

# Secretaría General



Asociación Latinoamericana  
de Integración  
Associação Latino-Americana  
de Integração

315

LEGUMES E HORTALIÇAS NA  
ARGENTINA

ALADI/SEC/Estudo 31.6  
12 de setembro de 1985

## INDICE

	<u>Página</u>
APRESENTAÇÃO .....	2
CAPITULO I - DESCRIÇÃO DO SETOR LEGUMES E HORTALIÇAS .....	3
CAPITULO II - ABASTECIMENTO E COMERCIALIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS ....	36
CAPITULO III - ASPECTOS INSTITUCIONAIS .....	62
CAPITULO IV - SITUAÇÃO JURIDICO-INSTITUCIONAL DO SETOR .....	67

Estudo feito pela consultora  
Senhora María Cristina N. de Cuccia

//

### APRESENTAÇÃO

A Secretaria-Geral da ALADI iniciou durante 1984 um estudo de caráter regional sobre o subsetor legumes e hortaliças que abrange em uma primeira etapa os seguintes produtos em seu estado natural: feijão, batata, cebola, alho, tomate, aspargo, lentilha, grão-de-bico, ervilha, espinafre e cenoura.

Esse estudo permite conhecer as principais variáveis do mercado, os mecanismos e a estrutura de comercialização, bem como a situação jurídico-institucional do setor, dando também, no caso de alguns países, informações referentes às possibilidades de propiciar ações de promoção no campo do processamento industrial.

A partir deste conhecimento, a Secretaria-Geral espera poder propiciar a seleção de produtos sobre os quais seja possível aprofundar a análise e identificar e promover a aplicação dos diferentes mecanismos do Tratado de Montevideu 1980, especialmente naqueles produtos destinados à produção industrial.

A seleção de produtos específicos permitirá identificar o potencial de co-operação regional no âmbito da complementação na produção e na comercialização de produtos frescos, refrigerados, congelados e processados, especialmente levando em conta uma oferta latino-americana que pode concorrer de forma eficiente em nível mundial. Existem também possibilidades de melhorar os atuais fluxos de comércio intra-regionais através da adoção de diversas medidas tarifárias e não-tarifárias.

Adicionalmente é preciso explorar e criar novos vínculos comerciais através de jornadas e rodadas de negócios, tanto no interior da ALADI como em diversos países latino-americanos não-membros, o que abre um âmbito de expansão do comércio.

Levando em consideração o assinalado, a Secretaria realizou uma série de estudos em nível dos países-membros com a colaboração de consultores contratados localmente, que realizaram visitas às organizações e entidades do setor público e privado, vinculadas com o subsetor legumes e hortaliças.

Corresponde assinalar que para a elaboração dos estudos enfrentaram-se grandes limitações dadas pelo nível de informações disponíveis e pelo estado de desenvolvimento do subsetor nos países-membros, o que levou a organizar estudos, em alguns casos, por grupos de países e, em outros, de forma individual.

O presente estudo está referido à situação da Argentina e em sua primeira parte analisa as principais variáveis de mercado para todos os produtos incluídos no estudo. Outrossim, apresenta-se a realidade da indústria de processamento de legumes e hortaliças e seus produtos mais relevantes: tomate, ervilha, cebola, alho e aspargo.

No segundo capítulo são descritos os sistemas de abastecimento e comercialização e aspectos fundamentais da estrutura empresarial, enquanto que o terceiro capítulo trata a realidade institucional quanto a geração e transferência de tecnologia e financiamento à produção.

Na última parte o estudo conclui com aspectos gerais da política agrícola, promoção de exportações e regime tarifário vigente para os produtos analisados.

//

//

CAPITULO IDESCRIÇÃO DO SETOR LEGUMES E HORTALIÇAS

A análise destes produtos não permite atingir um nível de detalhe como seria desejável, devido à produção diversificada praticada nas hortas e a que o sistema de comercialização não permite manter registros estatísticos discriminados por espécies. Estas aparecem frequentemente consignadas nas estatísticas por grupo de produtos.

A produção de legumes e hortaliças é um dos setores da agricultura que reveste mais interesse por possuir características econômicas e agrônômicas muito peculiares.

Constitui uma das fontes alimentares mais interessantes do ponto de vista dietético por sua variedade e composição. Adquirem também grande projeção, a raiz do crescente desenvolvimento da indústria da desidratação, concentrados (sopa, caldos) e preparações alimentícias.

