

Pimenta-do-reino: Oferta e demanda mundial (resenha bibliográfica)

Alfredo Homma

ÍNDIA

- pequenos produtores concentrados no Estado de Kerala
- produtores vendem para compradores itinerantes (algumas vezes como produção em "folha") ou comerciantes de vilas, os quais por seu turno vendem para atacadistas nos principais mercados ou diretamente para exportadores.
- acordo bilateral com URSS que fornece o embarque onde os contratos são feitos diretamente entre os exportadores privados
- pimenta preta indiana alcança os mais altos preços no mercado internacional

MALÁSIA

- o centro produtor fica em Sarawak
- pequenos produtores, em atividades de borracha e hortaliças
- três principais regiões: área de Simanggang-Kuching Road na 1 e 2 Divisão; Bacia de Rejang na 3 Divisão e área de Miri na 4 Divisão
- a proporção de preta para branca é de 2:1
- o sistema de comercialização processa-se da seguinte maneira: comerciantes rurais dão crédito até a época da colheita; comerciantes da cidade fornecem mercadorias para os comerciantes rurais e compram a pimenta destes e os exportadores
- é comum os produtores armazenarem uma porção de sua produção para venda na entressafra
- grosso para Singapura e pequenas quantidades para República Federativa da Alemanha, países escandinavos, Austrália e Japão

INDONÉSIA

- a principal área de cultivo são Lampong e Bangka
- pimenta preta em árvores vivas e branca em estacas
- pequenos produtores que vendem para os penidjon que fornecem fertilizantes e outros insumos
- também vendem pimenta no pé
- grande parte para Singapura e o resto para USA e oeste da Europa
- 4/5 é de pimenta preta

CELILÃO

- pequenos produtores ou consorciamento
- produtores vendem para intermediários que por sua vez vendem para corretores ou agentes
- possuem alta concentração de voláteis e não voláteis
- USA, oeste europeu e centro oeste

BRASIL

- grosso da comercialização nas mãos de uma única cooperativa
- 1/2 vai para USA
- resto para República Federal da Alemanha, países latino americanos

MADAGASCAR

- produzido no extremo norte da ilha bem como na costa leste
- produtores vendem para comerciantes chineses que depois limpam e vendem para as firmas exportadoras
- mercado preferencial é o Francês

SINGAPURA

- está em suas mãos 1/3 da pimenta produzida pelos produtores
- fornece financiamento, classificação, armazenamento, embarque e outros serviços

POSSÍVEIS FORMAS DE AÇÃO INTERNACIONAL

- preços mínimos de exportação
- sistema de quota de exportação
- estoque reguladores

XX

- o grosso da exportação de pimenta da Índia é destinado aos países socialistas do leste europeu com acordos bilaterais
- USA, Canadá, Inglaterra, alguns países do leste europeu aumentará o consumo na ordem de 1 a 3% nos próximos anos.
- República Federativa da Alemanha e França tem um aumento do consumo de 5%
- países socialistas do leste europeu, oriente médio tais como Egito, Irã e Arabia Saudita e Japão, bem como a Argentina e Marroco um aumento da demanda em torno de 5 a 10% é considerado realístico
- FAO com os indicadores acima citados prevê um aumento de 3,6% nas importações de pimenta para Argentina, Canadá, República Federativa da Alemanha, França, Itália, Japão, Marroco, países baixos, Inglaterra e USA.
- se o potencial de consumo de pimenta dos países socialistas do leste europeu e oriente médio é adicionado é razoável prever um aumento anual da demanda mundial em torno de 4%
- a pimenta verde é consumida em pequena escala (200-300 t), quase toda a quantidade é absorvida no oeste europeu, com a França sendo o maior importador. Madagascar é o maior fornecedor bem como em pequenas quantidades pela Índia e Brasil.
- recentemente pimenta verde desidratada tem sido introduzida pela Índia, com vantagens na redução dos custos de transporte

- os preços da pimenta flutuam consideravelmente devido a variações na oferta nos países produtores bem como do comércio especulativo dos centros comerciais de Singapura, Nova York, Londres, Hamburgo e Amsterdam/Rotterdam.
- FAO afirma que variações de  $\pm 20\%$  nos preços tem um limitado impacto na demanda
- os maiores centros comerciais de pimenta são Nova York, Londres, Amsterdam/Rotterdam, Hamburgo e Singapura. Uma estimativa de 30.000 toneladas de pimenta passa por Singapura, a despeito do seu declínio atual

#### REPÚBLICA FEDERATIVA DA ALEMANHA

- 1964 - 4.125 toneladas
- 1975 - 8.167 toneladas
- 10.000 toneladas nos próximos 5 anos
- Malásia e Indonésia - 60 a 70% das importações
- Brasil - Restante
- Madagascar - pequena

#### INGLATERRA

- 1973 - 4.130 toneladas
- 1975 - 2.890 toneladas
- recessão econômica do país
- O consumo deverá crescer nos próximos anos a uma taxa de 2 a 3%
- Malásia e Indonésia 60 a 70%
- Brasil tem sido constante nos últimos anos
- pimenta branca 60-65%
- setor industrial 2/3 do consumo, sendo que a indústria da carne absorve 90%

#### FRANCA

- 1971 - 4.572 toneladas
- 1975 - 5.713 toneladas
- um crescimento anual de 5,7%
- 96% do total importado - Madagascar, Brasil, Malásia e Indonésia
- restante - Singapura, China, Índia, Cameroon, Mauritius e Comoros
- a taxa de crescimento no consumo da pimenta é esperado em torno de 5% ao ano.
- indústria 50% do consumo; doméstico 35% e institucional 15%
- pimenta preta 78,9%
- branca 19,7%
- verde 0,5%

