

O Agronegócio da fruticultura na Amazônia: potencialidades, vulnerabilidades e perspectivas

Adriano Stephan Nascente

CPF: 394.142.801-20

Instituição: Embrapa Arroz e Feijão

Rodovia do Talco, km 3 – Distrito Industrial – Cx. Postal 97

CEP: 84001-970 – Ponta Grossa – PR

Email: adriano@cnpaf.embrapa.br

Calixto Rosa Neto

CPF: 161.261.061-72

Instituição: Embrapa Rondônia

BR 364, km 5,5 – Cx. Postal 406 – CEP: 78900-970 – Porto Velho-RO

Email: calixto@cpafro.embrapa.br

Grupo de Pesquisa: 4 – Sistemas Agroalimentares e Cadeias Agroindustriais

Forma de apresentação: Apresentação com presidente da sessão e sem a presença de um debatedor

O Agronegócio da fruticultura na Amazônia: potencialidades, vulnerabilidades e perspectivas

Resumo

O setor de frutas é um mercado em expansão no Brasil, que se apresenta como o terceiro maior produtor mundial, sendo a laranja, a banana e o mamão os principais produtos frutícolas produzidos no país. A Amazônia, dada a sua dimensão geográfica, possui um imenso potencial para a produção de frutas, que se constitui em uma excelente opção para o desenvolvimento da agropecuária na região, que tem uma série de vantagens comparativas em relação às outras regiões do Brasil. Além disso, a atividade é grande absorvedora de mão-de-obra, principalmente a familiar, possuindo uma das relações mais altas de emprego por investimento. Objetivando identificar os fatores intervenientes no processo de desenvolvimento da fruticultura na Amazônia, realizou-se pesquisa exploratória visando conhecer a cadeia produtiva de frutas na região, por meio da análise estratégica (utilizando-se a matriz SWOT) das suas potencialidades, vulnerabilidades e perspectivas. Os resultados obtidos apontam para a viabilidade da produção de frutas na Amazônia, devendo, entretanto, algumas questões serem devidamente consideradas, dentre elas o estímulo a políticas setoriais e regionais, com o intuito de dinamizar os processos de produção, industrialização e distribuição.

Palavras-Chave: Agronegócio, Fruticultura, Amazônia.

O Agronegócio da fruticultura na Amazônia: potencialidades, vulnerabilidades e perspectivas

1 - Introdução

A agricultura vem incorporando progressos técnicos sem precedentes ao longo das últimas décadas, impulsionada pela combinação dos insumos químicos (fertilizantes, nutrientes e defensivos) com a melhoria genética vegetal e animal. Por outro lado, as transformações pelas quais passa a sociedade aprofundam a interdependência da agricultura com as funções de insumos, equipamentos e máquinas agropecuárias, processamento e transformação, distribuição e consumo, surgindo daí o termo agronegócio (PINAZZA E ALIMANDRO, 1999).

Dentre os vários segmentos produtivos que compõem o agronegócio brasileiro, a fruticultura, não obstante sua baixa participação no conjunto das exportações em relação a outros produtos, como grãos e café, vem ganhando projeção tanto no mercado interno como no mercado externo, em virtude de novas demandas que vêm surgindo, decorrentes principalmente de novos hábitos de consumo na busca de uma vida mais saudável.

Entretanto, conforme observado por Barreto Filho (2000) a fruticultura brasileira precisa vencer algumas barreiras que comprometem sua competitividade e retardam sua consolidação como atividade capaz de atender às expectativas de tornar-se um instrumento de alavancagem do desenvolvimento regional.

Tal observação contextualiza também a situação vivida pela fruticultura na Amazônia, que embora tenha passado por importantes transformações na última década, como a ascensão das frutas nativas, até então de consumo essencialmente regional, ainda carece de melhores processos de produção, principalmente no que se refere à qualidade dos seus produtos, da consolidação da sua agroindústria, de melhor organização de seus produtores e da consolidação de uma melhor infra-estrutura que possibilite melhores condições de competitividade (HOMMA, 2001; HOMMA & FRAZÃO, 2002).

Nesse contexto, esta pesquisa, utilizando-se do método do estudo exploratório, busca identificar os aspectos que interferem e influenciam no processo de desenvolvimento da fruticultura na Região Amazônica. Por meio do levantamento bibliográfico, de informações verbais e de dados estatísticos, busca-se construir a cadeia produtiva de frutas na Amazônia, analisando sua competitividade por intermédio da análise estratégica de seus pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças.

2 - Dimensão conceitual do agronegócio (*Agribusiness*)

Durante algum tempo o conceito de agricultura ficou limitado ao espaço do que se convencionou chamar de unidade de produção rural, ou seja, seu limite estava compreendido no chamado setor primário da economia, englobando somente as atividades dos produtores e trabalhadores rurais.

Estudos realizados por Davis e Goldberg (1957) ampliaram essa visão distorcida de agricultura, pois na concepção desses autores esta não poderia ser abordada sem se considerar sua relação de dependência com outros setores e agentes responsáveis por todas as atividades

ligadas aos processos de produção, processamento, armazenagem, distribuição e consumo, surgindo daí o termo *agribusiness*.

Trabalho posterior de Goldberg (1968) viria redefinir o conceito de *agribusiness*, para englobar também todas as instituições que afetam os estágios sucessivos do fluxo de produtos, tais como as instituições governamentais, mercados futuros e associações de comércio.

Para Flores & Silva (1992) o conceito de *agribusiness* sobrepõe-se ao de agricultura, uma vez que abrange as diversas etapas do processo de produção, permitindo a associação dos diversos atores envolvidos e dando uma nova dimensão no aproveitamento das oportunidades de mercado.

Ainda de acordo com esses autores, a importância do setor agrícola supera largamente a questão da produção. Além de ter uma participação direta na economia, possui a mais extensa cadeia de ligação com outros setores, quer seja com produtores e fornecedores de seus insumos, máquinas e equipamentos, quer seja com processadores, distribuidores e consumidores de seus produtos, processos e serviços.

Portanto, o setor agropecuário, a partir do desenvolvimento e da aceitação do conceito do *agribusiness* é visto de forma ampliada, por se inserir num contexto global dentro do sistema produtivo, não se limitando apenas ao fator produção.

Batalha (1997) observa que somente uma agropecuária forte não é suficiente para a sustentabilidade e geração de divisas para um país, haja vista que o alimento deve ser produzido, industrializado e estar disponível para o consumidor. Qualquer disfunção em uma destas etapas básicas compromete todo o esquema de abastecimento alimentar e de competitividade para o setor.

Nesse contexto, o enfoque do agronegócio constitui-se em fator primordial para retratar as profundas transformações verificadas na agricultura brasileira nas últimas décadas, período no qual o setor primário deixou de ser um mero provedor de alimentos *in-natura* e consumidor de seus próprios produtos, para ser uma atividade integrada aos setores industriais e de serviços.

Hoje, os principais insumos da agropecuária, tais como fertilizantes, defensivos, rações, combustíveis e outros, e a maquinaria utilizada (tratores, colheitadeiras e outros equipamentos), são predominantemente provenientes de setores industriais, especializados em produtos para a agropecuária. Da mesma forma, os produtos de origem agropecuária destinam-se, crescentemente, a agroindústrias especializadas no processamento de matérias-primas e de alimentos industrializados, consumidos no mercado interno urbano e exportados.