O desenvolvimento industrial do setor permitirá reduzir os riscos que enfrenta o produtor em virtude da perecibilidade de alguns produtos que, em estado fresco, se vê obrigado a comercializar a qualquer preço.

Outra nota característica do setor consiste na variedade de espécies cultiváveis no mesmo terreno e através do ano, o que determina um aproveitamento integral da terra e uma aplicação mais permanente do recurso mão-de-obra.

O valor bruto de produção equivale em média a 7 por cento do total do valor bruto de produção agrícola.

Em 1982 o total das exportações obtidas pela Argentina foi de US\$ 7,622 bilhões de dólares, dos quais US\$ 101,6 milhões, 1,3 por cento, corresponderam a legumes e hortaliças (1).

Distinguem-se dois tipos de localizações: a próxima dos grandes centros de consumo e a afastada destes. A proximidade dos grandes centros parece ser o fator decisivo de localização sempre que o permitam as condições ecológicas.

Prova disso é a importância destes cultivos nos chamados cinturões verdes das grandes cidades como Buenos Aires, Rosario, Córdoba, Santa Fé, etc.

A tendência é que a produção na proximidade das cidades se limite aos produtos mais perecíveis e de consumo direto, enquanto que os produtos que resistem aos efeitos do tempo e do transporte tendem a ser estabelecidos em zonas mais afastadas.

---

(1) As exportações agrícolas argentinas de carne, milho, trigo, pickles, couros e lã em 1982 registram um valor de US\$ 2 bilhões 559, 4 milhões de dólares, ou seja que as exportações de legumes e hortaliças constituem para esse ano 4 por cento das divisas geradas pelos principais produtos agropecuários.

//

Os cultivos, alguns dos quais somente possuem um ciclo mensal de 45 dias, são propensos a grandes variações no referente à área de semeadura e, por conseguinte, a volumes colhidos. Uma diminuição da colheita produz subabastecimento e, no sentido inverso, uma rápida recuperação gera um quadro de superprodução e queda dos preços e posterior redução da área de semeadura.

Por outro lado, na Argentina a diversidade de zonas produtoras com diferentes épocas e volumes de colheitas desempenha um papel preponderante no funcionamento da produção e dos mercados.

## 1. O setor legumes e hortaliças: algumas variáveis do mercado

### 1.1 Superfície e produção

A situação da produção de legumes e hortaliças na República Argentina pode analisar-se através da evolução da superfície destinada a estes cultivos e à produção gerada.

Levando em consideração uma série histórica que compreende o período 1970/71 - 1982/83 observa-se que a superfície de semeadura cresceu aproximadamente 40 por cento até 1979/80 para depois declinar até o final do período, reduzindo o crescimento ao longo de todo o período para 21 por cento. Como pode ver-se no quadro no. 1, a produção se manteve estável ao longo do período analisado, não registrando incrementos mesmo naqueles períodos onde cresceu a área de semeadura.

Do ponto de vista da superfície ocupada e da produção resultante destacam-se no setor: o feijão seco com 5 por cento da produção e 43 por cento da área (216.000 toneladas e 228.600 hectares semeadas), a batata com 45 por cento da produção total de legumes e hortaliças e 20 por cento da área (2.013.200 toneladas e 108.850 hectares cultivadas), o tomate com 13,6 por cento da produção e 6 por cento da área (610.900 toneladas e 31.700 hectares e, finalmente, o alho com 1 por cento da produção e 1,6 por cento da área (48.100 toneladas e 8.600 hectares cultivadas).

Em resumo, estes produtos incluídos no estudo compreenderam em 1982/83 70,6 por cento da área cultivada com legumes e hortaliças e 64,6 por cento do volume físico produzido pelo setor.

### 1.2 Principais zonas produtoras

As principais zonas produtoras são as províncias de Salta (feijão seco e tomate temporão), Tucumán e Córdoba (batata), Santa Fé (batata, lentilha e aspargo), a Província de Buenos Aires (batata, ervilha), Mendoza (tomate de época, alho e cebola), Río Negro (tomate de época) e Santiago del Estero (cebola).

### 1.3 Valor bruto da produção

O valor bruto da produção de feijão, batata, tomate, cebola, alho e ervilha seca atingiu em 1983 \$ 600:601.002, expressos em pesos lei de 1970 (deflacionado por IPMNAT corrigido).

