

Foto: Francisco H.D. de Souza



As sementes de forrageiras como agronegócio no Brasil

Francisco H. Dübbern de Souza¹

Introdução

A globalização econômica tem estimulado a reavaliação de inúmeros conceitos e a reorganização de inúmeras atividades. A rápida capacidade de adaptação a novos desafios tornou-se condição fundamental à sobrevivência das empresas. Na condição de um dos principais atores das cadeias produtivas da carne e do leite, as empresas de sementes de forrageiras também têm buscado alternativas para enfrentar novos paradigmas, que rapidamente despontam nesse contexto.

Neste trabalho, o desenvolvimento de estratégia de adaptação por essas empresas, é discutido com base no reconhecimento das limitações, dos

potenciais e das características únicas da cadeia produtiva das sementes de plantas forrageiras no Brasil.

Características típicas do agronegócio das sementes de forrageiras no Brasil

O produto

Agraciado por condições ambientais propícias, o Brasil tem explorado importante vantagem comparativa na produção de sementes de forrageiras. Em nossas condições, as produtividades de *Brachiaria decumbens* e de *B. brizantha*, por exemplo, muitas vezes alcançam de 500 a 600 kg/ha de sementes puras viáveis (SPV) em

¹ Eng^o.Agr^o., Dr., Pesquisador da Embrapa Pecuária Sudeste, Rod. Washington Luiz, km 234, Caixa Postal 339, CEP 13560-970, São Carlos, SP. Endereço eletrônico: fsouza@cppse.embrapa.br.

sistemas especialistas de produção, enquanto que em muitos países, principalmente naqueles situados abaixo do paralelo 10, as produtividades raramente alcançam 100 kg/ha de SPV (Hopkinson et al., 1996).

Esse fato permitiu ao Brasil tornar-se o maior produtor e o maior exportador de sementes de plantas forrageiras tropicais no mundo (das quais já era o maior consumidor) e contar com grande número de empresas comercializadoras, altamente competitivas. Grande parte da demanda nas Américas por esse tipo de sementes é suprida por empresas brasileiras.

Apesar do grande volume anualmente produzido e comercializado nessa vasta região, entretanto, é pequeno o número de espécies e cultivares que participam do mercado. Há esmagadora predominância das gramíneas, entre as quais destacam-se a *B. brizantha* cv. Marandu. Também importantes, mas em volumes significativamente menores, estão *B. decumbens* cv. Basilisk, *B. humidicola* cv. comum e *Panicum maximum* cv. Tanzânia. Outras espécies e cultivares, apesar de importantes em regiões específicas (por exemplo, *Andropogon gayanus*), têm participação ainda menor no mercado.

A popularização do uso de forrageiras leguminosas em pastagens não se concretizou até o presente no Brasil, por razões diversas; no entanto, a liberação de algumas cultivares desse grupo de plantas ('Estilosantes Mineirão', 'Estilosantes Campo Grande', 'amendoim forrageiro') nesses últimos anos, e os casos de sucesso na sua utilização, que começam a ser relatados, sugerem que essa possibilidade ainda existe.

Sementes de plantas forrageiras, tanto quanto qualquer outro tipo de sementes, são organismos vivos e, portanto, perecíveis. Entretanto, ao contrário de sementes de muitas culturas, quando não

se enquadram dentro de padrões legais mínimos de qualidade para comercialização, as sementes de forrageiras não têm uso alternativo. Sementes de arroz, soja, milho, feijão, fora dos padrões legais (por baixa germinação, por exemplo), podem ser comercializadas como grãos. Essa alternativa porém não é aplicável às sementes de forrageiras. Isso significa que o único destino de tais sementes de forrageiras é o descarte, puro e simples.

Assim, as empresas envolvidas com esse produto, necessariamente, devem desenvolver estratégias de mercado que possibilitem evitar sobras de estoques no final do período principal de vendas. Os altos custos associados ao capital imobilizado na forma de estoques, de instalações e de manutenção de estrutura física de armazenagem constituem estímulo adicional ao planejamento visando à redução de remanescentes. Essa característica das sementes de forrageiras é um dos condicionantes principais de todo o agronegócio da qual elas fazem parte, pois tornam o desenvolvimento dessa estratégia, comparativamente às sementes de grandes culturas, mais complexo.

