

CAPÍTULO 20

A Cadeia Produtiva da Uva de Mesa do Nordeste do Brasil

Pedro Carlos Gama da Silva, M.Sc, Embrapa Semi-Árido
Patrícia Coelho de Souza Leão, B.Sc, Embrapa Semi-Árido
Claire Cerdan, Dr., CIRAD-SAR
Denis Sautier, Dr., CIRAD-SAR
Mohammad Menhazuddin Choudhury, Ph.D, Embrapa Semi-Árido
Maria da Conceição Pinheiro Bentzen, Estagiária, UFRPE
Milza Costa Barreto, Estagiária, UFRPE

SUMÁRIO

1. Introdução

2. Metodologia

3. Caracterização da Cadeia Produtiva da Uva

4. Descrição da Cadeia Produtiva

4.1 A Produção

4.2 Os Produtores

4.3 A Distribuição

4.4 O Consumo

5. Análise de Desempenho da Cadeia Produtiva

5.1 Custos de Produção

5.2 Custos de Comercialização

5.3 Contabilidade Geral da Cadeia Produtiva

5.4 A Competitividade do Setor

6. Demandas Prioritárias

7. Próximos Passos Para a Análise Prognóstica

8. Referências Bibliográficas

1. Introdução

As frutas frescas, entre as quais a uva de mesa, têm aumentado sua participação no comércio nacional e internacional, conformando complexos produtivos, num contexto de importantes mudanças sócio-econômicas, tais como: a abertura dos mercados e a globalização da economia, determinando maior concorrência, a crise do Estado, limitando a sua capacidade de planejar e implementar políticas, e a exigência, cada vez maior dos consumidores, por alimentos diversificados e saudáveis. Nesse contexto, órgãos públicos e privados de pesquisa e de desenvolvimento agrícola estão recorrendo aos estudos das cadeias produtivas como subsídios e ponto de partida para responder melhor às demandas dos sistemas econômicos. A cadeia produtiva pode ser vista como um fluxo que envolve fornecedores, produtores de matéria-prima, indústrias de transformação, distribuição e consumidores finais. Esses segmentos são desagregados para facilitar o seu entendimento, mas a análise não pode deixar de identificar a dinâmica que os coloca em “movimento”, ou seja, as decisões dos agentes econômicos sobre investimentos produtivos e a aquisição de bens e serviços, entre outros.

O objetivo central dessa pesquisa é estudar a competitividade da cadeia produtiva de uva de mesa na região Nordeste do Brasil. Para concretizá-lo, definem-se como objetivos específicos: avaliar os modos de organização da produção e da distribuição; identificar os principais fatores limitantes e os aspectos positivos da cadeia produtiva regional; elaborar cenários de tendências; e identificar demandas prioritárias de P&D para a região Nordeste.

A fruticultura, em especial a viticultura, destaca-se na agricultura brasileira pela importância sócio-econômica na geração de renda e empregos diretos e indiretos na área rural. Entre as três principais regiões de destaque no cultivo de parreiras no País (Sudeste, Sul e Nordeste), o sertão nordestino apresenta vantagens competitivas, ligadas, por uma parte, às excelentes condições de cultivo da videira que possibilitam a colheita praticamente durante todo o ano e, por outra parte, ao grau de coordenação e organização alcançado pelos principais agentes econômicos do setor.

O Vale do São Francisco, segundo dados do Ministério da Agricultura e do Abastecimento (Brasil, 1996a; Brasil, 1996b), tem um potencial irrigável de 800 mil hectares, ficando o Submédio São Francisco com cerca de 220 mil hectares aptos à execução dos projetos de fruticultura irrigada. A área total irrigada do Vale do São Francisco alcança atualmente 260 mil hectares, dos quais a fruticultura ocupa lugar de destaque.

Entre as culturas frutícolas exploradas na região, o cultivo da uva de mesa apresenta-se entre as atividades mais rentáveis, com uma margem de lucro bruto média estimada em aproximadamente 5.000 reais/hectare/ano. Estima-se que essa cultura movimentou na região um volume de negócios acima de 150 milhões de reais no ano de 1996.

2. Metodologia

O estudo baseia-se em métodos de diagnóstico rápido dos circuitos de comercialização (Silva et al., 1995) e nos métodos preconizados no Manual de Prospecção Tecnológica para o Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária (SNPA) (Castro et al., 1995). O diagnóstico visa a uma descrição dinâmica da produção e dos circuitos de comercialização, descrevendo os agentes, os fluxos e seus pontos de estrangulamento. Essa descrição foi baseada no levantamento de dados estatísticos, entrevistas com os principais agentes envolvidos, do produtor até o consumidor, visitas ao campo e a feiras e consulta de preços. Destacam-se cinco etapas:

1. Levantamento de dados secundários e mapeamento da produção, realizados pela coletânea de dados estatísticos do IBGE e outras séries estatísticas como SEI, dados do Sebrae, da Valexport, da assistência técnica, dados das Ceasas, da Secex (banco de dados Alice), Faostat e Eurostat, entre outros;

2. Identificação e entrevistas de pessoas-chave¹ da cadeia. A partir dos contatos com a equipe dos pesquisadores temáticos, foram escolhidos e entrevistados técnicos e dirigentes de cooperativas, empresas agrícolas, profissionais

¹ Pessoas-chave são indivíduos reconhecidamente de amplo conhecimento e experiência com o funcionamento do sistema produtivo e comercial.

das organizações comerciais, detentores de um conhecimento parcial ou completo da cadeia;

3. Descrição dos segmentos e tratamento dos dados, contemplando: identificação do funcionamento e da organização dos diferentes segmentos da cadeia; agrupamento e caracterização dos perfis representativos de uma dada atividade; análise de dados secundários e entrevistas com agentes econômicos relevantes. Para a caracterização do segmento da produção, foram realizadas entrevistas com pessoas-chave, como: dez produtores de grande, médio e pequeno portes; três responsáveis por cooperativas; três profissionais do entorno organizacional (Valexport, BGMB, Câmara da Uva); seis técnicos da assistência técnica pública ou das empresas privadas. Para a caracterização do segmento da intermediação, foram visitados os mercados do produtor, várias feiras e entrevistados vários comerciantes: doze atacadistas de grande e pequeno portes; doze varejistas e supermercados. Na capital do Estado (Recife), foram contatados atacadistas, varejistas, camelôs, funcionários da Ceagepe e da Prefeitura envolvidos no abastecimento da cidade. A análise do consumo baseou-se no levantamento de informações com 180 consumidores de um supermercado, em dois períodos (setembro e março);

4. Verificação das informações e estudo da dinâmica da cadeia, por meio de entrevistas complementares com as pessoas-chave; e

5. Elaboração do relatório.

O estudo da cadeia produtiva de uva de mesa foi conduzido no período entre junho de 1996 e abril de 1997. Envolveu uma equipe pluridisciplinar, incluindo pesquisadores temáticos e sócio-econômicos da Embrapa Semi-Árido em Petrolina-PE e consultores do Cirad e estagiárias da UFRPE, de Recife-PE.

3. Caracterização da Cadeia Produtiva da Uva

No Brasil, a área cultivada com uvas, em 1990, era de 57.392 ha, alcançando 59.902 ha em 1996.

A produção brasileira de uva está representada na Figura 20.1. Considerando-se o período de 1992-1996, essa produção evoluiu a uma taxa média anual decrescente de 2,1% e correspondeu a uma produção de 730.885 toneladas

em 1996. Em termos globais, apresentou no período um decréscimo na produção da ordem de 67.915 toneladas, em virtude da retração da produção de uvas para industrialização nas regiões Sul e Sudeste, notadamente, no Estado do Rio Grande do Sul.