A evolução do valor bruto da produção no período 1980-1983 apresenta-se no quadro no. 2. Como se depreende da mesma, o valor bruto da produ

//

//

QUADRO No. 1HORTALIÇAS E LEGUMESArea cultivada e produção total do país

ANOS	SUPERFICIE SEMEADA (Milhares de hectares)	PRODUÇÃO (Milhares de tonela das)
1970-1971	443,1	4.039,3
1971-1972	640,1	3.382,0
1972-1973	457,9	3.853,3
1973-1974	483,6	4.491,4
1974-1975	510,0	3.973,8
1975-1976	505,7	3.937,7
1976-1977	561,3	3.887,6
1977-1978	615,2	3.907,1
1978-1979	617,6	4.037,4
1979-1980	619,6	4.013,5
1980-1981	564,3	4.143,9
1981-1982	538,5	4.249,1
1982-1983	535,6	4.474,6

Fonte: S.N.E. e S.R., Estimacões Agrícolas, 9/2/1984.

jcg

//

//

QUADRO No. 2VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DE PRINCIPAIS  
LEGUMES E HORTALIÇAS

(Em \$ Lei de 1970) (1)

	1980	1981	1982	1983
Feijão "alubia"(2)	23:559.084	31:667.156	75:545.000	132:924.000
Batata	119:763.480	133:702.450	191:210.556	307:214.320
Alho	27.008.500	27.206.700	32:022.380	14.300.130
Tomate	112.912.800	93:855.600	102:055.140	94:750.590
Cebola	26:724.360	17:229.110	20:752.628	43:263.952
Ervilha seca	3:604.122	8:584.167	3:608.063	8:148.010
TOTAL	313:572.346	312:245.183	425:193.767	600:601.002

---

(1) Deflacionado pelo IPMNAT corrigido.

(2) O feijão "alubia ou caballero" constituiu 70 por cento da produção nacional de feijão seco em 1983.

---

//

ção se viu quase duplicado no período como resultado de um incremento significativo do valor bruto da produção fornecido pelo feijão "alubia", pela batata e, em muito menor grau pela produção de cebola. Produz-se uma redução até a metade do valor bruto da produção do alho por uma diminuição muito significativa dos preços do produto. A cebola mostra um aumento de seu valor bruto da produção atribuível a um aumento dos preços e da produção em 1983.

O incremento do valor bruto da produção de batata obedece ao duplo efeito de aumento da produção e dos preços enquanto que o crescimento do valor bruto de produção se explica por um aumento dos preços obtidos, pois entre 1982 y 1983 a produção diminuiu 14,8 por cento.

Como pode ver-se na estrutura do valor bruto de produção destes produtos, a batata incrementou sua contribuição de 38 por cento em 1980 para 51 por cento em 1983, sendo o cultivo mais importante. O feijão "alubia", que participava com 7 por cento do valor bruto de produção em 1980, aumentou sua participação para 22 por cento em 1983.

#### 1.4 Rendimentos

Os rendimentos de feijão seco mostram relativa estagnação com uma média de 975 kg/ha colhida para o período 1962/73 - 1981/82. No subperíodo 1978/79 - 1982/83 os rendimentos superaram 1.000 kg/ha, com exceção de 1979/80 quando se verificou uma queda importante até 712 kg/ha.

Os rendimentos de batata temporã cresceram nos últimos 6 anos com médias de 10.862 kg/ha contra 9.964 kg/ha do período 1972/73 - 1981/82. Na batata semi temporã registrou-se um aumento similar nos períodos considerados e na semitardia o incremento dos rendimentos é menor (de 18.350 para 18.360 kg/ha). Nos últimos três anos os rendimentos médios superaram 20.000 kg/ha.

Com relação à batata tardia também se manifesta um aumento dos rendimentos, que cresceram de 9.538 para 10.169 toneladas.

Os rendimentos de tomate registrados no período 1972/73 - 1981/82 mostram para o caso do tomate temporão um aumento, que esteve na média de 23.197 kg/ha no subperíodo 1977/78 - 1981/82 com relação ao 19.594 kg/ha no período total.

No tomate de época os rendimentos se mantêm estagnados, com 18.702 kg/ha no subperíodo 1977/78 - 1981/82 e 18.577 kg/ha para a totalidade do período (1972/73 - 1981/82).