Outra característica importante das sementes de forrageiras é a recorrência de problemas relativos à avaliação de sua qualidade. Também do ponto de vista de análise, as sementes de forrageiras apresentam problemas únicos (Ortolani, 1981), alguns conseqüentes da curta história de manipulação genética e agrônômica a que foram submetidas as espécies e as cultivares de forrageiras tropicais e outros, da falta de tecnologias apropriadas para análise. Não bastasse isso, em diversas regiões, há deficiência de infraestrutura de análise, ou seja, faltam laboratórios de análise de sementes, equipamentos e/ou de pessoal técnico capacitado.

Essa questão é agravada pela heterogeneidade típica de lotes desse tipo de sementes (Beavis & Harty, 1999), resultante tanto de sua falta de sincronismo das etapas de florescimento e produção de sementes quanto dos seus sistemas de produção agrícola e das formas de manuseio do produto. Em consequência, mesmo quando a amostragem dos lotes é feita dentro dos parâmetros técnicos recomendados (Brasil, 1992), o que nem sempre acontece, permanece o problema de heterogeneidade entre e dentro de lotes.

Dessa forma, não raramente, 1) é impossível fazer análise do produto antes da sua utilização, 2) os resultados obtidos na análise não refletem com exatidão as características da amostra de sementes analisada, ou 3) os resultados obtidos por diferentes laboratórios, a partir de amostras idênticas, são diferentes. Em razão disso, muitas vezes é difícil comparar lotes de sementes com base na unidade consagrada de comparação, que é o conteúdo de sementes puras germináveis, expresso pela porcentagem de valor cultural. E por se tratar, essencialmente, de uma "*commodity*", ou seja, um produto para o qual há poucas características pelas quais possa ser diferenciado, esse parâmetro é de importância fundamental.

Essas características, em grande parte, explicam as razões pelas quais, em várias regiões, o mercado de sementes de forrageiras é muitas vezes litigioso e caracterizado por escasso grau de confiança entre seus participantes.

O mercado

O mercado de sementes de forrageiras apresenta marcante estacionalidade. O investimento dos pecuaristas na formação de pastagens é determinado pelo regime de chuvas; assim, as vendas são maiores no início da estação chuvosa e nulas durante o

período seco. Isto representa considerável desafio às empresas que, de alguma forma, financiam a colheita, que representa um dos principais componentes dos custos desse tipo de sementes. O problema é causado pelo fato de a maior parte da colheita e, portanto, dos gastos ocorrer, no período seco do ano, quando o volume de venda e a entrada de recursos é pequeno ou nenhum. Para assegurar a sobrevivência no período da entre-safra, algumas empresas optaram pela ampliação da carteira de produtos comercializados ou pela busca de mercado externo, onde a época de plantio difere da brasileira.

O mercado de sementes de forrageiras tem mostrado sinais claros de competição crescente nestes últimos anos. Essa competição ocorre não apenas entre as empresas formais e tecnificadas, mas também entre elas e os comerciantes informais, que constituem um comércio paralelo, pouco controlado. A importância do comércio marginal varia entre as regiões (Vasconcelos Neto & Francelino, 2000). A persistência e a importância do 'comércio paralelo' é consequente de um grupo de consumidores que continua a usar o preço da semente como principal critério de compra, tal como será discutido adiante.

Há marcante preferência do mercado por sementes colhidas pelo método da varredura, com valor cultural de 24%, em especial para *B. brizantha*, que tem sido a espécie mais plantada no Brasil nos últimos 15 anos. Tal preferência é justificada pela melhor qualidade fisiológica apresentada por lotes de sementes colhidas por varredura, apesar de apresentarem qualidades físicas e sanitárias às vezes questionáveis, e pelo fato de muitos pecuaristas utilizarem esparramadeiras de calcário para o plantio dessas sementes.