E é no quesito exportação que a contribuição do *agribusiness* tem-se mostrado relevante nos últimos anos, destacando-se como gerador de divisas para o país, contribuindo decisivamente para minorar o déficit e, ultimamente, gerar saldos comerciais positivos na Balança Comercial brasileira, como ocorreu em 2004, quando o superávit da balança do agronegócio foi de US\$ 34,1 bilhões, com as exportações alcançando o total de 39 bilhões, correspondendo a 40,4% de tudo o que o país exportou no precitado ano (MAPA, 2005).

Considerando que este trabalho tem como foco o estudo da cadeia do agronegócio de fruticultura na Amazônia, necessário se faz contextualizar a atividade nos cenários mundial e nacional.

3 - Caracterização Mundial da Fruticultura

A cadeia mundial de fruticultura ainda se encontra em estágio inicial de desenvolvimento, pois apesar da grande variedade de frutas existentes, poucas ainda são comercializadas internacionalmente. A grande perecibilidade das frutas, os custos de comercialização e os canais de distribuição ainda não consolidados, fazem com que somente 8,85% da produção mundial seja comercializada para consumo *in natura* (FAO, 2004).

O mercado internacional é bastante exigente, requerendo elevado padrão de qualidade dos frutos, valor intrínseco da fruta (baixo ou nenhum resíduo de agrotóxicos, aspecto, sabor, coloração e uniformidade de tamanho e formato). Apesar dessas exigências, vários estudos de mercado identificam oportunidades potenciais para as frutas tropicais, haja vista que o mercado internacional está ávido por experimentar novos sabores e usufruir das vantagens de se consumir frutas, tais como as altas concentrações de fibras e vitaminas, baixo nível de calorias, poder medicinal etc. E nesta atividade o Brasil tem uma grande vantagem por poder produzir frutas de clima tropical e temperado (em algumas regiões) durante o ano todo e abastecer o mercado do Hemisfério Norte, principalmente na época da entressafra (VILAS, 2002).

3.1 - O Brasil no contexto do mercado mundial de frutas

As frutas brasileiras estão ganhando mais espaço no mercado mundial e conseguindo se consolidar junto ao exigente consumidor internacional. No ano de 2003 as exportações de frutas foram de US\$ 345,6 milhões, 39% superior ao exportado no ano anterior. O volume das exportações foi de 825.191 toneladas, sendo 21,4% superior ao do ano de 2002. Dados da Secretaria de Comércio Exterior (Secex) indicam receitas de US\$ 592 milhões para 2004, com as vendas de frutas frescas representando dois terços desse valor, tornando cada vez mais factível a meta brasileira de elevar a US\$ 1 bilhão as exportações de frutas frescas até 2010. (MAPA, 2005; BRASIL SÓ PERDE..., 2005).

Os números mostram que desde 1996 vem ocorrendo um crescimento na quantidade e no valor das exportações brasileira de frutas. Isto se deve, principalmente, aos investimentos na melhoria da qualidade da produção, colheita e pós-colheita (seleção, embalagem e transporte), e preocupação dos setores público e privado em divulgar e promover as frutas brasileiras no exterior. O maior comprador de frutas brasileiras em 2002 foi o Reino Unido, com 14%, seguido da Argentina, 12%, e do Uruguai, 6%. Além disso, o Brasil exportou para os EUA, Portugal, Bélgica, Finlândia, Emirados Árabes Unidos e Países Baixos, entre outros.

Entretanto, este cenário aparentemente positivo das exportações brasileiras ainda é pouco representativo para um país que tem uma produção anual de cerca de 38 milhões de toneladas de frutas e exporta apenas 2% deste total. O mercado mundial de frutas frescas movimentou no ano de 2002 em torno de 20,5 bilhões de dólares anuais e cresce cerca de 1 bilhão de dólares ao ano. O Chile, sozinho, exporta 1,6 bilhões de dólares (FAO, 2004). O Brasil exporta menos frutas frescas do que a Turquia, México e Bélgica, ou seja, a performance do Brasil no mercado internacional para esta atividade está muito acanhada. Para Vilas (2002) tal fato leva a refletir quais seriam as causas da pequena inserção brasileira no mercado mundial de frutas frescas.

O mercado interno consome praticamente toda a produção de frutas produzidas no país, diminuindo o excedente que poderia ser direcionado para as exportações. A relativa estabilização da economia a partir de meados dos anos 90, com o aumento da renda *per capita*, contribuiu para o aumento do consumo interno, hoje em torno de 57 quilos *per capita*. Se o Brasil ampliasse sua participação no mercado externo, poderia se imaginar que iria faltar frutas para o consumo interno, entretanto, o país apresenta condições de solo e clima e tecnologias disponíveis que possibilitariam ampliar a produção atual de frutas, aumentando as exportações sem causar o desabastecimento do mercado doméstico.

O setor de frutas frescas se especializou em produção e desfavoreceu a comercialização. A grande maioria dos produtores se preocupa mais com o consumo local, e somente quando ocorre problemas internos de demanda ou pedidos isolados para exportação é que eles visam o mercado externo. Com isso, ocorre um relaxamento natural na busca da máxima qualidade e eficiência, uma vez que o mercado interno, sendo menos exigente, tende a absorver a maior quantidade das frutas aqui produzidas.

Mercados mais exigentes em qualidade servem para fortalecer a competitividade, manter o setor em alerta e ser uma base para inovações. No Brasil existe a idéia errônea de que produtos de melhor qualidade são direcionados para exportação e os de pior qualidade são destinados ao mercado interno. Esta postura não preparou o produtor para comercializar seu produto no exterior.

De acordo com Rodrigues (2003) o mercado internacional da fruticultura é um dos mais exigentes do agronegócio, pois além de produtos de qualidade os importadores querem embalagem adequada, volume e regularidade na entrega, certificação e rastreabilidade. Visando atender tais requisitos, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) criou o Programa de Desenvolvimento da Fruta (Profruta), além de ter lançado o programa denominado Produção Integrada de Frutas (PIF), englobando 57 projetos de diferentes segmentos da cadeia produtiva.

Verifica-se, assim, que o Brasil tem plenas condições de produzir frutas para abastecer o mercado interno e competir no mercado externo. No entanto, para isso acontecer é preciso se ofertar produtos de elevada qualidade (obtido por meio de um adequado manuseio das frutas nas etapas de produção, colheita, transporte, beneficiamento, acondicionamento e armazenamento), ampliar o número de variedades aceitas internacionalmente, ter políticas e estratégias de incentivo à fruticultura, cumprimento de acordos com os compradores internacionais, redução do “custo Brasil”, maior sintonia entre os atores das cadeias produtivas de frutas e desenvolvimento de mecanismos para proliferação de empresas com atuação no mercado externo para comercializar as frutas que o país produz (VILAS, 2002).

3.2 – Panorama Nacional da Fruticultura

O Brasil é o terceiro maior produtor de frutas do mundo, atrás apenas da China e da Índia, e o setor vem se desenvolvendo, melhorando sua logística, aumentando a área plantada, a produção, o número de agroindústrias e principalmente as exportações. As principais frutas produzidas no Brasil, em termos de área plantada, são: laranja, banana, coco, melancia e uva, que juntas ocupam uma área de 1.768.624 ha.

