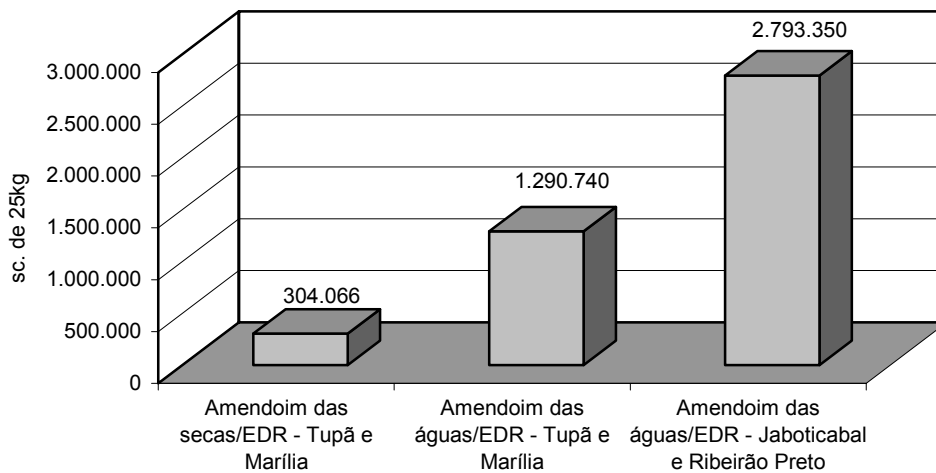


Figura 4 - Produção de Amendoim, Regiões da Alta Mogiana e da Alta Paulista, Estado de São Paulo, Safra 2005/06. Fonte: Elaborada pelos autores a partir de dados de Martins; Perez (2006).

épocas distintas (safra das secas e safra das águas). Atualmente, percebe-se uma intensa expansão da cana-de-açúcar no Oeste Paulista, com possível impacto na redução, ou extinção, da safra da seca⁷.

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

A seguir são descritos os resultados da análise *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) da cadeia agroindustrial do amendoim.

4.3.1 - 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 amendoim é utilizado para renovação de canaviais e pastagens. Assim, como o Brasil é o produtor mundial de açúcar e álcool, há disponibilidade de terras ocupadas com cana-de-

açúcar para o uso temporário e rápido com a cultura do amendoim (rotação de culturas, renovação de áreas). Entretanto, deve-se observar o comportamento dos preços recebidos pela produção de cana-de-açúcar, uma vez que as cotações podem determinar a renovação do canavial (MARTINS, 2007). Preços baixos ofertados para a cana-de-açúcar podem determinar a renovação das lavouras, consistindo uma oportunidade para o crescimento das lavouras de amendoim.

O conhecimento tecnológico do país, em especial do Estado de São Paulo, que concentra a pesquisa e difusão tecnológica neste segmento, é considerado um ponto forte para a cultura, uma vez que já é suficiente para gerar um produto com alta qualidade, além das condições necessárias para obter incrementos na sua produtividade.

Novos cultivares de amendoim foram lançadas comercialmente, como IAC-Tatu-ST, IAC-Caiapó e IAC-Runner 886, disponibilizando ao agricultor opções mais adequadas em função da região e do mercado consumidor. O produtor tem utilizado, principalmente, o amendoim do tipo *Runner*⁸, o qual tem mercado consolidado e aceito internacionalmente.

Além disso, tecnologias de secagem e armazenamento de amendoim foram desenvolvi-

⁷ Isso porque o período destinado à produção da safra da seca coincide com parte do ciclo produtivo da cana-de-açúcar. Dessa forma, a região da Alta Paulista, principal produtora dessa safra, vem apresentando tendência a um comportamento semelhante ao que ocorre na região da Alta Mogiana, onde predomina a safra das águas realizada na renovação de canaviais (MARTINS; PEREZ, 2006).

⁸ 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 Estados Unidos, Argentina e China.

das ou adaptadas para proporcionar maior segurança e qualidade ao produto (*food security*), conferindo-lhe características aceitáveis para o mercado externo.