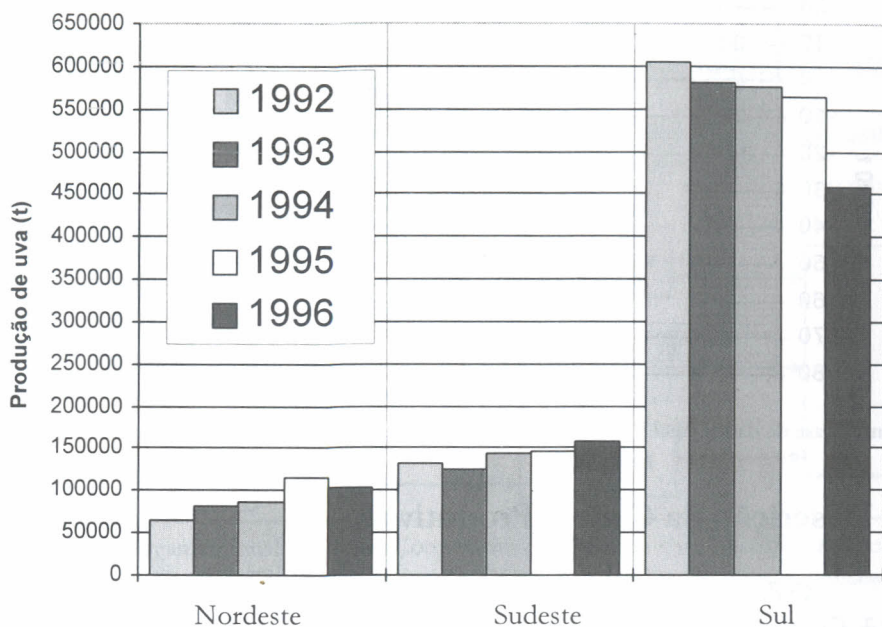
Embora represente em 1995 apenas 1,6% da produção mundial de uva, o Brasil destaca-se no cultivo da uva de mesa, pois colheu aproximadamente 5,8% da produção mundial.

O mercado brasileiro de uva de mesa constitui, atualmente, o terceiro maior mercado mundial, superando os países da Europa e o Japão. Esse mercado brasileiro foi marcado nos últimos anos por um forte crescimento, passando de 260 mil toneladas em 1988 para 430 mil em 1995. Chama-se particular atenção para o aumento de 24,5%, observado no consumo interno brasileiro, de 1994 para 1995, que, possivelmente, tem relação com mudanças de mercado vinculadas à implantação do Plano Real.

A região Nordeste merece destaque no contexto nacional, como a região que apresentou maior expansão das áreas cultivadas. Estas passaram de 2.902 ha em 1992 para 4.847 ha em 1996, apresentando uma taxa média de crescimento anual de 13%, comparada a um crescimento de 3,6% na região Sudeste. A produção nordestina de uva está concentrada nos Estados de Pernambuco e Bahia, quase exclusivamente no Submédio do São Francisco, pólo Petrolina/Juazeiro. Em 1992, foram produzidas 64.158 toneladas, passando para 113.013 toneladas em 1996, ou 15% da produção total de uva do Brasil naquele ano. Considerando-se que o volume da produção de uva de mesa no Brasil foi estimado em 429 mil toneladas no ano de 1995 (Tinlot & Rousseau, 1996), significa afirmar que a produção de uva de mesa do Submédio São Francisco representava, naquele ano, 27% da produção nacional.

As exportações brasileiras de uvas cresceram rapidamente no período 1980 a 88, passando de 133 toneladas para 7.000 toneladas. No início dos anos 90, observa-se um forte movimento de avanço nas vendas externas, chegando a atingir 12,5 mil toneladas em 1993, seguido de uma diminuição. Mesmo nesse contexto de redução do volume das exportações brasileiras, a partir de 1994, a uva produzida na região do Submédio São Francisco teve uma participação significativa, pois contribuiu com mais de 70% do volume das exportações.

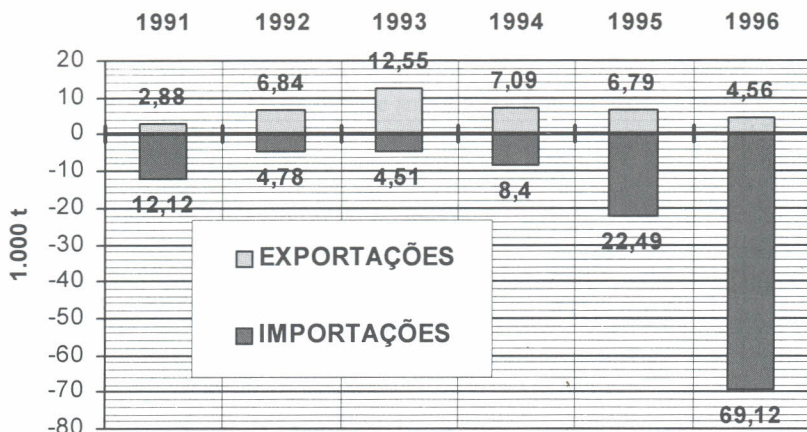
Figura 20.1 Produção de uva (em t) por região produtora do Brasil (de 1992 a 1996).



Fonte: IBGE (1996).

Vale ressaltar que, em termos de comércio internacional, o Brasil situava-se em 1995 na 15ª posição entre os exportadores de uva de mesa. Sua participação no mercado mundial não passa de 0,5% do total das exportações (Tinlot & Rousseau, 1996). Finalmente, cabe salientar que, a partir de 1994, as importações de uva de mesa pelo Brasil voltaram a aumentar e a superar as exportações (Figura 20.2).

Figura 20.2 Exportações e importações de uva fresca no Brasil: período de 1991 a 1996.



Fonte: Base de dados Alice - Secex / Decex.

4. Descrição da Cadeia Produtiva

O fluxograma da cadeia produtiva de uva de mesa é apresentado na Figura 20.3. Como pode ser observado, o funcionamento da cadeia envolve, além dos agentes diretamente responsáveis pela produção e pela distribuição física do produto, os agentes dos ambientes institucional e organizacional que acompanham a dinâmica econômica dessa cadeia.

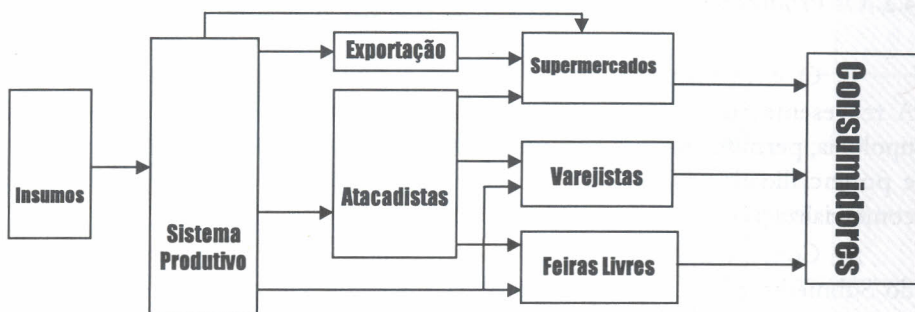
4.1 A Produção

No Vale do São Francisco, as condições climáticas - com temperaturas elevadas o ano inteiro, alta insolação e baixa umidade relativa - favorecem a produção de uvas finas de mesa. A incidência de doenças fúngicas é reduzida, e pequena a ocorrência de antracnose e míldio, que ocorrem sob condições de alta umidade relativa. As podridões-de-cacho ficam restritas ao período chuvoso.

Além disso, tais condições climáticas favorecem uma melhor qualidade dos frutos, que apresentam altos teores de açúcares nas bagas, e reduzem o ciclo fenológico, passando de 140 a 150 dias no noroeste de São Paulo, por exemplo, para 120 dias nas condições semi-áridas.

Figura 20.3 Fluxograma da cadeia produtiva de uva no Nordeste do Brasil.

Ambiente Institucional: Valexport, Ministério da Agricultura, Secretaria da Agricultura, Secretaria de Recursos Hídricos, Codevasf, Banco Central.



Ambiente Organizacional: Pesquisa, Cooperativas, Câmara da Uva, BGMB, Valexport, Assistência Técnica, Distritos de Irrigação, Ceasa, Associações, Sindicatos, Bancos, Prefeituras.