A atividade tem grande importância social, pois gera 4 milhões de empregos, sendo que a citricultura é a atividade que mais gera empregos no setor agrícola, respondendo pela geração de 420 mil empregos diretos. Segundo dados do Ministério da Agricultura, cada hectare ocupado com fruticultura emprega, em média, de 1 a 2 pessoas (Rodrigues, 2003).

A agricultura (a qual inclui a fruticultura) é um dos setores da economia que gera empregos a custos inferiores ao de outros setores. Dados da FAO (2004) revelam que um hectare plantado com frutas gera renda média de US\$ 2 mil, enquanto a mesma área com cultivo tradicional de grãos ou de cereais rende cerca de US\$ 500

Entretanto, o país ainda depende do mercado externo para suprir sua demanda de frutas, principalmente as produzidas em clima temperado, como é o caso da maçã, uva, pêra, nectarina e kiwi, que são importadas do Chile, Argentina e EUA. Neste contexto, verifica-se que a produção nacional de frutas tem possibilidade de expansão na área de frutas temperadas, aproveitando micro-climas brasileiros e promovendo a substituição de importações.

O Brasil possui tecnologia na produção de frutas tropicais e temperadas, sendo que a região Sul produz principalmente frutas de clima temperado e as regiões Sudeste, Centro-Oeste, Norte e Nordeste as de clima tropical. As condições de temperatura, altitude, recursos naturais e luminosidade permitem prever uma importante participação futura do Brasil no agronegócio da fruticultura. Além dos recursos naturais e das forças dos mercados internos e externos, a produção de frutas tem na alta rentabilidade outro poderoso elemento indutor de sua expansão, com externalidades positivas na cadeia de todo o agronegócio frutícola.

Outro aspecto importante é a oferta de alternativas para a agricultura brasileira, pois o cultivo de produtos mais nobres e rentáveis, como as frutas, é oportuno para importante parcela de pequenos agricultores. O governo brasileiro tem realizado investimentos significativos em diferentes setores fundamentais para a fruticultura, entre os quais destacam-se os investimentos em estradas, eletrificação, irrigação, infra-estrutura, cooperativa e pesquisa agrícola. Para melhorar o agronegócio da fruticultura brasileira tem-se a necessidade de modernização e integração do setor público e privado, objetivando melhorar a eficiência, ampliar a capacidade de cooperação e otimizar o uso de recursos, visando diminuir a defasagem competitiva ainda existente no setor (Barreto Filho, 2000)

4 - Metodologia

Dentro das diferentes classificações dos tipos de pesquisa que têm sido adotadas por diversos autores da área, este trabalho pode ser classificado como sendo do tipo exploratório. Conforme Mattar (1994) a pesquisa exploratória caracteriza-se por proporcionar ao pesquisador um maior conhecimento sobre o tema ou problema que se deseja pesquisar, sendo apropriada para os estágios iniciais da investigação, quando o pesquisador não tem a compreensão e o conhecimento adequados do fenômeno que quer investigar, sendo particularmente útil quando não se tem conhecimento mais profundo do problema de pesquisa.

Dentre os métodos empregados pela pesquisa exploratória, utilizou-se o levantamento em fontes secundárias, compreendendo levantamentos bibliográficos, levantamento de estatísticas e levantamento de pesquisas efetuadas. O emprego deste método nesta pesquisa se justifica pela dispersão das informações existentes sobre a cadeia da fruticultura na Amazônia, haja vista que tais informações não estão organizadas de forma sistemática, dificultando a sua

organização e análise de forma agregada, principalmente aquelas que se referem ao setor de produção, também denominado “dentro da porteira”.

4.1 - Objetivo geral

Conhecer e descrever a cadeia agroindustrial de frutas na Amazônia, identificando seu perfil competitivo por meio da análise SWOT (pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças).

5. Resultados e discussões

5.1 - A fruticultura na Amazônia

A fruticultura é uma excelente opção para o desenvolvimento da agropecuária na Amazônia. A região possui uma série de vantagens comparativas em relação às outras regiões do Brasil, tais como: é a maior do país; apresenta condições de clima e solo favoráveis para a produção de frutas tropicais; possui 58 milhões de hectares desmatados, onde a fruticultura poderia ser uma excelente opção para a ocupação destas áreas, contribuindo para a recuperação ambiental; possui abundantes recursos hídricos para irrigação das fruteiras; tem localização privilegiada em relação aos países do oeste e norte da América do Sul (Bolívia, Equador, Peru, Chile, Colômbia e Venezuela) e América Central; saídas pelos Andes (Pacífico), visando o mercado da Ásia e pelo rio Madeira/Amazonas, visando o mercado da Europa e EUA; possui disponibilidade de mão-de-obra; existência de instituições de ensino, pesquisa e extensão com conhecimento na área de fruticultura (Embrapa, INPA, CEPLAC, Universidades Federais, empresas de extensão etc.); investimentos governamentais em curso, como a criação do centro de biotecnologia da Amazônia, construção de hidrelétricas, ferrovias, hidrovias e portos, entre outros.

Além disso, mesmo sem dados consolidados, sabe-se que mais de 50% das frutas consumidas na Amazônia vêm de outros estados, sendo que muitas delas têm condições de serem produzidas na própria região. Adicionalmente, verifica-se a necessidade de criar alternativas para a fixação e geração de emprego no campo. A fruticultura agrega mão-de-obra, principalmente a familiar, sendo uma das atividades que possuem uma das relações mais altas de emprego por investimento (FAO, 2004).

5.2 - Principais Estados produtores e frutas produzidas na Amazônia¹

A fruticultura na Amazônia, mesmo apresentando um nível de desenvolvimento inferior ao das demais regiões do país, respondeu em 2003 por 5,85% do total de frutas produzidas no Brasil, conforme dados do IBGE (2003), tendo proporcionado uma receita de R\$ 789.448.620,00 para uma produção de 2.224.029 toneladas, numa área de 267.911 ha, isso sem considerar as frutas nativas como o açaí, a castanha e o cupuaçu.

O Estado do Pará é o grande produtor de frutas da Amazônia, respondendo por 68,65% de todas as frutas produzidas na região, além de se apropriar de 63,95% da receita oriunda da venda destas frutas pelos produtores e ocupar 58,05% de toda a área plantada. Destacam-se também na região, só que em menor escala, os estados do Amazonas, com 19,42% da

¹ Para fins didáticos foram considerados como Amazônia os estados do Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia e Roraima.

produção e de Rondônia, com 6,02% do total produzido. O estado do Amapá tem a produção mais incipiente, correspondendo a apenas 0,55% do que é produzido na região. A principal fruta produzida na região é a banana, com uma produção, em 2003, de 1.229.569 toneladas, numa área de 105.135 hectares. Além da banana tiveram produções expressivas na Amazônia o abacaxi (271.290t), o coco (250.974 t), e a laranja (240.404 t) (IBGE, 2003).

Além das frutas exóticas, a Região Amazônica produz uma gama variada de frutas nativas, destacando-se entre elas o cupuaçu e o açaí. É bom salientar que estas frutas, até pouco tempo atrás, possuíam apenas consumo local e hoje são consumidas em vários estados do Brasil e no exterior². Existe ainda um grande número de outras frutas nativas com bom potencial para exploração econômica. A região possui uma imensa variedade de frutas tropicais nos mais variados nomes, cores, sabores, pesos, aromas, formatos e valores alimentares, já existindo trabalhos orientando sobre a tecnologia para o cultivo comercial destas frutas nativas (CLAY et al., 1999; VILLACHIA, 1996; SOUZA et al., 1999), que vêm conquistando os mercados nacional e internacional.