Outro ponto a ser destacado são os avanços para melhoria de qualidade do produto com a inclusão do amendoim, em 2001, na Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Balas e Derivados (ABICAB), com o Programa de Auto Regulamentação e Expansão do Consumo do Amendoim (Pró-Amendoim). Este é um programa de autorregulamentação do setor, para melhorar a qualidade do produto *in natura* e industrializado.

Portanto, a somatória dos pontos fortes anteriores citados resulta no fortalecimento do agronegócio do amendoim brasileiro, com boas perspectivas de maior inserção e representatividade no cenário mundial.

4.3.2 - Pontos fracos (*weaknesses*)

Diversos autores como Marcelino; Mezenas; Marcelino (2003), Faria Junior (2003) e Freitas e Amaral (2002) apontam as incertezas relacionadas à sazonalidade (ou oscilação) de preços, ausência de contratos e comportamentos oportunistas dos agentes como principais entraves para a competitividade da cadeia produtiva do amendoim.

Embora a disponibilidade de tecnologia para o agronegócio do amendoim seja um ponto forte para sua competitividade, em geral, no Brasil, o nível tecnológico adotado pelos agentes ainda é baixo, ou seja, a atual tecnologia de produção e processamento do amendoim não foi absorvida de forma semelhante por todos os agentes da cadeia produtiva no Brasil. Este cenário causa problemas relacionados à segurança do alimento, como a contaminação por aflatoxina, que impede o consumo do produto tanto *in natura* quanto processado.

Os investimentos necessários para a adoção de tecnologia no processamento, como secadores e unidades de processamento e armazenamento, 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 deste setor.

Embora o agronegócio do amendoim tenha capacidade de crescer a altas taxas anuais, o país não possui infraestrutura de pós-colheita e pré-armazenamento suficiente para suportar esse crescimento. Além disso, outros gargalos da cadeia produtiva seriam as insuficientes capacidades de armazenamento e processamento 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, cuja exportação se mostra crescente. Considerando a política agrícola, observa-se principalmente o uso ineficaz, ou até a não-utilização, de seguro agrícola, além de dificuldades em acessar financiamentos para condução e carregamento de estoques do amendoim.

Verifica-se também 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. Tal organização possibilitaria a promoção e fortalecimento do setor no nível nacional e internacional. Destaca-se o papel das ações coletivas para fortalecer os produtores e até mesmo integrar verticalmente as atividades como observado nas duas maiores cooperativas de amendoim no Brasil, a Cooperativa Agrícola Mista da Alta Paulista (CAMAP) e a Cooperativa dos Plantadores de Guariba (COPLANA), que beneficiam, armazenam e comercializam o amendoim. Nesse caso, a integração vertical permite principalmente maior controle sobre as etapas do processo e apropriação de margens, apesar de maior dificuldade de gestão.

4.3.3 - Oportunidades (*Opportunities*)

O mercado interno de amendoim tem a capacidade de absorver a maior parte da produção nacional. O aumento do consumo nacional

(Tabela 4), além de propiciar ampliação do mercado, pode possibilitar uma redução das incertezas e maior proteção do produtor contra possíveis crises internacionais do setor, servindo como um "amortecedor" do mercado.

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 (MARTINS; PEREZ, 2007).

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

Em relação aos Estados Unidos, especificamente, verifica-se que a política agrícola vem se modificando paulatinamente. Ou seja,

ferramentas de política agrícola, como subsídios, quotas etc. têm sido menos utilizadas como proteção aos produtores americanos (DOHLMAN et al., 2004). Além disso, enquanto o consumo doméstico de amendoim nos Estados Unidos tem aumentado nos últimos anos (Figura 5), a pauta de exportação deste produto neste país vem decrescendo (Figura 6). Além disso, comparando-se a safra 2006/07 com a safra do período anterior, foi verificada uma redução de 28,6% na quantidade de amendoim produzida no país (AGRIANUAL, 2008).