Essas vantagens comparativas da região estimularam o desenvolvimento de uma viticultura dinâmica e competitiva, destacando-se, principalmente, pela aplicação de tecnologias avançadas.

Em condições tropicais semi-áridas, a videira vegeta continuamente, isto é, não paralisa sua atividade fotossintética, não entra em fase de dormência, o que possibilita a colheita em qualquer época do ano, com 2,5 safras anuais. A poda e o controle da água de irrigação são fatores determinantes na regulação do ciclo produtivo da videira. O início de um novo ciclo vegetativo inicia-se com a realização da poda de produção e, a partir daí, pode-se estimar com relativa segurança o período de duração de cada fase fenológica da planta.

As produções de um vinhedo são escalonadas ao longo do ano, de modo a permitir ao viticultor a colheita semanal de uva ou de acordo com a sua preferência, concentrando as áreas de poda para a obtenção de colheitas mensais, bimensais, trimestrais, e até semestrais. A opção de o viticultor poder programar a época mais adequada para a colheita, constitui uma grande vantagem da região, pois assim é possível colher a uva quando os mercados de outras regiões produtoras estão desabastecidos, conforme pode ser observado na Tabela 20.1, e conseqüente possibilidade de obtenção de preços mais elevados.

4.2 Os Produtores

O universo dos produtores de uva de mesa do Nordeste não é homogêneo. A representação da diversidade observada, por meio da elaboração de uma tipologia, permite identificar lógicas distintas de manejo, assim como problemas e potencialidades específicas de cada categoria, no tocante à produção e à comercialização.

Como a concentração da produção nordestina de uva ocorre na região do Submédio São Francisco, a tipologia atém-se aos produtores dessa região, onde os colonos dos projetos públicos de irrigação representam cerca de 70% dos produtores de uva, embora detenham apenas 17% da área cultivada. A maior parte da produção está concentrada nos estabelecimentos dos médios e grandes produtores e nas empresas agrícolas instaladas nos projetos públicos ou nas propriedades privadas situadas nas proximidades do rio São Francisco.

O recurso de tipificar os produtores conduz a uma proposta de enquadramento de perfis, prevalecendo as características dominantes dos estabelecimentos. Assim sendo, os viticultores da região do Vale do São Francisco foram agrupados em cinco categorias, identificadas nas entrevistas com as pessoas-chave. Os tipos identificados estão discriminados na Tabela 20.2.

Cabe ressaltar a diversidade das estratégias utilizadas pelos produtores de uva. De fato, a presença de diversos tipos de produtores é representativa de um elenco diferenciado de práticas produtivas, de formas de comercialização e de tipos de mercados finais para a uva, que têm também, por reflexo, uma diversidade de demandas em relação à pesquisa.

Tabela 20.1 Épocas de colheita de uvas de mesa nas diferentes regiões do Brasil, segundo as variedades.

Estado	Região	Variedade	Nov.	Dez.	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.
RS	Alto Uruguai	Niágara e Isabel		///	///	///	///							
SC	Alto Uruguai	Niágara e Isabel		///	///	///	///							
PR	Central	Niágara, Isabel e Concord		///	///									
PR	Londrina, Manalva	Itália e Rubi		///	///	///			///	///	///			
SP	Jundiaí, Indaiatuba	Niágara		///	///	///								
SP	Porto Velho, São Miguel Arcanjo	Itália e Rubi		///	///	///	///	///						
SP	Jales, Tupi Paulista	Itália e Rubi										///	///	///
PE e BA	Submédio do São Francisco	Itália, Piratininga, Red Globe, etc.	///	///	///	///	///	///	///	///	///	///	///	///

Tabela 20.2 Resumo descritivo dos tipos de produtores vitícolas do Vale do São Francisco.

Critério \ Tipo	Pequenos produtores não-especializados	Pequenos produtores em via de profissionalização	Agricultores e empresas profissionais	Pequenas e médias empresas não-especializadas	Grandes empresas
GESTÃO DA UNIDADE:	Doméstico	Eficiente, efetuada pelo produtor	Eficiente, efetuada pelo produtor	Eficiente, gerencial	Organização administrativa, hierárquica
Gerenciamento					
Nível técnico do responsável	Baixo	Médio	Alto	Médio	Alto
Mão-de-obra	Família e diáristas	Familiar e permanentes	Familiar e permanentes, capacitada	Permanentes e contratos temporários	Permanentes e contratos temporários
Capacidade de investimento	Baixo	Limitada	Boa	Boa	Alta
Acesso ao crédito	Não	Difícil	Sim	Sim	Sim
Propriedade legalizada	Não	Não	Sim	Sim	Sim
PRODUÇÃO					
Área total aprox.	Até 4 ha	De 2 a 6 ha	De 5 a 20 ha	Variável	Acima de 20 ha
Produtividade aprox.	De 10 a 20 t/ha/ano	De 20 a 25 t/ha/ano	De 30 a 40 t/ha/ano	Variável	De 20 a 25 t/ha/ano
Manejo	Deficiente	Adequado	Domínio técnico, manejo profissional, flexibilidade organizacional, inovadores em tecnologia	Diversificação de culturas dificulta o manejo	Tamanho gera dificuldades; área dividida em setores; inovadores em tecnologia

Tabela 20.2 Continuação

Controle fitossanitário	Limitado	Sim, sempre que possível	Sim, sistemático	Sim, sistemático	Sim, sistemático
Custos de produção	Baixo	Médio	Elevado	Elevado	Elevado(> custo administrativo e carga tributária)
Qualidade do produto	Baixa	Média	Excelente	Média	Boa
COMERCIALIZAÇÃO					
Forma principal de comercialização	Atacadistas	Canal próprio com compradores	Rede de distribuição integrada, organizados em associações e cooperativas	Atacadistas	Atacadistas
Tipo principal de embalagem	Contentores (a granel)	Contentores (a granel)	Caixas (uva fria e quente)	Caixas ou contentores (uva quente)	Caixas (uva fria e quente)
Destino da produção	Mercado local (PE)	Mercado regional (NE)	Mercado nacional (segmentos diferenciais) e exportação	Mercado regional (NE) e nacional	Mercado nacional e exportação
Estratégia comercial	Venda escalonada visando à estabilidade da receita	Venda escalonada visando à estabilidade da receita	Qualidade e estacionalidade para preços altos	Cada produto tem sua época de preços altos	Estacionalidade para preços altos
Marketing	Ausente	Ausente	Presente	Presente ou não	Presente

Essas estratégias variam, entre outros fatores, conforme a forma de comercialização, a relação entre custo e qualidade da uva produzida e o tamanho do estabelecimento:

- As estratégias de produção voltadas para as épocas de melhores preços nos mercados geram uma concentração de volume em determinados períodos do ano, notadamente nos finais de ano (novembro/dezembro), e períodos de ausência de abastecimento dos mercados concorrentes (entressafra). Já a produção contínua é caracterizada pelo abastecimento ininterrupto do mercado, sujeitando o viticultor às oscilações de preços ocorridos durante os meses do ano, mas gerando um fluxo monetário constante.

- A estratégia de colocação do produto no mercado externo incorre em vendas conjuntas, pela agregação do volume produzido por vários viticultores, de modo a fazer face aos custos de transporte e a garantir um volume mínimo a ser exportado, sendo preciso atender às exigências de manejos produtivos que garantem a qualidade do produto.

- Alguns viticultores utilizam como estratégia a redução da produtividade, investindo, entretanto, no melhoramento do produto, priorizando assim a qualidade, enquanto outros tendem ao incremento da produtividade, de modo a obter maior volume produzido, numa mesma área de produção.

- As unidades produtivas de grande porte geralmente possuem pouca flexibilidade organizacional, gerando dificuldades no monitoramento e no controle dos parreirais, enquanto as unidades de produção de menor porte, com gerenciamento e supervisão diretos por proprietários profissionalizados, possuem maior agilidade na resolução de problemas e obtêm bons resultados em termos de qualidade e preço de venda.