Clay et al (1999) relatam 15 frutas nativas com possibilidades de utilização na Amazônia. Villachia (1996) cita 45 frutas nativas com atributos úteis para o desenvolvimento agrícola da Amazônia. Souza et al. (1999) citam 56 fruteiras com possibilidades de exploração econômica na Amazônia.

As frutas nativas já fazem parte da culinária da Amazônia e são consumidas *in natura* ou na forma de doces, bolos, biscoitos, sorvetes, sucos, compotas, licores etc. Servem como complemento alimentar, principalmente para as populações de baixa renda, que vêm na floresta amazônica uma fonte de alimento. E ainda servem como fonte alternativa de renda para as populações locais, que as comercializam em barracas de margens de estradas, feiras livres, mercados municipais etc.

5.3 - Estrutura e situação competitiva da cadeia de frutas na Amazônia³

Vários estudos têm abordado a questão de cadeias produtivas agrícolas com enfoque regional e, em cada um deles, se observa um determinado tipo de especificação que depende, obviamente, do produto estudado, mas também do objetivo do trabalho e, ainda, do universo das informações e da forma como essas são obtidas.

No caso particular deste trabalho, o objetivo é, em primeiro lugar, apresentar os vários elos da cadeia de frutas, no geral, sem especificar uma em especial, descrevendo os processos realizados em cada um deles e, num segundo momento, examinar os fatores que afetam a competitividade sistêmica dessa cadeia. Neste sentido, as cadeias serão analisadas em conjunto, pois têm muitos fatores em comum, tais como as atividades que se estendem desde o fabricante de insumos agrícolas até a comercialização, passando por assistência técnica,

² A estimativa é que cerca de 70 a 80% da polpa de açaí vendida no país são produzidos no Pará e os maiores compradores são Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e alguns estados do Nordeste. O consumo interno desta fruta também é significativo, sendo que somente em Belém existem 3 mil pontos de venda, que comercializam cerca de 150 toneladas diárias de vinho de açaí (HOMMA, 2001). Com relação ao cupuaçu, somente o Projeto de Reflorestamento Econômico, Consorciado e Adensado – Reca, localizado na divisa dos estados de Rondônia e do Acre, produziu em 2004 cerca de 280 toneladas da polpa desta fruta, que foi comercializada junto a atacadistas de Minas Gerais, São Paulo e Bahia.

³ A análise sobre a estrutura competitiva da cadeia da fruticultura na Amazônia está baseada nos documentos consultados pelos autores, na experiência destes com a atividade, nas informações obtidas junto às instituições de pesquisa, extensão, indústrias de processamento, associações de produtores e cooperativas da região.

financiamento, campo de produção (ou extrativismo), transporte e industrialização. Note-se porém que, em termos concretos, a questão da competitividade da Amazônia em frutas, no momento, se concentra principalmente no estado do Pará, responsável por 68,65% de todas as frutas produzidas regionalmente, sendo também o maior mercado consumidor da região.

A cadeia agroindustrial da fruticultura na Amazônia ainda não apresenta uma estruturação bem definida, havendo baixa integração entre os seus diversos atores, não obstante existir, principalmente no Pará e em Rondônia, algumas associações e cooperativas que têm assumido o papel de coordenação e de integração entre produtores, indústria e o mercado consumidor, como é o caso da Cooperativa Agrícola Mista de Tomé Açu – CAMTA – e a Nova Amafrutas, no Pará e da Associação de Produtores Alternativos – APA – e do Projeto de Reflorestamento Econômico, Consorciado e Adensado – RECA, em Rondônia.

5.4 - Principais atores da cadeia de frutas

- **Agentes fornecedores:** A região, notadamente nos estados onde a produção é mais significativa, conta com distribuidores e representantes dos principais insumos utilizados. Um dos principais problemas identificados é a falta de mudas certificadas, havendo a necessidade, na maioria das vezes, de se buscar mudas em outras regiões do país. Com relação ao acesso a crédito, este ainda é incipiente, ainda que o Banco da Amazônia (BASA) venha financiando e apoiando alguns empreendimentos, como é o caso da Nova Amafrutas, localizada no município paraense de Benevides.

- **Agentes da produção agrícola:** Estão representados pelos produtores rurais, cooperativas, associações e extrativistas. Estes últimos, embora não se caracterizem como produtores, retiram o fruto da floresta e, em certos casos, realizam o seu manejo para favorecer a cultura de interesse, como é o caso do açaí, onde se retira as outras plantas da área e algumas vezes realiza-se algumas práticas culturais, como capinas, para melhorar a produção. Certamente, este é o elo mais vulnerável da cadeia, caracterizando-se, no caso dos produtores, pelo baixo nível de escolaridade, baixa utilização de tecnologia, pouca tradição na produção de frutas, pouca ou nenhuma assistência técnica e pela falta de infra-estrutura adequada. Apesar de muitas vezes estarem ligados a associações e (ou) cooperativas, essas, na sua maioria, não são efetivas, caracterizando-se pela ausência de técnicas básicas de gestão, falta de visão de mercado, além da baixa capacidade de aglutinação dos produtores.

Isto tudo implica em baixa produtividade e altas perdas no processo de colheita e pós-colheita, principalmente devido à precariedade do sistema e da forma de transporte utilizados, agravados pelas péssimas condições da grande maioria das estradas que servem a região. Entretanto, aqueles produtores que estão organizados em torno de associações e cooperativas melhores estruturadas conseguem obter melhores condições de produção e de comercialização, ainda que, mesmo nesses casos, o nível tecnológico empregado também deixe a desejar, fazendo com que a região apresente produtividades abaixo da média nacional na maioria das atividades frutícolas praticadas. Além disso, salvo algumas exceções, na maioria das vezes não possuem interação com os outros elos da cadeia, como indústria, atacadistas, varejistas e consumidores, o que se traduz em sérios problemas na comercialização de seus produtos.

- **Intermediários:** Representam o elo entre os produtores não organizados em associações e cooperativas e o mercado (indústria de processamento, atacado e varejo). Dado a dificuldade de transportar sua produção, o produtor acaba tendo que vender seus produtos, muitas vezes por preços abaixo do de mercado, a estes intermediários, que por sua vez os repassam para a

indústria e, principalmente, para o varejo, já que no setor de comercialização de frutas na Amazônia a figura do atacadista é quase inexistente.

- **Indústria de processamento:** A indústria de processamento de frutas na Amazônia se caracteriza pela existência de pequenas empresas, em sua maioria produtoras de polpas, que são comercializadas, em grande parte, dentro do próprio estado em que estão localizadas. A exceção, mais uma vez, fica por conta dos estados do Pará e de Rondônia, que possuem indústrias de processamento de maior porte, com destaque para o primeiro. Essas indústrias, geralmente, estão localizadas próximas aos grandes centros de consumo, longe das áreas de produção, e na maioria das vezes apresentam problemas de falta de matéria-prima, tendo de adquirir esta matéria-prima em outros estados fora da região, visando não interromper seu processo de produção, e, conseqüentemente, poder cumprir os compromissos firmados com seus compradores. Tais empresas industriais têm pouca relação com os produtores, excetuando-se, também neste caso, aqueles produtores ligados às cooperativas e associações mais organizadas, o que acarreta os precitados problemas de abastecimento e fazendo com que os produtores encontrem grandes dificuldades no processo de comercialização de sua produção.