A Argentina, que é um dos principais exportadores mundiais de amendoim, tem apresentado instabilidades no nível de produção e exportação desta cultura (Figura 7). Tal instabilidade

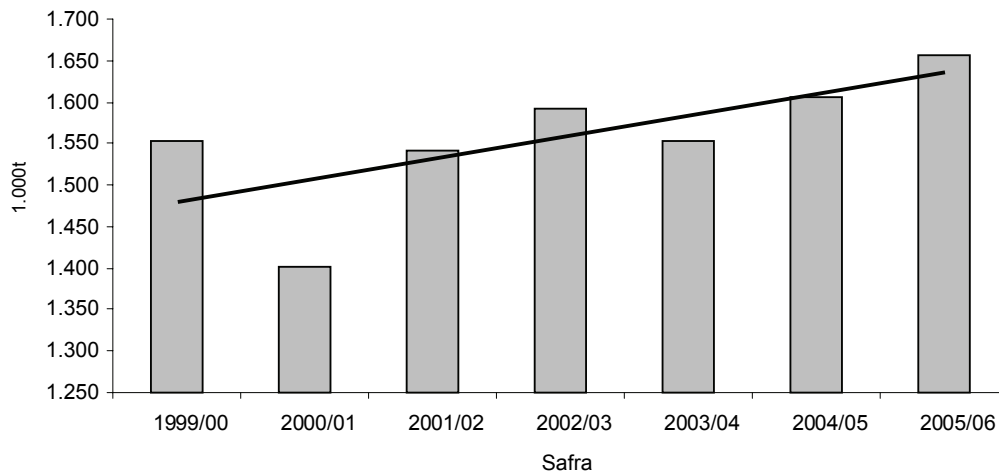


Figura 5 - Consumo de Amendoim nos Estados Unidos, Safras 1999/00 a 2005/06.
Fonte: Elaborada pelos autores a partir de AGRIANUAL (2008).

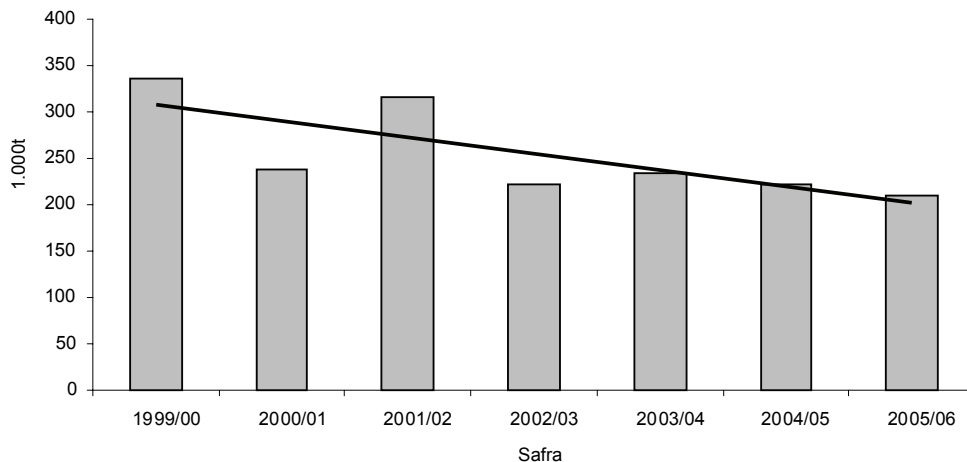


Figura 6 - Exportação de Amendoim pelos Estados Unidos, Safras 1999/00 a 2005/06.
Fonte: Elaborada pelos autores a partir de AGRIANUAL (2008).