4.3. A Distribuição

A uva produzida na região Nordeste é escoada em direção a quatro tipos de mercados, diferenciados tanto pelo destino final do produto, como pelo volume, pela qualidade e pela forma de organização dos atores da distribuição, quais sejam:

- **mercado local**, representado pelas cidades do Sertão de Pernambuco, Bahia e Piauí, ao redor da zona de produção;

- **mercado regional**, que compreende as cidades de pequeno, médio e grande portes, inclusive capitais dos Estados do Nordeste, com extensão para o norte do País;

- **mercado extra-regional ou nacional**, sendo os maiores centros consumidores do Brasil localizados na região Sudeste ;

- **mercado de exportação**, que funciona nas entressafras dos países competidores ou da produção dos países importadores (Tabela 20.3).

Tabela 20.3 Distribuição da produção de uva de mesa do Submédio São Francisco, por mercado de destino, em 1996.

Mercado de Destino	Quantidade (t)	Distribuição (%)
Local	8.000	7
Regional	62.000	56
Extra-regional	35.000	32
Exportação	5.000	5
TOTAL	110.000	100

Conforme pode ser observado na Tabela 20.3, 95% da produção de uva da região é destinada ao mercado interno. Os produtores comercializam, principalmente, pelo intermédio de dois agentes de negócio: atacadistas e

cooperativas. Mas a cadeia de comercialização da uva envolve outras organizações da intermediação, que estão ganhando importância na região, tais como os supermercados e as empresas de *tradings*, que realizam compras e estabelecem contratos de parceria ou alianças com os atacadistas e as cooperativas.

Os atacadistas são os principais agentes da cadeia de intermediação. Eles compram e vendem o produto a granel ou em caixas, diretamente dos produtores ou das cooperativas, atuando em grande escala. De forma geral, os atacadistas assumem outras funções, como classificação e padronização do produto, compra, venda a outros intermediários, financiamento ao produtor, acompanhamento de preços, armazenamento, transporte, informações de mercado e similares. Destacam-se vários tipos de atacadistas, dependendo das áreas de atuação e das funções de comercialização que assumem. Entre eles destacam-se: o atacadista nacional, o atacadista regional e o atacadista agrupador, que fica na região de produção e agrupa a produção de uva do pólo Juazeiro-Petrolina, mantendo contato permanente com os atacadistas regionais e nacionais. Existe ainda o atacadista urbano, que assume a função de abastecimento de uma cidade e da sua área de influência.

A influência dos atacadistas no mercado, em termos de controle do preço e das formas de venda, é significativa, pois eles movimentam volumes consideráveis. As condições básicas para o desempenho da função de atacadista são relacionadas com possibilidades de estocagem, meios logísticos importantes para a gestão dos estoques e dos insumos, inserção local ou relação privilegiada com uma zona de consumo e estratégia comercial eficiente.

Tanto para o atacadista nacional como para o regional, a compra pode ser realizada diretamente na propriedade, via cooperativa, ou no mercado do produtor. As modalidades de compra mais comuns são a venda por consignação e a venda fixa. Menos comum é a venda antecipada, ou seja, o negócio fechado por um preço único por unidade, estabelecido antes da colheita e para toda a safra. No caso da venda por consignação, o atacadista fornece uma fatura ao produtor com o preço do dia, obtido pelo seu produto no mercado de destino. No caso da venda com preço firmado, há apenas um controle de entrega com o registro realizado no ato dessa operação. Nessas modalidades de venda, o

pagamento da uva pode ser à vista (com deságio de até 5%) ou a prazo, com variação na época de realização da pesquisa de 15 até 25 dias (Ceasas).

Os varejistas são os agentes da intermediação que vendem diretamente ao consumidor nas feiras livres ou nas lojas como os sacolões, nas quitandas e em outras infra-estruturas de venda para o consumidor. Existe também na cidade um segmento de comerciantes que opera em unidades simples, de pontos semifixos, espalhadas nas ruas das cidades como Recife, que têm a fonte de fornecimento principal no entreposto da Ceasa. Eles compram pequenas quantidades que não justificam a estocagem. Atendem, principalmente, a donas de casa e a um público de jovens e estudantes motivados pelo consumo imediato.

Na Tabela 20.4, são apresentadas algumas características dos principais tipos de organizações comerciais envolvidos na distribuição da uva no mercado interno.

A análise do comportamento dos preços no mercado interno, baseada nos índices de variação estacionais do preço e da oferta de uva "Itália" no período de 1991 a 1995 em diferentes Ceasas (Recife, Salvador, São Paulo e Rio de Janeiro), permitiu avaliar a dinâmica dos mercados de destino e situar as janelas de comercialização para a região do Submédio São Francisco.

Os índices estacionais evidenciam as variações que existem entre as diferentes Ceasas e permitem elaborar um calendário de comercialização por Ceasa. Podem ser identificados três períodos (Tabela 20.5):

- Período de oferta forte (F): quando a oferta de uva 'Itália' alcança ou supera a média histórica de cinco anos. De modo geral, o produto na safra tem aumento de oferta e preços em baixa, com exceção do mês de dezembro, quando os preços elevam-se em decorrência do aumento da procura (exportação e aumento do consumo). Nesse período, cabe salientar a forte concorrência das outras regiões com uva de qualidade;

- Mercado de oferta regular (r): nesses períodos, encontram-se os índices de quantidade e de preços mais próximos;

- Período de oferta reduzida (--): quando a oferta alcança índices inferiores à média histórica e os preços estão acima dela. Nesse período, a tendência é de baixa da oferta e de elevação do preço.

Tabela 20.4 Quadro comparativo com as características dos diferentes tipos de organização comercial envolvidos na distribuição da uva.

Discriminação	Supermercado *	Atacadista nacional	Atacadista regional	Atacadista local	Varejista
Volume comercializado	400 t/ano	5.000-6.000 t/ano	3.000-6.000t/ano	Volume pequeno	Volume pequeno
Qualidade	Alta : uva fria, tipos Extra AA e Extra A	Alta : uva fria ou quente, tipos Extra AA, A e Extra	Média : uva quente, tipos extra e especial	Baixa: especial e refugo	Variável
Embalagens	Caixas de papelão 6 kg e de madeira 7 kg	Caixas de papelão 6 kg e madeira 7 kg	Contentores, caixas papelão 6 kg e madeira 7 kg	Contentores	Variável
Armazenagem / refrigeração	Armazenagem com refrigeração	Armazenagem com ou sem refrigeração	Armazenagem sem refrigeração	-	-
Nível de investimento	Alto	Médio	Médio	Baixo	Baixo a médio
Custos predominantes	Armazenagem, frete	Armazenagem frete	Armazenagem e embalagem, frete	Frete e perdas	Perdas
Forma de pagamento	A prazo (15-30 dias)	Em consignação ou a prazo (15-30 dias)	Em consignação ou a prazo (15-30 dias)	À vista ou a prazo (15 dias)	À vista ou a crédito de curto prazo (8/15 dias)
Tipo de contrato para venda	Encomendas programadas	Pedidos prévios	Pedidos prévios	Sem contrato	Sem contrato
Mercado	Regional e nacional	Nacional	Regional	Local	Urbano

* Caso específico de uma central de abastecimento de lojas varejistas.

Tabela 20.5 Calendário de oferta de uva fresca em cinco Ceasas, com base no volume e nos preços oferecidos.

Local	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Maio	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
São Paulo	FF	FF	FF	---	---	---	rrr	rrr	FF	FF	FF	FF
Rio de Janeiro	FF	FF	FF	rrr	rrr	rrr	---	---	---	---	FF	FF
Belo Horizonte	---	rrr	rrr	---	rrr	---	rrr	rrr	rrr	FF	FF	FF
Recife	---	---	---	rrr	rrr	FF	FF	rrr	---	---	FF	FF
Salvador	---	---	rrr	rrr	rrr	rrr	rrr	rrr	rrr	rrr	rrr	FF

Legenda: (FF): período de grande oferta, (rr) mercado de oferta regular e (---) período de oferta reduzida, quando a oferta alcança índices inferiores aos da média histórica.