Por outro lado, existe também pouca integração entre elas, dificultando o processo de fornecimento de produtos industrializados. Além disso, o pequeno porte da maioria das empresas contribui para agravar as dificuldades que a cadeia apresenta em competir em preço, qualidade e variedade de produto, apesar de algumas possuírem contratos de venda com fornecedores, inclusive com o exterior.

Outro aspecto a ser considerado é a quase inexistência de ferramentas de gestão empresarial das empresas do setor e do baixo nível de instrução e de qualificação da mão-de-obra envolvida no processo de industrialização das frutas, fator agravado ainda mais pelo alto índice de rotatividade dos seus funcionários. Isto se traduz em vários casos de falência e fechamento de agroindústrias.

- **Atacado e varejo:** As transações via atacado ainda são muito incipientes, existindo somente uma central de abastecimento efetiva na Amazônia (CEASA-PA), mas que movimentam apenas menos de 5% das frutas produzidas no Pará⁴. Nos outros Estados, existem, em algumas cidades de maior porte, as feiras do produtor rural, onde, em certas ocasiões, atuam como atacadistas, comercializando seus produtos para feirantes, lanchonetes, frutarias etc. Os mercados locais são os principais absorvedores da produção de frutas da região, quer seja *in natura* quer seja processada. De acordo com as informações obtidas junto aos varejistas e na Ceasa, no caso de Belém, a cadeia regional da fruticultura atende apenas parte do mercado local, havendo a necessidade de abastecimento de frutas e polpas advindas de outras regiões do país. Neste sentido, os varejistas da região caracterizam-se por apresentar certo tipo de acordo com os produtores ou intermediários, visando ter sempre o produto para ser comercializado junto aos consumidores. As grandes redes de supermercados, na maioria dos casos, têm seus fornecedores de frutas definidos, mostrando uma certa organização. O processo de comercialização é feito principalmente com pequenos varejistas, tais como lanchonetes, bares, feirantes, mercearias de bairros etc.

- **Apoio tecnológico:** Na Amazônia existe um grande número de instituições que dão suporte tecnológico à cadeia de frutas, como por exemplo a Embrapa, que possui Unidades de pesquisa em todos os estados da região. Estão presentes também os serviços de assistência técnica e extensão rural oficial em quase toda a Amazônia, além de outras instituições que,

⁴ Informação obtida *in loco* junto ao CEASA de Belém-PA.

direta ou indiretamente, atuam no setor, tais como o Sebrae, as Secretarias de Agricultura, Senar e Ceplac. Entretanto, apesar da existência desses órgãos, a integração com os produtores e empresários ainda é pequena, devido principalmente ao fato da maioria dessas instituições estarem passando por sérios problemas orçamentário e financeiro, muitas vezes causando descontinuidade de trabalho, já que a localização das propriedades rurais na Amazônia ficam, em muitos casos, em locais de difícil acesso e o número de profissionais nesses órgãos ainda é pequeno em relação ao público que deve ser atendido. Além disso, não existe um planejamento conjunto visando a racionalização de recursos humanos e financeiros, o que se traduz em duplicação de esforços e pouco resultado. Não obstante isto, existem tecnologias disponíveis que podem contribuir significativamente para a melhoria do processo de produção e de industrialização das frutas produzidas na região, sendo necessário, entretanto, encontrar mecanismos eficientes que propiciem melhor integração entre pesquisa, extensão, associações, cooperativas e produtores, pois somente assim poderá se evoluir de uma produção quase artesanal para uma mais profissional e com condições de competir tanto no mercado interno como no externo.

5.5 - Fatores ambientais que interferem e influenciam a competitividade do agronegócio de frutas na Amazônia

A análise dos ambientes interno e externo de um negócio é feita com a finalidade de determinar oportunidades e ameaças, no plano externo ao negócio, e pontos fortes e fracos do próprio negócio para, a partir dessa informação, analisar os fatores que interferem e influenciam a sua competitividade.

Oportunidades podem se apresentar como eventos, fatos, descobertas e conflitos ocorrendo no contexto do negócio analisado, que possam oferecer potenciais aberturas para a melhoria do desempenho do negócio. Ameaças apresentam a mesma natureza conceitual das oportunidades, porém representando limitações externas ao desempenho.

Da mesma forma, para traçar estratégias de negócio é necessário examinar o próprio negócio, ou seja, o seu ambiente interno, buscando determinar suas fortalezas e também suas fraquezas ou pontos fortes e fracos do sistema. Neste caso, estes elementos traduzem o que uma organização ou um conjunto de organizações possui de vantagens para alavancar seu desempenho e o que possui de debilidades internas, que podem limitá-lo.

Estes quatro elementos - oportunidades, ameaças, pontos fortes e pontos fracos - são cotejados em uma matriz de análise estratégica conhecida como matriz SWOT (sigla em inglês, para pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças) aplicada para definir estratégias de negócio. No presente caso, a matriz SWOT será usada para sintetizar os elementos estratégicos que podem ser utilizados para traçar estratégias de desenvolvimento do negócio da fruticultura na Amazônia, considerando seus diversos contextos (Quadro 1).

Quadro 1

Matriz SWOT (Oportunidades, Ameaças, Pontos Fortes e Pontos Fracos) para a competitividade do agronegócio de frutas na Amazônia.

(Continua)

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Aumento da demanda <i>per capita</i> por frutas. • Disponibilidade de terras agricultáveis em grandes extensões. • Disponibilidade de recursos hídricos para irrigação. • Clima e solo adequados para a produção de frutas tropicais durante o ano todo. • Disponibilidade de uma potencial malha de hidrovias para apoiar o escoamento da produção e o fornecimento de insumos produtivos à atividade. • Existência de mercado interno (regional e nacional) e externo capaz de absorver a produção da região. • Necessidade de gerar atividades econômicas que possam gerar emprego e renda para apoiar o desenvolvimento social em uma das regiões mais pobres do país. • Existência de programas nacionais de incentivo a fruticultura no plano plurianual do Governo Federal (Profruta). • Existência de programas nacionais de incentivo a fruticultura no plano plurianual do Governo Federal (Profruta). • Incentivo à implantação de agroindústrias familiares pelo governo federal. • Mercado internacional ávido por novos sabores de frutas, abrindo novas possibilidades para as frutas nativas da Amazônia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pressões contra a expansão da agricultura intensiva na Amazônia, partindo de grupos engajados nos movimentos de proteção ambiental, em favor da preservação da floresta amazônica, e de competidores das cadeias produtivas amazônicas, utilizando a questão ambiental como argumento a seu favor. • Subsídios e barreiras tarifárias aplicados por países competidores, como forma de redução da competitividade de produtos agrícolas brasileiros em seus mercados internos. • Baixo crescimento do PIB, limitando os montantes disponíveis para a inversão econômica na região. • Ausência de políticas de desenvolvimento da fruticultura específica para a Região Amazônica. • Descontinuidade de ações governamentais pela mudança de dirigentes. • Diminuição do poder de compra da população brasileira, dificultando e até mesmo impedindo o aumento do consumo interno de frutas. • Perda do mercado regional para cadeias mais organizadas de outros estados. • Perda dos investimentos em elos industriais para cadeias mais organizadas de outros estados. • Aumento das barreiras técnica e fitossanitárias nos mercados nacional e internacional.
PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidade de estrutura de pesquisa agrícola, ATER e gerencial, para apoiar a produção na região. • Predisposição de produtores para diversificar suas atividades agropecuárias. • Existência de frutíferas nativas com boas possibilidades de exploração econômica. • Tradição de produção frutícola em alguns pólos da região. • Existência de sistemas agroflorestais que permitem o uso sustentável da floresta na produção de frutas. • Disponibilidade de tecnologia agrícola e gerencial, capaz de dar suporte inicial à produção competitiva na região, em relação a competidores internos e externos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Descontinuidade da estrutura de pesquisa agrícola, gerencial e de ATER para apoio à produção competitiva de frutas na região, gerando obsolescência tecnológica. • Falta de Zoneamento Agrícola. • Defesa agropecuária incipiente ou ausente. • Baixo uso de tecnologia na produção e processamento de frutas, resultando em baixíssima produtividade e altas perdas. • Condições inadequadas de grande parte das estradas que servem a região. • Baixo número de técnicos para acompanhamento e assistência técnica aos produtores da região • Falta de tradição de trabalhos cooperativos e associativos na maior parte da região.