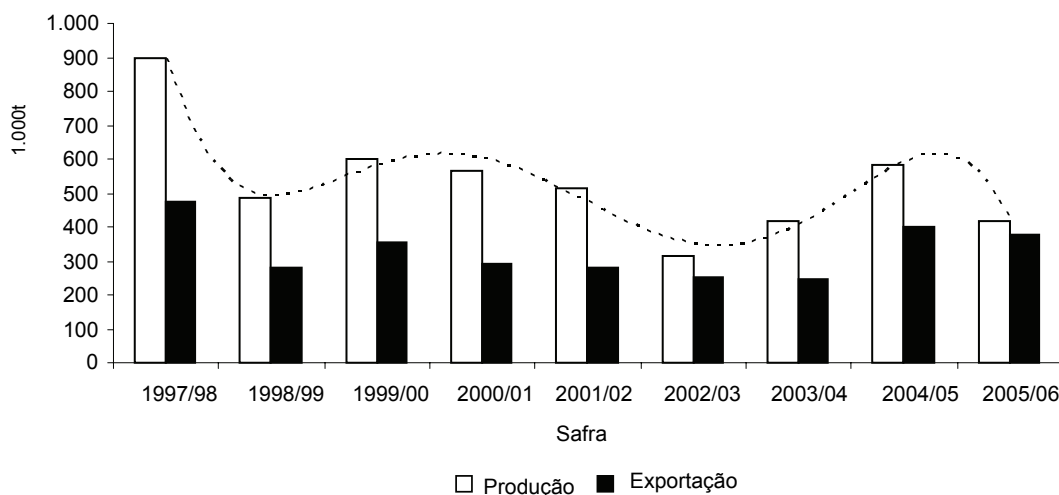


Figura 7 - Produção e Exportação de Amendoim pela Argentina, Safras 1997/98 a 2005/06.
Fonte: Elaborada pelos autores a partir de AGRIANUAL (2008).

de 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. As oscilações na produção têm repercutido proporcionalmente e negativamente na sua pauta de exportações. Além disso, a Argentina não apresenta um mercado interno suficiente para atuar como um “amortecedor” contra eventuais crises.

Com relação à China, principal exportador de amendoim, verifica-se que o produto ofertado por esse país é considerado, apesar de baixo custo, de baixa qualidade. Tal fato justifica-se pelo elevado número de notificações de contaminações recebidas da União Européia⁹. Problemas com o padrão de qualidade fazem com que o produto oferecido por esse país, quando a oferta mundial de amendoim é abundante, não tenha a preferência do mercado consumidor europeu.

4.3.4 - Ameaças (Threats)

Embora o panorama americano, apresentado anteriormente, revele oportunidades para o desenvolvimento do agronegócio brasileiro

⁹Fonte: RASKI, R. chefe da Coordenação de Controle de Resíduos e Contaminantes do MAPA - **Portal do Agronegócio**. Disponível em: <<http://www.portaldoaagronegocio.com.br/conteudo.php?id=17331>>. Acesso em: 2007.

do amendoim, não se deve considerar que os Estados Unidos perderam interesse 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 e parcerias. 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 (DOHLMAN et al., 2004).

Em relação à Argentina, deve-se considerar que o país tem condições de voltar a produzir amendoim em 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; consequentemente, pronto para receber grandes quantidades do grão.

Por fim, deve-se considerar ainda que países, como a China, têm condições de me-

lhorar 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. Acredita-se que o potencial de crescimento da demanda interna e externa por amendoim seja um fator-chave para o crescimento do setor. As janelas no mercado externo, reveladas pelo comportamento atual de países exportadores como Estados Unidos e Argentina, consistem em importantes oportunidades para aumento nas exportações. Entretanto, tal mercado demanda produto com elevada qualidade e padrões de segurança. Assim, investimentos em tecnologia, desde utilização de cultivares adequadas até as condições adequadas de colheita, beneficiamento, armazenamento e distribuição, são primordiais.

A indústria de alimentos, principais clientes desta cadeia produtiva, passou a ser cobrada quanto à qualidade e segurança de suas matérias-primas. Desta forma, transferem a responsabilidade para os agentes ao longo da cadeia, chegando ao setor primário. Neste contexto, foi criado, em 2001, o Programa de Auto Regulamentação e Expansão do Consumo do Amendoim (Pró-Amendoim).

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. Apesar da disponibilidade de tecnologia, sua adoção demanda investimentos.

Assim, incentivos como políticas de crédito, seguro rural e fortalecimento da pesquisa são fatores relevantes para a competitividade do setor. É extremamente importante e estratégico que se criem condições para o desenvolvimento técnico, gerencial e organizacional desta cadeia produtiva. O apoio institucional, público ou privado, pode ser um condicionante da competitividade para essa cadeia.