Qualquer que seja o mercado de destino, o período natalino (novembro-dezembro) tem características particularmente favoráveis, pois permite vender a uva por preços superiores aos da média mensal, e em volumes excepcionalmente elevados. Nesse item, a região do São Francisco possui uma vantagem competitiva pelo fato de poder praticamente programar a sua colheita. De modo geral, o Vale do São Francisco tem a grande vantagem de poder dirigir o produto em qualquer período do ano, para qualquer lugar.

O mercado externo tem um significado importante para a uva da região, existindo duas janelas de exportações durante o ano: abriu a junho, com um terço do volume comercializado e outubro a dezembro, com os dois terços restantes. Em 1996, as exportações brasileiras de uva de mesa totalizaram 4,5 mil toneladas, movimentando 6,3 milhões de dólares (Secex/Decex, 1997). A região do Submédio São Francisco (Petrolina-PE e Juazeiro-BA) respondeu, nesse ano, por aproximadamente 75% dessas exportações.

A análise dos valores médios obtidos pela tonelada de uva fresca vendida no mercado internacional revela, no período de 1980 a 1993, uma certa estabilidade, com um preço médio em torno de US\$ 1.227 por tonelada (Gonçalves et al., 1996). Ultimamente, os preços de exportação da uva fina brasileira têm aumentado, sendo avaliada, em média, em US\$ 1,49 em 1995 e US\$ 1,39 em 1996 (Secex/Decex, 1997).

Sem deixar de reconhecer o inegável dinamismo desse setor, é importante situá-lo nas devidas dimensões. Esse volume comercializado representa apenas 1,5 % do mercado interno brasileiro.

4.4 O Consumo

O consumo médio anual de uva de mesa no Brasil girou em torno de 474 mil toneladas. O consumo anual por habitante, que era de 0,62 kg por pessoa em 1980 e de 2,96 kg em 1993, aumentou para 3,1 kg após o Plano Real. De acordo com Gonçalves et al. (1996), até 1993, a uva era consumida na região Sul do Brasil e pelas faixas de maior renda. A partir de 1994, após o Plano Real, com a melhor distribuição de renda no País e a incorporação de fatia significativa da população no consumo de frutas, o mercado interno da uva entrou em expansão e tornou-se mais atrativo para os produtores do que o mercado externo. Em decorrência, houve uma profunda mudança na distribuição do consumo e dos destinos finais da produção de uva da região.

Vale salientar que o aumento evidenciado favorece o segmento da uva fina de mesa, mercado-alvo da uva nordestina, pois ele cresceu de 1,55 kg em 1992 para 1,91 kg em 1996. No entanto, ressalta-se também, a partir de 1995, um forte aumento das importações de uvas frescas no Brasil (Tabela 20.6).

Tabela 20.6 Evolução da população, das importações e do consumo aparente total e *per capita* de uva fresca no Brasil

Ano	População (1.000.000 hab.)	Importação (t.)	Consumo aparente (1.000 t.)	Consumo <i>per capita</i> (kg)		
				Uva fina	Uva comum	Total
1992	146,8	4.786	440,4	1,55	1,45	3,0
1993	148,3	4.507	439,49	1,53	1,43	2,96
1994	151,2	8.399	446,85	1,54	1,41	2,95
1995	153,5	22.489	474,36	1,67	1,43	3,1
1996	155,8	69.123	529,77*	1,95*	1,45	3,4*

Fonte: Almeida, 1996.

*Estimativa.

5. Análise de Desempenho da Cadeia Produtiva

5.1 Custos de Produção

Os custos variam de acordo com as práticas agrícolas diferenciadas, adotadas pelos diferentes tipos de produtores. Portanto, estima-se que os custos diretos para a implantação de um hectare de uva na região do Submédio São Francisco (anos 1 e 2) giram em torno de 15,8 mil reais, sem se considerarem os custos com o sistema de irrigação adotado. Os custos diretos para a manutenção do parreiral (a partir do ano 3) são igualmente elevados, girando em torno de 11,1 mil reais. Entretanto, quando se consideram as despesas com a embalagem, que sempre são assumidas pelos produtores, esses custos se elevam para 14,6 mil reais (Tabela 20.7).

Tabela 20.7 Custo operacional de implantação e manutenção de 1 ha de uva no Submédio São Francisco.

Descrição	Implantação		Custo Total de Implantação		Custo de Manutenção	
	1º Ano	2º Ano	R\$	%	R\$	%
Preparo de solo e plantio	714	-	714	4,5	-	-
Construção do parreiral	4.384	-	4.384	27,7	-	-
Mudas	2.100	-	2.100	13,3	-	-
Custo de irrigação	704	704	1.408	8,9	704	6,4
Tratos culturais	728	1.120	1.848	11,7	4.214	38,1
Fertilizantes/corretivos	2.024	2.073	4.097	25,9	2.186	19,7
Reguladores de crescimento	-	-	-	-	809	7,3
Defensivos	243	382	625	3,9	1.410	12,7
Outros materiais	145	156	301	1,9	198	1,8
Transporte interno	120	240	360	2,2	300	2,7
Colheita	-	-	-	-	1.248	11,3
TOTAL	11.162	4.675	15.837	100,0	11.069	100,0
Materiais de embalagem	-	-	-	-	3.545	24,3
TOTAL COM EMBALAGEM	-	-	-	-	14.614	100,0
Insumos	8.400	2.895	11.295	71,4	8.852	60,6
Mão-de-obra	2.442	1.460	3.902	24,6	4.362	29,8
Mecanização	320	320	640	4,0	1.400	9,6

Em condições de cultivo irrigado, a vida útil do parreiral é de aproximadamente 20 anos. Nessas condições, considerando-se os custos mencionados e uma produtividade de 30 toneladas por hectare/ano, o custo de produção da uva do Submédio São Francisco é de 0,398 real por quilo, ou seja, um custo de 398 reais por tonelada. Quando se incluem as despesas com embalagem, esses custos se elevam para 0,516 reais por quilo ou 516 reais por tonelada. Evidentemente, os custos apresentados podem variar conforme o tamanho do empreendimento e a escala de produção, o grau de mecanização e de automação dos equipamentos utilizados, a gestão e as estratégias de produção adotadas pelos produtores, destacadas anteriormente no item que trata da tipologia dos agricultores.

5.2 Custos de Comercialização

Os custos de comercialização são determinados pelo mercado de destino, pela distância da zona de produção, pela exigência do mercado em termos de qualidade, de embalagens, e de refrigeração, e pelo número de intermediários presentes entre o produtor e o consumidor. Na maioria dos casos, quando o produtor vende a uva na propriedade ou no mercado de Juazeiro, existem dois ou três intermediários. Vale notar que a venda em contentores permite reduzir a parte dos custos pós-colheita que fica a cargo dos produtores, como a embalagem. A Tabela 20.8 detalha os custos de comercialização entre Petrolina e São Paulo e entre Petrolina e Recife, e a Tabela 20.9, os custos de exportação.

Tabela 20.8 Custos de comercialização da uva entre Petrolina e São Paulo e entre Petrolina e Recife (R\$/kg).

Tipo de venda :	Venda em consignação	Venda no mercado dos produtores de Juazeiro	Venda na fazenda
	Destino: São Paulo *	Destino: São Paulo	Destino: Recife **
Custos assumidos pelos produtores:			
Beneficiamento	0,030	0,030	0,030
embalagem (caixas)	0,260	0,260	0,260
Perdas	0,036	0,036	0,036
transporte local	0,021	0,021	
Frete	0,106		
comissão atacadista (14%)	0,137		
<i>Subtotal :</i>	0,590	0,347	0,326
Custos assumidos pelos comerciantes:			
transporte local			0,021
Frete		0,106	0,068
<i>Subtotal :</i>	-	0,106	0,089
Total geral	0,59	0,453	0,415

* Estimativa com base em preço no atacado em São Paulo, de R\$ 0,939/kg .

** Estimativa com base em preço no atacado no Recife, de R\$ 1,11/kg.

Fonte: Agri-anual (1996) e entrevistas.