Quadro 1

Matriz SWOT (Oportunidades, Ameaças, Pontos Fortes e Pontos Fracos) para a Competitividade do Agronegócio de Frutas na Amazônia.

(Conclusão)

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none">• Baixo preço das terras na Amazônia, quando comparado com outras regiões do País e com preços de terras dos competidores internacionais.• Existência de experiências bem sucedidas de associativismo e cooperativismo na região.• Avanços obtidos com a atividade de frutas em alguns pólos localizados da região, servindo como exemplo e atrativo para outros empreendimentos.• Existência de experiências bem sucedidas de associativismo e cooperativismo na região.• Avanços obtidos com a atividade de frutas em alguns pólos localizados da região, servindo como exemplo e atrativo para outros empreendimentos.• Condições favoráveis para uma melhor integração de instituições de pesquisa, ensino e extensão.• Existência de agroindústrias na região com padrão de qualidade adequado para exportação.• Existência de grande parcela do mercado regional ainda não atendida pela cadeia.• Imigração de empreendedores com experiência na atividade frutícola.	<ul style="list-style-type: none">• Existência de doenças de difícil controle, causando perda de produtividade e até mesmo erradicação de algumas culturas frutíferas.• Pólos produtivos ainda pouco definidos na região, em função de pouca disponibilidade de estudos de zoneamento ecológico, agrônômico e sócioeconômico.• Falta de tradição agrícola e empresarial da região, principalmente em atividades de agricultura intensiva.• Deficiente infra-estrutura de suprimento e comercialização de insumos agrícolas, máquinas e implementos capazes de apoiar uma exploração competitiva em determinados pólos produtivos da região.• Transporte inadequado das frutas.• Uso de embalagens inadequadas para as frutas.

Fonte: Adaptado pelos autores a partir de: Homma, 2001; Mercoeste, 2002; Vilas, 2002; Homma & Frazão, 2002; Brasil (2003).

Os diversos elementos apresentados no Quadro 1 devem ser tomados como indicativos para a formulação de estratégias e podem funcionar em diversas categorias, dependendo da forma como são analisados e como a estratégia é elaborada. Por exemplo, uma mesma questão, como a da preservação ambiental, pode ser vista como ameaça (desmatar a floresta para a exploração da fruticultura) ou como oportunidade (manejar de forma sustentável as frutas nativas da floresta). Em geral, na formulação de estratégias busca-se transformar ameaças em oportunidades e concretizar estas a partir dos pontos fortes. Pontos fracos são limitantes na busca das oportunidades e neutralização das ameaças. A seguir, são comentados os principais pontos da Matriz SWOT.

Oportunidades: são amplas as oportunidades para a produção de frutas na Amazônia. Muitas dessas oportunidades são decorrentes do aumento da demanda mundial por alimentos, a partir do crescimento populacional, do crescimento da renda *per capita* nos países mais populosos do mundo, como China e Índia, da crescente limitação de terras agricultáveis no plano mundial e do aumento do consumo de frutas.

Há na região existência de terras desmatadas e degradadas, recursos hídricos para irrigação, clima e solos adequados e importação de grande percentual de frutas tropicais de outras regiões. Todos estes fatores propiciam, teoricamente, condições de viabilizar de forma competitiva durante todo o ano o desenvolvimento da fruticultura sustentável na Amazônia.

Certamente existem limitações, que serão analisadas posteriormente, mas todas passíveis de equacionamento a partir do desenvolvimento de inovações tecnológicas, geradas por uma

estrutura eficiente de pesquisa agrícola. Esta estrutura de pesquisa agrícola já está instalada na região, sendo apenas necessário dimensioná-la de acordo com a estratégia de desenvolvimento que se queira implementar, para auferir dos seus potenciais benefícios.

A Amazônia possui uma vantagem competitiva potencial em se tratando de transporte. A sua imensa malha fluvial, composta por rios perenes e em geral navegáveis durante todo o ano, com acesso ao mar e aos portos dos principais mercados mundiais, pode se transformar em um fator de competitividade, se a necessária infra-estrutura for construída para a formação da malha de transportes. As iniciativas já concretizadas, como os portos de Itacoatiara, Porto Velho e Santarém caminham nesta direção, porém há necessidade de um planejamento coordenado entre atores envolvidos na questão dos transportes, dos setores produtivos e da preservação ambiental, para que esta oportunidade seja concretamente aproveitada nos próximos anos.

Outra oportunidade que deve ser considerada é o potencial de consumo local, composto por um contingente de mais de vinte milhões de habitantes, dependentes de alimentos importados de outros centros para o seu sustento. A produção de frutas na região pode contribuir nas duas dimensões: é um gerador de emprego e renda na área rural, a mais pobre, e ao mesmo tempo, gera alimentos localmente, contribuindo para o abastecimento de uma população hoje dependente de importações internas e externas.

Ameaças: A questão dos transportes é extremamente crítica no que se refere à competitividade do agronegócio de frutas. Tanto o produto (fruta *in natura* e processada), como os seus insumos devem ser transportados de grandes distâncias. As perdas que ocorrem após a colheita dos frutos até chegar ao mercado consumidor ou às agroindústrias são altíssimas, podendo chegar a 50% da produção. O custo dos transportes é um dos fatores que mais pesa no cômputo da competitividade, sendo o transporte terrestre por estradas o mais caro e o transporte fluvial e marítimo o mais barato.

Com isso, verifica-se que na Amazônia como um todo, existe precariedade na infra-estrutura de transportes. O problema está precisamente diagnosticado e há diversas iniciativas governamentais e privadas para dar encaminhamento à questão. Todavia, uma forte ameaça à competitividade na região é a lentidão na implementação dessas iniciativas, projetadas no Plano Plurianual (PPA) do Governo Federal, em virtude de disputas ambientais, políticas e financeiras.