Além disso, é necessário o incentivo à coordenação, tanto horizontal quanto vertical, no agronegócio do amendoim. A coordenação horizontal, ou seja, entre agentes do mesmo elo, tende a permitir, por exemplo, o acesso à tecnologia a um custo mais baixo, por meio de ações coletivas. O acesso à tecnologia permitiria melhorar a qualidade do produto brasileiro, reduzindo problemas de segurança do alimento, além de permitir economias de escala e maior poder de barganha.

A coordenação vertical tende a reduzir os comportamentos oportunistas e as incertezas relacionadas ao comportamento do mercado. Destaca-se que assimetrias de informações conferem uma posição desprivilegiada na transação àquele agente com menor acesso à informação. Os contratos consistem em importantes mecanismos de coordenação vertical nesse caso, prevenindo comportamentos oportunistas e possibilitando o fluxo de informações ao longo da cadeia. O papel de instituições de arbitragem em contratos no agronegócio tem crescido nos últimos anos, oferecendo maior credibilidade e segurança em relação aos contratos.

Por fim, a análise SWOT realizada neste trabalho serve de base para o desenvolvimento de estratégias públicas e privadas, para transpor as dificuldades que impedem a cadeia agroindustrial do amendoim de se tornar uma riqueza nacional.

LITERATURA CITADA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE CHOCOLATE, CACAU, BALAS E DERIVADOS - ABICAB - Disponível em: <http://www.abicab.org.br/index_home.htm>. Acesso em: 4 de jan. 2008.

ANÚARIO DA AGRICULTURA BRASILEIRA – AGRIANUAL. **AGRIANUAL 2007**. São Paulo: Agra FNP Pesquisas Ltda., 2007.

_____. **AGRIANUAL 2008**. São Paulo: Agra FNP Pesquisas Ltda., 2008.

AGRIBUSINESS: amendoim, agora, com selo de qualidade. **Revista Rural**, n. 57, set. 2002. Disponível em: <http://www.revistarural.com.br/Edicoes/2002/Artigos/rev57_amendoim.htm#top>. Acesso em: 20 jan. 2005.

AGROSOFT BRASIL. **Consumo de amendoim deve crescer 45% no período junino.** Disponível em: <<http://agrosoft.com/?q=node/20153>>. Acesso em: 15 dez. 2006.

BACHA, C. J. C. **Economia e política agrícola no Brasil.** São Paulo: Atlas, 2004.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO - CONAB. Disponível em: <<http://www.conab.gov.br>>. Acesso em: 15 jan. 2007.

CORREPAR CORRETORA DE MERCADORIAS. **Cenário internacional.** Disponível em: <http://www.correpar.com.br/amend_cenario2.htm>. Acesso em: 21 jan. 2005.

DOHLMAN, E. et al. Peanut policy change and adjustment under the 2002 farm act. **Electronic Outlook Report from the Economic Research Service - USDA.** OCS-04G-1, July 2004. Disponível em: <<http://www.ers.usda.gov/publications/OCS/Jul04/OCS04G01/ocs04G01.pdf>>. Acesso em: 21 jan. 2007.

FARIA JUNIOR, P. A. J. Amendoim: uma alternativa para exportação. **Revista CooperCitrus**, São Paulo, ano 16, n. 180, out. 2001. Disponível em: <<http://www.revistacoopercitrus.com.br//edicao180/home.asp>>. Acesso em: 10 set. de 2004.

FARINA, E. M. M. Q. Consolidation, multinationalisation, and competition in Brazil: impacts on horticulture and dairy products systems. **Development Policy Review**, v. 4, n. 20, p. 441-457, 2002.

_____; ZYLBERSZTAJN, D. **Competitividade e organização das cadeias agroindustriais.** Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura, 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**, São Paulo, v. 32, n. 5, p. 45-55, maio 2002.

FREITAS, S. M.; MARGARIDO, M. A.; NEGRI NETO, A. Modelo de previsão para área plantada com amendoim das águas no estado de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 33, n. 2, p. 21-27, fev. 2003.