Tabela 20.9 Custos de exportação da uva do Submédio São Francisco.

Atividade	Exportação para a Europa, via Porto de Roterdã	
	Custos ¹ assumidos pelos produtores (R\$/kg)	Custos ¹ assumidos pelos importadores (R\$/kg)
Custos administrativos	0,09	
Embalagem	0,24	
Pré-resfriamento	0,03	
Transporte Petrolina – Suape	0,094	
Armazenagem	0,024	
Custos de embarque	0,024	
Total	0,502	
Frete marítimo de Suape a Roterdã		0,292
Distribuição		0,07
Transporte		0,07
Impostos		0,196
Custos de desembarque		0,026
Comissão do importador		0,02
TOTAL		0,674

¹ Estimativa baseada num preço de venda *ex duty* em Roterdã de R\$ 2,232/kg.

Fonte: Gonçalves et al. (1996).

A análise da evolução dos preços nos três níveis (cooperativas, atacadistas do mercado de Juazeiro e atacadistas urbanos de Recife), durante um ano, permite evidenciar a evolução da margem bruta de comercialização dos intermediários. Vale ressaltar que, no período de grande procura no mercado de Recife, a margem desses atores aumenta e é reduzida no mês de maio, quando a demanda é pequena. A falta de circulação de informação entre os diferentes atores da cadeia produtiva permite, para uma categoria deles, aproveitar-se de uma importante diferença de preço. No mês de abril de 1996, a estimativa da distribuição da margem bruta de comercialização da uva entre os agentes econômicos, da produção até a distribuição no Recife, forneceu os seguintes resultados: produtores - 26% ; mercado de Juazeiro - 6% ; atacado de Recife - 17% ; e distribuição (Recife) - 50%.

A embalagem em caixas é o principal item do custo de comercialização, totalizando, pelo menos, 40% desses custos. O alto custo das embalagens parece relacionado em parte com a estrutura oligopolística do setor industrial de embalagens no Brasil, justificando a iniciativa dos produtores da região, de importar as embalagens de papelão do exterior. Esse aspecto merece ser avaliado em maior profundidade.

Além desses custos de comercialização, a produção da uva brasileira suporta alta carga tributária embutida nos insumos, na circulação e em outros encargos, estimada em aproximadamente 25,8% do valor no atacado².

5.3 Contabilidade Geral da Cadeia Produtiva

Considerando os dados levantados e sistematizados na análise diagnóstica, o volume do agronegócio da uva de mesa do Submédio do São Francisco, foi avaliado como proposto no método de prospecção de demanda tecnológica (Castro et al., 1995). Na Tabela 20.10, encontra-se uma versão resumida do valor do negócio da uva de mesa, ressaltando os fluxos internos por principais componentes e comportando as receitas, os custos variáveis, as margens brutas e a eficiência. A eficiência define-se como a relação entre os custos variáveis e as receitas obtidas.

Em virtude da diversidade de formas de escoamento da produção da uva da mesa e à variação dos preços entre elas, foi adotado o preço médio, obtido a partir das receitas dos circuitos identificados. Tendo em vista a dificuldade de obtenção de informações e a imprecisão delas, principalmente daquelas relativas a custos de distribuição dos produtos e dos insumos, os dados expressam valores estimados a partir do preço de compra da matéria-prima e dos custos ligados à própria atividade (custos de transporte, de acondicionamento). Observando-se o Quadro 20.10, verifica-se que o negócio da uva de mesa no Nordeste movimentou 517 milhões de reais, ficando os segmentos da distribuição e da comercialização com 67% desse valor, enquanto o setor produtivo movimentou 19% do valor

² De acordo com relatório da Valeexport, Petrolina-PE, enviado à Secretaria de Convênio Exterior, Departamento de Operações de Comércio Exterior, em 17/12/96 (Almeida, 1996).

total. Há, como exceção, o caso das empresas que dispõem de infra-estruturas de comercialização (boxes nas Ceasas do País, que lhes permitem acumular uma fração maior do capital). A relação receita total/custos evidencia a importância do retorno econômico para os investimentos realizados por segmento. Observando-se a Tabela 20.10, o setor mais eficiente é o segmento da distribuição (R= 1,4).

Tabela 20.10 Fluxos internos por componente, receita e custos/benefícios da cadeia produtiva da uva de mesa no Submédio São Francisco.

Componente	Quantidade (t)	Preço médio (R\$/kg)	Receita Total (1.000 R\$)	Custos variáveis (R\$1.000)	Margem Bruta (1.000 R\$)	Relação receita total/custos	Distribuição Valor %
Distribuição	110.000	1,98	218.000	156.000	44.000	1,39	42
Atacado	110.000	1,18	130.000	114.000	17.000	1,15	25
Sistema produtivo	110.000	0,89	98.000	80.000	18.000	1,20	19
Insumos	-	-	71.000	50.000	21.000	1,42	13
Total do negócio			517.000				100

5.4 A Competitividade do Setor

A viticultura da região do Submédio São Francisco oferece vantagens em relação às outras regiões produtoras do País para atuar nos mercados interno e externo. Entre elas, pode-se destacar a disponibilidade de terras, água, energia e mão-de-obra na região. A abundância desses fatores amplia as perspectivas de incorporação de novas áreas irrigadas com a cultura da uva e atua como atração

para os investimentos da iniciativa privada. Entretanto, esses atributos são insuficientes para explicar o desempenho da viticultura regional e suas condições de competição externa. Faz-se necessário, portanto, destacar os principais elementos definidores e diferenciadores das vantagens competitivas da região.

As condições climáticas aliadas à prática da irrigação possibilitam a produção de uvas finas de mesa durante todo o ano, com alta produtividade e atributos de qualidade capazes de atender aos mercados mais exigentes. O controle da disponibilidade de água para a cultura permite que a uva produzida na região do Submédio São Francisco alcance o estágio de maturação exigido pelas normas oficiais de seleção e classificação do comércio internacional. Esses padrões, determinados principalmente pelos teores de sólidos solúveis dos frutos, são alcançados durante quase todo o ano, permitindo que a produção da região ocupe as janelas de mercado deixadas por outras regiões produtoras dentro e fora do País. A conjunção dos fatores de produtividade e qualidade associada à possibilidade de programação e regularidade da produção colocam a região numa situação favorável no mercado.

A mão-de-obra abundante não constitui um fator de vantagem, pois, no caso da viticultura, sua qualificação e a especialização do trabalho, em algumas etapas do processo produtivo, são fatores importantes. Aqui vale destacar o papel das empresas do ramo instaladas na região que, mesmo contando com um contingente de mão-de-obra barata, investiram na tecnificação da produção e na qualificação técnica dessa mão-de-obra. Em decorrência, pode-se constatar atualmente, a existência de um grande número de trabalhadores e técnicos na região com experiência no cultivo da videira, muitos deles oriundos dessas empresas. Convém ressaltar que a mão-de-obra ainda é um componente significativo nos custos de produção e pode concorrer com até 40% do seu custo efetivo, no qual se destaca a operação de raleio dos cachos. Trata-se de um componente do custo que foi elevado, em parte, pela evolução do salário mínimo da região, que aumentou de R\$ 64,79 para R\$ 139,00, desde a implantação do Plano Real.

A estrutura produtiva da região já utiliza tecnologias que são determinantes para sua inserção competitiva nos mercados nacional e internacional. Embora não se revelem generalizadas entre todos os produtores, as principais tecnologias já estão internalizadas no complexo produtivo vitícola da região, tais como as variedades de uvas finas de mesa com grande potencial produtivo, o domínio das técnicas de produção e pós-colheita e também de operação da cadeia de frios, já bem estruturada na região. Consideráveis investimentos foram realizados para a construção de *packing houses* nas unidades produtoras de uva da região. Estima-se a existência de 400 galpões de embalagem e processamento, e 25 unidades de produção privadas com infra-estrutura de refrigeração, com capacidade suficiente para atender às suas necessidades de armazenamento e distribuição e, também, oferecer esse serviço a outros produtores da região.