Com relação aos rendimentos de alho, não mostram crescimento ao comparar o subperíodo 1977/78 - 1981/82 e 18.577 kg/ha para a totalidade do período com 4.961 kg/ha.

A cebola registra rendimentos relativamente estáveis no período 1978/79 - 1982/83, variando de 17.160 kg/ha no começo do mesmo até 18.623 no último ano.

A produção de ervilha de grão seco apresenta duplicação dos rendimentos entre o começo e o final do período 1978/79 - 1982/83, crescendo de 774 kg/ha para 1.567 kg/ha.

//

//

O cultivo de ervilha em grão fresco também mostra um aumento dos rendimentos próximos de 50 por cento, incrementando-se de 2.188 kg/ha para 3.245 kg/ha no final do período.

O grão-de-bico e a lentilha registram aumento dos rendimentos médios para o período 1978/79 - 1982/83 de 750 kg para 1.063 kg/ha e de 569 kg/ha para 888 kg/ha, respectivamente.

No cultivo do aspargo, cuja área se mantém estabilizada em 1.000 hectares em nível nacional, os rendimentos apresentam uma muito leve diminuição, localizando-se em uma média de 4.000 kg/ha e gerando uma produção total de 3.600 toneladas médias para o período.

Finalmente, o cultivo de cenoura registra no período 1978/79 - 1982/83 um aumento dos rendimentos, que cresceram de 15.929 kg/ha em média para 21.530 kg/ha no final do período. A área colhida cresceu de 5.650 ha para 9.150 ha e a produção nacional, de 90.000 toneladas para 197.000 toneladas no final do período.

Como surge da evolução dos rendimentos de legumes e hortaliças, os mesmos manifestam uma tendência geral ao crescimento no subperíodo 1978/79 - 1981/82 com relação às médias obtidas nos períodos 1972/73 - 1981/82.

### 1.5 Importações

No quadro no. 3 se apresenta a evolução das importações argentinas de hortaliças e legumes frescos e elaborados, no período 1979/83.

Após o ano 1980, no qual se registra um significativo incremento das importações (aumentam quase 400 por cento em volume físico e 168 por cento em valor monetário) atribuível às compras de batata para consumo e tomate, a Argentina reduz suas importações até apenas 5.034 toneladas e US\$ 2 milhões e meio em 1983. Neste ano as importações principais são de tomate e lentilha para consumo, embora ambas em pequenos volumes.

As importações de legumes e hortaliças secas e em salmoura são quase inexistentes no período.

Em resumo, a Argentina se caracteriza por ser um país apenas ocasionalmente importador de volumes relevantes de legumes e hortaliças.

Quanto à origem das importações, no caso da batata para semeadura e consumo, ela foi principalmente do Canadá, Bélgica, Países Baixos e França. As importações de tomate correspondem às vendas do Paraguai e Brasil, as de lentilha têm como país de origem o Chile, as de ervilha, os Estados Unidos, Canadá e Chile. As compras de feijão e ervilha para semeadura provieram dos Estados Unidos e da França.

### 1.6 Exportações

As exportações argentinas de legumes e hortaliças, frescas e elaboradas, no período 1979-1983 superaram o valor de US\$ 100 milhões anuais (as informações para 1983 são as acumuladas até o mês de setembro), não obstante, registram uma tendência descendente que parte de quase US\$ 152 milhões de dólares em 1979 e localiza-se em algo mais de US\$ 101 milhões em 1982, o que significa uma redução de 33 por cento nos valores exportados.



QUADRO No. 3  
IMPORTAÇÕES DE LEGUMES E HORTALIÇAS  
(Em toneladas e milhares de US\$)