Outra ameaça significativa à competitividade do agronegócio de frutas na Amazônia é a questão ambiental, ou mais precisamente, como conferir sustentabilidade ambiental à produção de frutas na região. Esta questão possui muitas dimensões e afeta a competitividade da atividade de muitas maneiras. Em primeiro lugar, há o temor de que a expansão da exploração de frutas possa contribuir para a aceleração dos desmatamentos da floresta amazônica. Há a preocupação com a convivência entre um ecossistema frágil e uma agricultura mais tecnificada, com potencial para contaminar solos e águas com agroquímicos, promover erosão e compactação em solos de textura mais leve e afetar a fauna.

Esta questão é complexa e necessita ser examinada e trabalhada com muita ponderação. Possivelmente, linhas de raciocínio que privilegiem uma única dimensão não serão aceitas pelos diversos grupos sociais que apóiam cada vertente de pensamento em conflito e serão rejeitadas como estratégias de desenvolvimento. Não será possível apoiar uma tese puramente ambientalista, uma vez que as necessidades de desenvolvimento social da região seriam

contrariadas. Por outro lado, uma estratégia fortemente produtivista, em detrimento das questões ambientais enfrentaria forte oposição dos segmentos de defesa ambiental, o que provavelmente contaminaria toda a sociedade, e com ela, os mercados externos, essenciais para um agronegócio competitivo.

Desta forma, para que o agronegócio de frutas se desenvolva na Amazônia será necessário equacionar um conjunto de procedimentos e normas técnicas e políticas que assegurem sua produção sustentável, realizando uma ampla negociação entre os atores envolvidos na questão e, a partir daí, garantir a implementação da atividade nos termos negociados. Pesquisa, assistência técnica e negociação política terão um papel fundamental em todo o processo, sendo que a descontinuidade desse processo pode se constituir em uma séria ameaça, já que seria praticamente impossível desenvolver e manter um agronegócio de frutas na Amazônia, com competitividade e sustentabilidade ambiental, sem um forte aparato gerador e difusor de inovações.

Finalmente, a expansão da produção de frutas na Amazônia dependerá fortemente de investimentos públicos e privados, para construir infra-estruturas, capacidades e conhecimentos. As recompensas são atrativas, mas vão depender de capitais de risco para concretizar o agronegócio. Nos últimos anos, o país tem atravessado uma crise econômica forte, limitando os montantes disponíveis para a inversão econômica na região. Embora muitas inversões possam originar-se do setor privado, há tarefas a ser desempenhadas pelo setor público, sem as quais a produção competitiva não será alcançada.

Pontos Fortes: são considerados como pontos fortes atributos do próprio sistema que contribuem para a competitividade. Como a atividade é ainda incipiente na maioria dos estados amazônicos, exceção feita à fruticultura no Pará, os pontos fortes são menos numerosos que as oportunidades, estas encontradas no contexto do sistema.

Um dos pontos fortes que pode ser destacado é a disponibilidade de tecnologia agrícola e gerencial, capaz de dar suporte inicial à produção competitiva na região em relação a competidores internos e externos. Graças a atuação da pesquisa agropecuária da Embrapa e a experiência obtida na Amazônia e em outras áreas do país com a produção de frutas, já se dispõe de um acervo de conhecimentos endógenos e adaptados que permitem que se produza competitivamente em curto espaço de tempo. Ademais, uma estrutura de pesquisa já instalada pode promover a atualização da tecnologia rapidamente, desde que devidamente apoiada nas suas necessidades gerenciais.

Outro fator de competitividade à produção de frutas é o baixo preço das terras na Amazônia, quando comparado com outras regiões do país e com preços de terras dos competidores internacionais. Em relação aos centros tradicionais de produção de frutas no Brasil, as terras podem custar vinte vezes menos na Amazônia, alcançando valores ainda mais baixos em comparação aos preços de terras nos Estados Unidos. Associando-se este fator à disponibilidade de grandes extensões contínuas de terras, demandadas pela produção intensiva de grãos, obtém-se a explicação da alta atratividade que a região tem apresentado nos últimos anos para empreendedores de outros estados brasileiros.

Deve ser considerado também o notável exemplo de sucesso obtido até agora pela expansão da cadeia produtiva de frutas no Nordeste e em alguns pólos localizados na própria Região Amazônica, em que se aliou o associativismo/cooperativismo à agroindustrialização das frutas, servindo como referência e atrativo para outros empreendimentos. Esta experiência

tem atraído até a atenção dos competidores internacionais e serve para demonstrar que é possível produzir competitivamente na Amazônia Legal.

Pontos fracos: algumas características e atributos do agronegócio de frutas na Amazônia podem representar limitações à competitividade. Uma muito importante é a não definição geográfica de pólos produtivos na região, de forma sistemática, em função de pouca disponibilidade de estudos de zoneamento ecológico, agrônômico e sócioeconômico.

Evidentemente, existem algumas definições empíricas, parte delas tomadas pelos próprios empreendedores que estão se estabelecendo na região. Todavia, estas definições não levam em conta questões de alto conteúdo estratégico para a competitividade, tais como localização em relação à infra-estruturas de transporte, comercialização, armazenagem de produtos e insumos, localização de agroindústrias etc., nem tampouco as preocupações em relação aos requisitos técnicos demandados pelas culturas em termos de solos, clima e estrutura fundiária.

A falta de delimitação sistemática de pólos produtivos não contribui para o equacionamento da questão da produção com sustentabilidade ambiental. Uma das formas de conciliar a preservação do meio ambiente amazônico com a produção competitiva necessária ao desenvolvimento regional é definir claramente, a partir de critérios objetivos, ambientais, agrônômicos e sócioeconômicos, onde produzir e onde preservar. Este será, possivelmente, o próximo embate político na região e, se bem conduzido, pode resultar em produção com preservação.

O meio ambiente amazônico, como ambiente produtivo, apresenta grande dificuldade de manejo, em virtude das suas características tropicais. Composto por solos de propriedades químicas e físicas pobres, clima úmido e muito chuvoso, com topografia leve a fortemente ondulada, demanda para a sua exploração um manejo mais aprimorado e complexo. Isto encarece os custos de produção, exigindo grande competência técnica e gerencial para a obtenção de competitividade.

A produção agrícola de frutas neste ambiente, pelo seu caráter competitivo e dependente de tecnologia é ainda mais crítico, o que torna a geração de tecnologia agrícola e gerencial fatores essenciais para a obtenção de competitividade nessas condições.

O número reduzido e, em determinadas regiões, a ausência de entrepostos de comercialização, é um ponto fraco, devido a pouca interação entre os atores da cadeia de frutas, o que dificulta o contato entre produtores e atacadistas/ varejistas e muitas vezes causa perdas na propriedade rural pela não identificação dos possíveis compradores. A criação de entrepostos de comercialização em locais estratégicos, elaboração de acordos, contratos ou integração entre produtores e indústrias poderá minimizar este problema.

Tal situação é agravada pela baixa qualidade das frutas produzidas que, aliada à baixa quantidade de matéria prima em determinadas épocas do ano, comprometem o pleno desenvolvimento das agroindústrias, que muitas vezes tem que buscar frutas de outras regiões com frete alto, aumentando o valor do produto final. É importante ressaltar que a escassez de matéria prima se dá muitas vezes por que as agroindústrias são uniproduto, ou seja, produzem produtos oriundos de uma única fruta, ficando ociosas em períodos de entressafra. Outro fator que contribui para a escassez de matéria prima é a localização das agroindústrias, distantes dos pólos de produção, que aliado às condições precárias das estradas inviabiliza o transporte destas frutas para as empresas processadoras.