Pode-se afirmar que o principal problema relacionado ao desenvolvimento tecnológico reside, atualmente, na concentração da produção centrada numa variedade de uva - a 'Itália', de coloração branca, com sementes, e que representa em torno de 80% da área cultivada - quando a grande tendência no mercado internacional é para variedades de uvas sem semente, segundo a condição de "compra casada", envolvendo tipos de uvas de coloração diferente (branca, rosada e escura). Essa tendência de sofisticação do mercado, embora em menor evidência, já é constatada nos centros mais dinâmicos de consumo brasileiro. Mas a capacidade de resposta dos produtores da região, em termos de desenvolvimento tecnológico, diante dos desafios da competitividade, são evidentes. Ultimamente verifica-se um crescimento das áreas cultivadas com as variedades de uvas de cor ('Red Globe', 'Benitaka' e 'Patrícia') e um esforço conjunto da iniciativa privada e da pesquisa pública para o desenvolvimento de variedades de uvas sem semente.

Vale ressaltar o papel do Estado e a importância da aliança entre a iniciativa privada e o governo para a consolidação do complexo produtivo da uva de mesa na região do São Francisco. O governo federal, com o propósito de estruturar os pólos de irrigação e criar núcleos de atração para os investimentos privados na região, realizou muitos investimentos públicos em infra-estrutura de transporte (estradas, portos e aeroporto), comunicação, energia elétrica e irrigação. Esta

última inclui a distribuição de energia elétrica, obras de captação, adução e distribuição de água, redes de drenagem e obras complementares em infra-estrutura social.

Essas condições favoreceram a instalação de uma iniciativa privada dinâmica, que foi capaz de estruturar uma organização empresarial atuante, baseada em cooperativas, associações de produtores, alianças entre produtores e *tradings*. Essa organização tem propiciado ganhos em escala para vários componentes do custo final da produção, atuando com uma logística de apoio comercial, contribuindo para a circulação das informações técnicas e de mercado e, também, exercendo o papel de controle da qualidade e desenvolvimento de uma marca para a uva da região.

Aqui vale destacar o papel exercido pela Valexport sobre o desempenho recente da viticultura da região, por intermédio de suas quatro câmaras setoriais: a Câmara da Uva de Mercado Interno, Brazilian Grapes Marketing Board; Pool de Fretes Marítimos e a recente Câmara do Projeto Uva sem Sementes, que conta com a participação da Embrapa (CNPUV e CPATSA). Atualmente, a Valexport vem-se empenhando na implementação do sistema de comercialização pelo Leilão de Origem (Veiling), visando ao mercado interno. Também merece destaque a CAJ (Cooperativa Agrícola de Juazeiro), remanescente da Coopercotia, que, com a Valexport, tem desempenhado um papel importante na regulação da cadeia produtiva da uva da região e no fortalecimento da competitividade do setor.

Embora muitos produtores de uva da região não estejam diretamente engajados nessa estrutura organizacional, eles se beneficiam da sua influência, principalmente sobre a regulação dos mercados e preços. Esse conjunto heterogêneo de produtores, com diferentes objetivos e estratégias de produção, está voltado, principalmente, para o mercado interno, com produtos condizentes com as qualidades exigidas, e representa um contingente potencial de produtores de uva, com capacidade de responder à evolução da sofisticação de consumo desse mercado.

No mercado interno, há uma tendência de aumento do consumo da uva fina, em detrimento da uva comum. Em 1992, a uva fina representava 51% da uva

de mesa consumida no País, ampliando sua participação para 61% em 1996. Trata-se de um mercado bastante segmentado, cuja importância principal reside no aproveitamento da uva de diferentes qualidades. Nele se destaca a tendência de crescimento de demanda por “uva quente” nos mercados local e regional, que absorvem a maior parte da uva de segunda qualidade, muito comercializada em contentores (a granel). No mercado extra-regional, a comercialização na forma de “uva fria” coloca o produto da região sanfranciscana em situação de desvantagem em relação ao das regiões produtoras mais próximas dos grandes centros de consumo, dada a preferência dos consumidores pelo produto na forma natural. No mercado interno brasileiro, o principal fator de diferenciação da uva da região do Submédio São Francisco reside na possibilidade de oferta do produto em qualquer época do ano, e a grande oportunidade de agregação de valor, com a obtenção de melhoria de qualidade.

A localização geográfica da bacia de produção de uva do Submédio São Francisco e sua posição de equidistância em relação às principais cidades que compõem os mercados consumidores local e regional, em franca expansão, consolidam o pólo Petrolina-Juazeiro como um centro privilegiado de concentração e de distribuição da produção. No entanto, a distância que separa a região dos grandes centros consumidores do País (São Paulo, Rio de Janeiro, entre outros) e da estrutura portuária (Recife, Salvador), aliada às condições de conservação da malha rodoviária, repercute desfavoravelmente nas condições de competição em relação ao mercado extra-regional (Sudeste, Sul, Centro-Oeste) e de exportação, pois onera os custos de comercialização e prejudica a qualidade da uva. Nesse caso, as outras regiões emergentes produtoras de uva de mesa, como Jales-SP, Londrina-PR, norte de Minas-MG, beneficiam-se da proximidade dos grandes centros consumidores. Essa desvantagem para a região sanfranciscana, entretanto, pode ser reduzida com a conclusão da Ferrovia Transnordestina, a ampliação da pista do aeroporto de Petrolina e a recuperação da malha rodoviária.

O mercado externo de uva fina de mesa é muito competitivo e requer regularidade de fornecimento, além de exigência de qualidade e produtos compatíveis com as preferências dos consumidores dos diferentes países. A redução

da exportação, a partir de 1994, seja em virtude do aquecimento do mercado interno, seja pela concorrência de outros países, significa um grande prejuízo para a viticultura da região, pois esse desaquecimento poderá implicar um difícil retorno aos níveis anteriormente alcançados no mercado externo.

A região dispõe de uma boa estrutura de abastecimento e fornecimento de insumos, máquinas e implementos, bem como de um setor de serviços de apoio à produção, no pólo Petrolina-Juazeiro, que serve de suporte à produção irrigada e beneficia a viticultura local. Entretanto, como a maioria desses insumos e maquinarias provém de indústrias localizadas fora da região Nordeste, há aumento dos preços e dos custos de produção. Aqui cabe ressaltar o caso das embalagens, o insumo que mais onera esses custos, cujas indústrias formam uma cadeia oligopolizada, com um número reduzido de fornecedores.

No tocante ao apoio técnico e científico em termos de pesquisa, assistência técnica e de laboratórios, a região pode contar com a presença dos centros de pesquisa da Embrapa e das empresas estaduais (IPA, EBDA), dos órgãos de desenvolvimento local e regional (Emater, Codevasf, entre outros), das instituições de apoio ao fomento e à capacitação (Sebrae, Senar), das empresas de assistência técnica, públicas e privadas, e das entidades de ensino de níveis médio e superior em agronomia, entre outros.

Finalmente, convém ressaltar alguns aspectos institucionais e de política macroeconômica que influenciam o poder de competitividade do setor. De acordo com Chaves Filho (1997), as cargas tributárias que incidem na produção e na comercialização da produção brasileira, atualmente estimadas, de uva de mesa, em 25,83% sobre o valor da venda no atacado, colocam o produto nacional em situação de desvantagem em relação à uva importada dos países do Mercosul, cuja carga tributária está estimada em 2,65%, colocando o produto importado em vantagem sobre o nacional, da ordem de 23,18%. Quanto às uvas procedentes de países não vinculados ao Mercosul, que pagam 10% de impostos de importação, essa vantagem se reduz para 12,92% (Tabela 20.11).

Tabela 20.11 Quadro comparativo da carga tributária, em percentual, incidente sobre a uva nacional e a importada.

Tributo	Uva de Mesa Importada	
	Países Mercosul	Outros Países
Impostos de importação	-	10,00
ICMS	-	-
PIS/confins	2,65	2,65
Total	2,65	12,65
Carga tributária sobre a uva Nacional	25,83	25,83
Vantagens para a uva Importada	23,18	12,92

Fonte: Chaves Filho, 1997.