#### PAÍSES BAIXOS

- principal centro comercial da pimenta da Indonésia na Europa

1971 - 990 toneladas  
 1974 - 1.555 toneladas  
 1975 - 1.385 toneladas  
 80% das importações consiste de pimenta branca  
 Indonésia 70% das importações  
 Singapura e Malásia outras fontes tradicionais  
 Brasil ofertador marginal  
 perspectivas boas de demanda no futuro



ITÁLIA

- 1971 - 3.102 toneladas  
 1975 - 3.227 toneladas  
 em 1975 os fornecedores foram: { Índia 40%  
 Malásia 43%  
 Indonésia 5%  
 Brasil e Singapura  
 70% de pimenta preta e 30% de branca  
 espera-se um consumo entre 2 a 4% ao ano no futuro

BÉLGICA-LUXEMBURGO

- média de importação 1971/75 - 983 toneladas  
 importação em 1975 { Indonésia 41%  
 Países Baixos 32%  
 Brasil 13%  
 70% de pimenta branca, 20% de preta e 10% verde  
 a pimenta verde tem estado no mercado desde 1960 com grande  
 popularidade estendendo o consumo em 1975 acima de 100 tonela  
 das

ESPAÑA

- 1971 - 1.065 toneladas  
 1975 - 1.265 toneladas } aumento de 19%      2/3 branca-1/3 preta  
 Malásia (85-90%), Índia (5-8%) e Brasil.  
 50% consumo institucional e 50% doméstico  
 prevê-se um aumento de consumo de 4 a 6% ao ano

SUÉCIA

- 1971 - 520 toneladas  
 1975 - 740 toneladas } aumento de 42%  
 Malásia e Indonésia-principais fornecedores; USA-restante  
 75% de branca e 25% de preta  
 consumo de pimenta verde (30-35 t); consumo para 1980-1.000 t

SUIÇA

- média de consumo 920 toneladas  
 1971 - 628 toneladas  
 1975 - 777 toneladas } aumento de 24%  
 indústria de alimentos - 49%; institucional -17% e doméstico-34%

branca 2;preta 1;fornecedores: Indonésia, Itália, Brasil e Ma  
lásia

pimenta verde-Madagascar e França

27 toneladas em 1971 e 78 toneladas em 1975

#### DINAMARCA

- média 550 toneladas ano

principais fornecedores : Malásia e Indonésia

restantes República Federativa da Alemanha, Singapura, Brasil e Índia

60% indústria e 40% doméstico; preferência branca

#### ÁUSTRIA

- média 716 toneladas

principais fornecedores: Indonésia, Malásia e Brasil

#### NORUEGA

- média 280 toneladas

principais fornecedores: Indonésia, Malásia e Índia

#### FINLÂNDIA

- média 153 toneladas

principais fornecedores: Malásia, Indonésia, Brasil, Jamaica, Singapura, República Federativa da Alemanha

#### ESTADOS UNIDOS

- média 25.400 toneladas

preta 90%

branca 10%

pequeno ou nenhum crescimento em comparação com a década de 60 até 1974, Indonésia principal, seguido pelo Brasil, Índia e Malásia.

1973 - 13.426 toneladas > Indonésia

1975 - 4.627 toneladas >

Índia e Brasil tomaram o lugar da Indonésia com os maiores fornecedores. O aumento na demanda vai ser em função do crescimento da população e nas futuras utilizações do óleo de pimenta.

#### CANADÁ

- 1975 - 2.290 toneladas

Preta e branca : 3-1

preferência pela pimenta da Índia

principais fornecedores - Índia (55-60%), Malásia, Singapura (ganhando importância) e Estados Unidos (136 toneladas)

#### JAPÃO

- 1973 - 4.050 toneladas > recessão econômica

1975 - 3.500 toneladas >

fornecedores: Malásia (mais importante), Índia, Singapura, In

donésia

Brasil (insignificante)

branca 4: preta 6

#### AUSTRÁLIA

- 1971/72 - 1975/76 média 1.080 toneladas
- Malásia (80%), Indonésia, Singapura

#### NOVA ZELÂNDIA

- 1975/76 - 146 toneladas
- Malásia, Índia, Indonésia e Singapura

#### HONG KONG E SINGAPURA

- Importância comercial como um entreposto internacional com bem desenvolvida infraestrutura, porto, comunicações, finanças e experiência em comércio. Contudo as importações e re-exportações estão declinando porque os países produtores estão negociando diretamente com os países compradores.

#### IRÃ

- 1970/71 - 126 toneladas
- 1974/75 - 843 toneladas 50% Singapura; 50% da Índia
- prevê um aumento anual de 100-150 toneladas anuais

#### ARABIA SAUDITA

- 1970 - 516 toneladas
  - 1973 - 928 toneladas
  - 1975 - 1.100 toneladas
- } aumento no padrão de vida
- fornecedores Malásia e Singapura

#### EGITO

- até 1974 toda da Índia através de acordos bilaterais
- 1.000 toneladas de consumo, espera-se um aumento de 4 a 5% no consumo anual

#### KUWAIT

- 1973 - 82 toneladas
  - 1974 - 181 toneladas
  - 1975 - 200 toneladas
- } proveniente da Índia, Malásia e Singapura - toda pimenta preta

#### YEMEN DEMOCRÁTICO

- 1972 - 154 toneladas proveniente da Índia e Singapura
- 1974 - 53 toneladas dificuldades no comércio exterior

#### UNIÃO SOVIÉTICA

- 1972 - 11.000 toneladas pimenta preta
- 1974 - 8.150 toneladas Índia (70%), restante Indonésia