Também pode ser elencado como ponto fraco o baixo consumo *per capita* de frutas no Brasil e na Amazônia. Outra questão a ser equacionada é o consumo regionalizado das frutas nativas. Campanhas de estímulo ao consumo dessas frutas, sua divulgação em feiras e eventos nacionais e internacionais poderão contribuir para aumentar este consumo.

Além disso, o pouco costume do produtor rural e demais atores da cadeia de frutas em trabalhar em associativismo/cooperativismo e a falta de tradição agrícola e empresarial da região, em função da sua histórica dedicação ao extrativismo, são pontos fracos que têm se manifestado como limitante à expansão de atividades de agricultura intensiva. A imigração de empreendedores de outros centros produtivos brasileiros e programas de capacitação podem atenuar tal situação.

6 - Conclusão

Os determinantes da produção mundial de frutas sinalizam para um aumento significativo a médio e longo prazo. Esses sinais se manifestam devido às crescentes campanhas de incentivo ao aumento do consumo de frutas no Brasil e no mundo, ampliando as oportunidades de crescimento de produção de frutas no Brasil e na Amazônia, cuja participação no mercado ainda é muito incipiente, tanto em termos de produção como de consumo.

No caso particular da Amazônia, as chances de se tornar grande produtora e exportadora de frutas devem ser consideradas, devendo, entretanto, ser ressaltado o fato de que a produtividade média, por estar ainda abaixo da média nacional, a incipiente estrutura de agroindustrialização, as condições precárias de infra-estrutura e o baixo nível tecnológico dos produtores, dentre outros, são questões que precisam ser equacionadas para que a atividade possa ser competitiva, tanto em nível nacional como internacional.

Nesse sentido, devem ser estimuladas políticas setoriais e regionais, visando dinamizar os processos de produção, industrialização e distribuição, tais como:

- organizar os produtores que já estão na atividade e outros interessados, estimulando o associativismo e o cooperativismo;
- criar uma comissão (câmara setorial de fruticultura, com subcâmaras por frutas.) multi-institucional com representantes de todos os elos da cadeia produtiva de frutas, para discutir e propor soluções para o setor;
- criar um fundo regional de fruticultura, para custear despesas necessárias à implantação de um programa para o desenvolvimento da fruticultura na Região Amazônica;
- implementar as obras de infra-estrutura já identificadas como necessárias da Amazônia, com ênfase para a questão da multimodalidade de transporte, com primazia para os modais hidroviário e ferroviário;
- criar um sistema federal de incentivos para estimular investimentos ao longo da cadeia. O fato de o Pará ser um dos principais produtores de frutas do país justifica um maior adensamento da cadeia produtiva na região, principalmente na área de produção de insumos;
- desenvolver programas intensivos de qualificação de mão-de-obra, tornando-a mais produtiva;
- aperfeiçoar, constantemente, os mecanismos de manejo de pragas e doenças;
- buscar uma melhor integração entre pesquisa, extensão e setor produtivo
- criar mecanismos para facilitar o fluxo de informações e aumentar as facilidades de acesso dos pequenos produtores às disponibilidades de serviços de apoio.

Por fim, sugere-se uma avaliação do arcabouço institucional existente para saber se ele incorpora as características de dinamismo e flexibilidade necessárias à tarefa de tornar competitiva a atividade de produção e processamento de frutas na Amazônia brasileira.

7 - Referências Bibliográficas

BARRETO FILHO, M.D. Em nome do futuro. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, vol. 20, nº 2, p. 18-20, fev. 2000.

BATALHA, M.O. (Coord.) **Gestão agroindustrial**. São Paulo: Atlas, 1997. vol. 1. Cap. 1: Sistemas agroindustriais: definição e correntes metodológicas, p. 23-48.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Plano Agrícola e Pecuário**. Safra 2003/2004. Brasília: MAPA/SPA, 2003.

BRASIL SÓ PERDE PÁRA CHINA E ÍNDIA NA PRODUÇÃO MUNDIAL DE FRUTAS. **Folha de São Paulo**, Caderno Dinheiro. São Paulo, 08 fev. 2005. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0802200524.htm>. Acesso em: 08 fev. 2005.

CLAY, J.W.; SAMPAIO, P.T.B.; CLEMENT, C.R. **Biodiversidade amazônica**: exemplos e estratégias. Manaus: Programa de Desenvolvimento Empresarial e Tecnológico, 409p. 1999.

DAVIS, J.H., GOLDBERG, R.A. **A concept of agribusiness**. Boston: Harvard University, 1957. 135 p.

FAO - Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação. **Base de Dados Estatísticos**. Disponível em <http://apps.fao.org/page/collections?subset=agriculture&language>. Acesso em: 25 Abr. 2004.

FLORES, M. X., SILVA, J de. S. **Projeto EMBRAPA II**: do projeto de pesquisa ao desenvolvimento sócioeconômico no contexto do mercado. Brasília: EMBRAPA-SEA, 1992. 55 p. (EMBRAPA-SEA. Documentos, 8).

GOLDBERG, R.A. **Agribusiness coordination**: a system approach to the wheat, soybean and Florida orange economies. Division of research. Graduate School of Business Administration. Boston: Harvard University, 1968.

HOMMA, A.K. O. O desenvolvimento da agroindústria no estado do Pará. **Saber. Ciências exatas e tecnologia**, Belém, vol. 3, edição especial, p. 49-76, jan./dez. 2001.

HOMMA, A.K. O; FRAZÃO, D..A.C. O despertar da fruticultura Amazônica. **Fruticultura em revista**, Belém, edição especial do XVII Congresso Brasileiro de Fruticultura, p. 16-20, nov. 2002.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Base de Dados Agregados**, 2003. Disponível em <<http://www.sidra.ibge.gov/bda/agric/default.asp?2=t&o=12>>. Acesso em: 28 fev. 2005.

MAPA - MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Balança comercial do agronegócio**. Disponível em <<http://www.agricultura.gov.br>> Acesso em: 28 fev. 2005.

MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1994. vol 1.

MERCOESTE. **Perfil competitivo do estado de Rondônia**/Mercoeste-Rondônia, Brasília, 2002.

PINAZZA, L.A., ALIMANDRO, R. (Org.) **Reestruturação no agribusiness brasileiro: agronegócio no terceiro milênio**. Rio de Janeiro: Associação Brasileira de Agribusiness, 1999. Cap. 3. A visão pragmática de agribusiness, p. 29-34.

RODRIGUES, R. Fruticultura, um caminho para aumentar as exportações brasileiras. **Anuário brasileiro da fruticultura**. Santa Cruz do Sul, p. 4, 2003.

SOUZA, A.G.C.; SOUSA, N.R.; SILVA, S.E.L.; NUNES, C.D.M.; CANTO, A.C.; CRUZ, L.A.A. **Fruteiras da Amazônia**. Brasília: Embrapa-SPI; Manaus: Embrapa-CPAA, 1996.

VILLACHICA, H. **Frutales y hortalizas promisorios de la amazonia**. Tratado de cooperacion amazonica. Secretaria pro-tempore. Lima – Peru., 1996. 349p.

VILAS, A.T. Oportunidades da fruticultura brasileira nos mercados interno e externo. **Fruticultura em revista**. Belém, edição especial do XVII Congresso Brasileiro de Fruticultura, p. 6-12, nov. 2002.