Os modelos mais populares desse equipamento não permitem regulagem para plantio de quantidade inferior a 10 kg de sementes por hectare. Quando se utiliza

lotes com alto valor cultural, a quantidade de sementes necessária para a boa formação da pastagem é menor do que 10 kg/ha, de forma que o uso de tal equipamento resultaria no plantio de quantidade excessiva de sementes. Por essa razão, os pecuaristas preferem adquirir lotes de valor cultural mais baixo, ou seja, mais adequado ao uso das esparramadeiras.

O cliente

Em que pese avanços recentes na conscientização dos consumidores de sementes de forrageiras, em algumas regiões os consumidores ainda se caracterizam como pouco discriminantes quanto à qualidade das sementes que compram. Para esses, o principal critério de escolha é o preço por quilograma de sementes. Parâmetros de avaliação da qualidade das sementes, como a consagrada percentagem de valor cultural - 'pontos de VC' - tem peso menor para esse grupo de clientes (Vasconcelos Neto & Francelino, 2000), que assim se comporta, em grande parte, por desinformação. Para eles, a melhor compra continua sendo o menor preço. É claro que o preço deve estar sempre atrelado à qualidade do lote de sementes; na verdade, um dos critérios de escolha do lote para aquisição deve ser o custo por 'ponto de VC', obtido pela divisão do custo do quilograma da sementes (R\$/kg) pela percentagem de valor cultural dessa semente.

Em anos recentes, no entanto, o perfil desse consumidor tem gradualmente se alterado e se observa entre eles preocupação crescente com a qualidade das sementes adquiridas. Essa mudança de comportamento está associada aos rápidos avanços tecnológicos verificados nos sistemas de produção pecuária e tem sido proporcional à popularização dos sistemas de integração agricultura-pecuária.

Nota-se que representantes de empresas

comerciais de sementes são uma importante fonte de informações e de conhecimentos para os consumidores, para a resolução de seus problemas relativos às pastagens. Muitos deles buscam informações sobre taxas adequadas de semeadura, tipos de equipamentos, alternativas para correção de deficiências nutricionais do solo e de técnicas para recuperação de pastagens degradadas, informações sobre adaptação e de desempenho de diferentes tipos de forrageiras, etc. Isso acontece em razão do alcance limitado dos serviços oficiais de extensão rural, encarregados da divulgação de tecnologias para a exploração pecuária, e à disponibilidade desses representantes. Lamentavelmente, observa-se que alguns daqueles profissionais mostram-se despreparados para atender de modo adequado esses clientes.

Dessa forma, observa-se que os clientes, cada vez mais, esperam que o produto, cujas características são de uma "commodity" (sementes), venha acompanhado de um serviço (informações). Logo, diante de sementes de qualidades e características idênticas, é maior a probabilidade de o cliente realizar a compra da empresa comercial que de acordo com sua percepção está mais capacitada a prestar-lhe os melhores serviços ou as melhores informações.

Como podem as empresas se adaptar a essa situação?

Diante desse quadro, dependendo de cada caso, uma ou várias das alternativas seguintes podem ser utilizadas por empresas de sementes de forrageiras:

- 1) Aumentar o grau de profissionalização do seu quadro de pessoal quanto a:

- a) atendimento ao cliente: cortesia, capacidade de identificar seus problemas, cumprimento de prazos e preços, e garantia da qualidade do produto vendido;
 - b) planejamento: aperfeiçoar as estratégias de compra, venda e formação de estoques, buscar mecanismos para detectar tendências quanto a preferências do cliente, manter-se atualizado quanto a novidades no setor, e a avaliação de avanços e recuos dos concorrentes;
 - c) infra-estrutura: criação e manutenção de boa infra-estrutura de comunicação, armazenamento e distribuição.
- 2) Adquirir capacitação para dar bom suporte técnico aos clientes além do balcão de vendas (“pós-venda”). Isto pode ser obtido com o treinamento do pessoal de vendas;
 - 3) Praticar sincero interesse pelos problemas dos clientes. Ou seja, mais do que tudo, ver o cliente como “parceiro” e ter visão de longo prazo do mercado;
 - 4) Capacitar-se para oferecer aos clientes, produtos:
 - a) diferenciados, com valor agregado. Exemplos: espécies ou cultivares exclusivas, tipos especiais de sementes e/ou embalagens, assistência técnica diferenciada, pastagens implantadas;
 - b) com qualidades varietal, física, sanitária e fisiológica garantidas;
 - 5) Estreitar parcerias com ONGs, fornecedores, órgãos oficiais (Comissões Estaduais de Sementes e Mudanças, Secretaria de Agricultura, Delegacia Federal de Agricultura, Embrapa e institutos de pesquisa, etc.), comunidades, de forma a buscar sintonia com seus anseios e objetivos, ou seja, exercitar a “parceria” no sentido amplo da palavra;
 - 6) Participar de grupos e associações de classe para identificar propósitos comuns, lutar por interesses comuns e ajudar a construir e a manter uma ‘ética de mercado’;
 - 7) Manter mecanismos de ‘feed-back’ com os representantes comerciais, como forma de manter sintonia com o mercado e com a necessidade dos clientes.

Conclusões

No novo contexto, constituído por produto com características peculiares, ambiente comercial mais competitivo e clientes ainda pouco informados porém, cada vez mais, conscientes de seus direitos e mais exigentes quanto à qualidade, as empresas de sementes de forrageiras devem se adequar, norteando suas atitudes pelas palavras-chave: **flexibilidade, planejamento, profissionalização, sintonia, foco no cliente, agregação de valores aos produtos e garantia de qualidade**. O principal pré-requisito dessa adaptação é a **capacitação de recursos humanos e, mais do que um consumidor, o cliente deve passar a ser visto como um inestimável parceiro**.

Bibliografia citada

BEAVIS, C.H.S. & HARTY, R.L. Seed quality assurance. In: Loch, D.S. & Ferguson, J.E. Forage seed production: 2. Tropical and subtropical species. CABI Publishing, Wallingford. Chapter 16. p.283-301. 1999.

BRASIL. Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária. Regras para análise de sementes. Brasília: SNDA/DNDV/CLAV. 1992. 365p.

HOPKINSON, J.M.; SOUZA, F.H.D.de; DIULGHEROFF, S.; ORTIZ, A. & SANCHEZ, M. Reproductive physiology, seed production and seed quality of *Brachiaria*. In: Miles, J.W. et al. *Brachiaria*: biology, agronomy and improvement. Ciat/Embrapa Gado de Corte, Cali, Colombia. Chapter 8. p.124-140. 1996.

ORTOLANI, D.B. Problemas de análise em sementes de gramíneas forrageiras. Revista Brasileira de Sementes, v.3, n.2, p.79-92. 1981.

VASCONCELOS NETO, M.O. & FRANCELINO, J.N. Sistema de produção de sementes de forrageiras no Brasil – A visão do Governo. In: WORKSHOP SOBRE SEMENTES DE FORRAGEIRAS, 1, 1999, Sete Lagoas, MG. **Anais...** Sete Lagoas: Embrapa Negócios Tecnológicos/Escritório de Negócios de Sete Lagoas, 2000. p.7-10. 2000.

Apoio:



Comunicado Técnico, 45

Ministério da Agricultura,
Pecuária e Abastecimento



Exemplares desta edição podem ser adquiridos na:

Embrapa Pecuária Sudeste

Endereço: Rod. Washington Luiz, km 234

Fone: (16) 261-5611

Fax: (16) 261-5754

Endereço eletrônico: sac@cppse.embrapa.br

1ª edição

1ª impressão (2003): 100 exemplares

Comitê de publicações

Presidente: *Edison Beno Pott.*

Secretário-Executivo: *Armando de Andrade Rodrigues.*

Membros: *Ana Cândida Primavesi, Carlos Roberto de Souza Paino, Sônia Borges de Alencar.*

Expediente

Revisão de texto: *Edison Beno Pott*

Editoração eletrônica: *Maria Cristina Campanelli Brito.*