A principal implicação do favorecimento à importação da uva foi a perda da competitividade da uva produzida na região Nordeste, no período de março a junho de 1996. Entretanto, essa época não corresponde a uma janela importante do mercado interno, extra-regional.

A ausência de uma legislação específica de proteção do mercado interno para coibir as práticas de *dumping* e a falta de atualização dos mecanismos de defesa sanitária brasileira constituem sempre uma ameaça à viticultura regional. A política de abertura comercial expõe a viticultura regional à concorrência com mercadorias subsidiadas na origem, como é o caso da uva importada, e ao risco de importação de doenças e pragas de outras regiões produtoras. A queda do preço médio da uva importada do Chile, de 0,86 dólar por quilo, em 1995, para 0,39 dólar, em 1996, suscita uma averiguação mais acurada.

6. Demandas Prioritárias

As demandas tecnológicas e não-tecnológicas apresentadas a seguir (Tabela 20.12) foram levantadas e identificadas a partir dos achados anteriormente descritos e de entrevistas com as pessoas-chave dos diversos segmentos da cadeia produtiva da uva da região do Submédio São Francisco. De acordo com o Manual Metodológico de Prospecção de Demandas Tecnológicas, elaborado pela Embrapa (Castro et al., 1995), as demandas podem ser agrupadas em três tipos. São elas:

D1: é uma demanda cuja solução já se encontra disponível, exigindo atividades complementares de adaptação e de extensão;

D2: é aquela cuja solução não se encontra disponível, exigindo atividades de geração propriamente ditas;

D3: é aquela cuja solução é dificultada por problemas de conjuntura e/ou estrutura do setor produtivo (preços defasados, deficiência de infra-estrutura, políticas inadequadas etc.), que fogem à ação direta das instituições de pesquisa.

7. Próximos Passos para a Análise Prognóstica

A análise diagnóstica permite ressaltar um conjunto de fatores e variáveis críticas que podem subsidiar a análise prognóstica. Para a sua realização, considera-se, como primeiro passo, a organização de uma restituição dos resultados aos principais atores de cada segmento e/ou do âmbito institucional da cadeia produtiva da uva do Submédio de São Francisco, para confirmação das informações e elaboração esquemática das tendências de evolução do setor vitivinícola na região.

O segundo passo da análise prognóstica consistirá em estudar a dinâmica da cadeia, que corresponde a avaliar suas capacidades de resposta e seus limites, quando submetida a determinadas situações críticas.

Tabela 20.12 Principais demandas tecnológicas para a cadeia de uva no Nordeste.

Tipo de Demanda	D1	D2	D3
A curto prazo	Padronização de classificação da uva Mudanças isentas de vírus Variedades de uva sem sementes	Redução dos custos de produção Raleio/métodos de raleio (desbaste) Sistema de produção de novas cultivares com sementes (Benitaka, Brasil) Temperaturas de pré-resfriamento, armazenamento e transporte Fatores de <i>shelf life</i> , maturação e pigmentos na uva de cor	Implementação de um sistema de padronização da produção para o mercado interno Implementação de um sistema de informação/bancos de dados, acompanhamento dos preços e estudo de mercado Apoio ao gerenciamento da propriedade e à capacitação

Tabela 20.12 Continuação

Tipo de Demanda	D1	D2	D3
A médio prazo	Pós-colheita Embalagem/ Aspectos técnicos Manejo de água e fertirrigação Sistema de produção de uvas sem sementes Porta-enxertos Nutrição mineral, curva de absorção	Controle biológico de fungos	Sistema de <i>draw back</i> para as caixas, para o mercado interno Infra-estrutura portuária para o mercado externo Organizações dos produtores brasileiros (representação nacional) para a redução das cargas tributárias Importação de embalagens
A longo prazo		Definição de novas cultivares adaptadas à região Nordeste Melhoramento genético para a obtenção de cultivares tolerantes a doenças	Definição de políticas agrícolas adequadas Crédito para investimentos e custeios

A título de exemplo, considera-se uma situação de instabilidade climática, aquela como a do primeiro semestre de 1997, quando a ocorrência de chuvas trouxe sérias conseqüências sobre os sistemas produtivos e o mercado. As chuvas provocam maior incidência de doenças fúngicas, aumentando os riscos de perdas de produtividade e levando os produtores a modificar o manejo da cultura pelo uso de mais defensivos, do que resulta o aumento dos custos de produção. Como conseqüência, a qualidade do produto é reduzida, depreciando o seu valor comercial, e agravada pelas perdas durante o transporte, aumentando os custos de comercialização. Esses fatores resultam, muitas vezes, na quebra de contratos entre distribuidores e produtores e na obtenção de preços no mercado que não atendem às necessidades dos custos.

Esse tipo de instabilidade demonstrou como os efeitos sobre a cadeia produtiva da uva são complexos. Outras formas de instabilidade, tais como a inadimplência dos comerciantes ou a queda de preço da uva e o aumento da importação, podem ser analisadas para identificar outros modos de regulação.

Propõe-se a realização, no futuro, de estudos mais detalhados dos modos de regulação. Cada segmento da cadeia possui um conjunto de mecanismos de regulação que diminui os efeitos das variáveis críticas ou repassa-os para outros segmentos. Vale lembrar que a percepção desse tipo de mecanismo ultrapassa o domínio técnico do manejo da cultura ou da parte pós-colheita. Ela refere-se também ao “domínio do capital social”, ou seja, dos tipos de relação que um ator da cadeia vai estabelecer com os demais (contratos, confiança baseada nas redes sociais). Esses fatores são bastantes para suscitar que o apoio institucional (pesquisa, extensão, bancos e outros) leve em consideração todos os mecanismos de regulação, apoiando alguns, e modificando aqueles que dão prejuízos ao outro segmento.

8. Referências Bibliográficas

ANUÁRIO ESTATÍSTICO DA AGRICULTURA BRASILEIRA. São Paulo: FNP Consultoria e Comércio, 1996. 1v.

ALMEIDA F.B. **Memorandum dirigido à Secretaria de Comércio Exterior**. Petrolina: VALEXPORT, 1996. 25 p.

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. Secretaria de Desenvolvimento Rural. **Programa de apoio e desenvolvimento da horticultura irrigada do Nordeste**: proposta de programa. Brasília, 1996a, 60p.

BRASIL. Ministério da Agricultura e do Abastecimento. **Programa de apoio ao desenvolvimento da fruticultura irrigada do Nordeste**. Brasília, 1996b, 60p.

BRASIL. Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo. Secretaria de Comércio Exterior. **ALICE**: Sistema de Informações do Comércio Exterior. Brasília, 1997.

CASTRO, A.M.G. de; COBBE, R.V.; GOEDERT, W.J. ed. **Prospecção de demandas tecnológicas**: manual metodológico para o SNPA. Brasília: Embrapa-DPD, 1995. 82p.

CHAVES FILHO, A. Fruticultores rejeitam o modelo chinelo. **Jornal do Comércio**, Recife, 20 abr. 1997. Caderno Econômico, p.4. Entrevista.

GONÇALVES, J.S.; AMARO, A.A.; MAIA, M.L.; SOUZA, S.A.M. Estrutura de produção e de mercado da uva de mesa brasileira. **Agricultura em São Paulo**, v.43, n.1, p.43-93, 1996.

SILVA, P.C.G. da; SAUTIER, D.; SABOURIN, E.; CERDAN, C.T. Abrindo a porteira: a relação dos sistemas de produção com a comercialização e a transformação, num enfoque de pesquisa - desenvolvimento. In: ENCONTRO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE SISTEMAS DE PRODUÇÃO, 2., 1995, Londrina, PR. **Anais...** Londrina: IAPAR / SBS, 1995. P.204-219.

TINLOT, R.; ROUSSEAU, M. Situation et statistiques du secteur vitivinicole mondial em 1995. **Bulletin de L'O.I.V.**, n.789 -790, p.1035-1114, 1996.