_____. Amendoim: valor da produção no estado de São Paulo, 1970-2002. **Análise Conjuntural.** 2002. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=46>>. Acesso em: 20 dez. 2007.

MARCELINO, M. C. S.; MECENAS, D. S.; MARCELINO, R. Fluxo de distribuição do amendoim na região de Ribeirão Preto. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41., 2003, Juiz de Fora (MG). **Anais...** Juiz de Fora: SOBER, 2003.

MARTINS, R. Cultivares de amendoim: um estudo sobre as contribuições da pesquisa pública paulista. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 36, n. 5, p. 37-52, maio 2006.

_____. Amendoim: perspectivas para a safra 2007/2008. **Análises e Indicadores do Agronegócio**, São Paulo, v. 2, n. 10, 2007. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/OUT/verTexto.php?codTexto=9095>>. Acesso em: 20 dez. 2007.

MARTINS, R.; PEREZ, L. H. Amendoim: inovação tecnológica e substituição de importações. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 36, n. 12, p. 7-19, dez. 2006.

_____; _____. Amendoim descascado: o destaque nas exportações da cadeia de produção. **Análises e Indicadores do Agronegócio**, São Paulo, v. 2, n. 3, mar. 2007. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br/out/verTexto.php?codTexto=8918>>. Acesso em: 2007.

OMTA, S. W. F.; TRIENEKENS, J.; BEERS, G. A research and management agenda for chain and network

Informações Econômicas, SP, v.39, n.2, fev. 2009.

science. **Journal on Chain and Network Science**, v. 1, n. 2, p. 1-5, 2002.

SANTOS, R. C.; GONDIM, T. M. S.; FREIRE, R. M. M. Cultivo do amendoim. **Sistemas de Produção**, n. 3, 2006. Disponível em: <<http://sistemasdeproducao.cnptia.embrapa.br/FontesHTML/Amendoim/CultivodoAmendoim/tabelasmercado.html#tab1>>. Acesso em: 19 jul. 2007.

MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO – MDIC/SECRETARIA DE COMÉRCIO EXTERIOR, MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR - SECEX. Disponível em: <<http://www.alice-web.desenvolvimento.gov.br>>. Acesso em: 15 jan. 2008.

SILVA, C. A. B. **The growing role of contract farming in agrifood systems development: drivers, theory and practice**. 2005. Disponível em: <<http://www.fao.org/ag/Ags/subjects/en/agmarket/docs/AGSF9.pdf>>. Acesso em: 2 jul. 2007.

THE AMERICAN SOYBEAN ASSOCIATION. **World oilseed production 2006**. Disponível em: <http://www.soys-tats.com/2007/Default-frames.htm>>. Acesso em: 10 fev. 2007.

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

PERSPECTIVAS DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO DE AMENDOIM

RESUMO: *A cultura do amendoim é bastante relevante para o agronegócio brasileiro, devido a aspectos econômicos e sociais. Analisar o agronegócio do amendoim no Brasil é o objetivo deste trabalho. Percebe-se que o potencial da demanda interna e externa por amendoim é um fator-chave para o crescimento do setor. Entretanto, o mercado tem demandado produtos com elevada qualidade e padrões de segurança. Há entraves à competitividade que podem ser contornados com condições adequadas de desenvolvimento técnico, gerencial e organizacional dessa cadeia produtiva. O apoio institucional também pode ser um condicionante da competitividade para essa cadeia.*

Palavras-chave: *amendoim, agronegócio, cadeia agroindustrial.*

PERSPECTIVES FOR THE BRAZILIAN PEANUT AGRIBUSINESS

ABSTRACT: *The economic and social aspects of peanut production make it very relevant to the Brazilian agribusiness sector. In analyzing this production, it becomes apparent that the potential of the domestic and foreign demand for peanut is a key-factor of growth for the sector. However, consumers' demands for high quality and food safety still challenge producers. Existing barriers to competitiveness can be overcome with adequate conditions for improving technical, managerial and organizational capabilities. Institutional support is also considered an important driver in the development of the peanut production chain.*

Key-words: *peanut, agribusiness, agrichain.*

Recebido em 12/07/2007. Liberado para publicação em 09/01/2009.