PRODUTOS	1979			1980			1981			1982			1983(*)		
	T	MIL. US\$	US\$	T	MIL. US\$	US\$	T	MIL. US\$	US\$	T	MIL. US\$	US\$	T	MIL. US\$	US\$
<u>Frescos</u>															
Batata semeadu.	24.514	8.293	41.309	14.062	5.978	1.798	4.063	1.278	471	247					
Batata consumo	3.126	733	66.715	15.559	-	-	35	4	-	-					
Tomate	9.673	3.729	16.631	7.032	8.503	3.510	3.502	1.765	2.432	875					
Cebola	-	-	1.416	373	-	-	17	20	22	1					
Alhos	71	64	127	159	68	138	-	-	33	28					
Cenoura	-	-	3	0,5	-	-	-	-	-	-					
<u>Conserva</u>															
Cebola	10	13	21	22	22	21	-	-	-	-					
Tomate	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-					
<u>Dessecados</u>															
Alhos	1	5	1	10	5	36	0,5	5	17	64					
<u>Legume</u>															
Semeadura (*)	82	114	-	-	-	-	-	-	-	-					
Ervilha	187	123	144	126	127	116	119	159	210	244					
Grão-de-bico	-	-	-	-	3	2	-	-	-	-					
Feijão	36	70	306	437	142	296	63	115	40	88					
<u>Consumo (*)</u>															
Ervilha	1.144	470	-	-	-	-	660	408	-	-					
Grão-de-bico	514	502	30	26	-	-	-	-	66	41					
Lentilha	39	36	82	87	444	470	293	201	1.694	971					
Feijão	18	7	-	-	-	-	79	35	49	19					
<b>TOTAL</b>	<b>39.415</b>	<b>14.159</b>	<b>126.785</b>	<b>37.893,5</b>	<b>15.292</b>	<b>6.387</b>	<b>8.831,5</b>	<b>3.990</b>	<b>5.034</b>	<b>2.578</b>					

(\*) Acumulado até setembro.

Fonte: Elaborado com base em dados do "Instituto de Estadísticas y Censos".

QUADRO No. 4

EXPORTAÇÕES DE LEGUMES E HORTALIÇAS

(Em toneladas e milhares de US\$)

PRODUTOS	1979			1980			1981			1982			1983 (1)		
	T	MIL. US\$	T	MIL. US\$	T	MIL. US\$	T	MIL. US\$	T	MIL. US\$	T	MIL. US\$	T	MIL. US\$	
Batatas consumo	-	-	-	-	165	29	1.943	198	6	1					
Batatas semente	225	57	50	17	165	29	-	-	0.3	132					
Tomate	-	-	-	-	90	29	1.092	258	10	1					
Alhos	32.688	30.900	24.356	28.957	19.041	30.741	16.170	38.341	26.266	23.304					
Cebola	3.033	578	1.458	370	1.595	245	11.199	1.397	520	69					
Aspargo	-	-	-	-	11	9	100	50	-	-					
Congelados	10	8	-	-	16	17	-	-	11	11					
Secos															
Alhos	258	539	121	248	54	112	32	119	37	55					
Outros	422	1.372	549	2.149	379	1.838	257	939	224	680					
Ervilha consumo	6.175	2.150	21.457	8.514	4.790	1.678	335	201	1.134	716					
Ervilha semente	45	42	94	77	50	45	21	31	-	-					
Grão-de-bico	37	47	178	143	2.026	1.284	636	340	43	20					
Lentilha	10.210	4.000	4.598	3.139	4	3	0,7	0,3	-	-					
Feijão consumo	176.359	72.244	148.273	78.627	124.328	63.225	150.568	57.865	86.108	23.106					
Feijão semente	4	10	12	11	-	-	0,4	1	2	1					
Conserva	58.752	39.030	22.858	17.961	17.127	13.574	1.615	1.403	-	-					
Suco tomate	-	-	196	119	26	15	-	-	-	-					
Preparados															
Ervilha	1	2	64	81	0,5	1	56	34	47	37					
Aspargo	1	1	0,2	2	-	-	1	1	1	1					
Tomate (natural, conservado, pasta, molho)	1.576	1.015	571	566	1.983	333	577	473	1.038	521					
<b>TOTAL</b>	<b>289.796</b>	<b>151.995</b>	<b>224.823</b>	<b>140.981</b>	<b>171.850</b>	<b>113.207</b>	<b>184.603</b>	<b>101.651</b>	<b>115.447</b>	<b>48.655</b>					

Fonte: Elaboração própria com base em dados do "Instituto Nacional de Estadísticas y Censos".  
(1) Acumulado até setembro.

//

Os principais produtos de exportação no setor legumes e hortaliças são o alho, cebola, outros legumes secos, ervilha e feijão para consumo, as conservas em salmoura ou sulfitadas e produtos do tomate (conserva, pasta, molho). Dos produtos indicados, o alho e o feijão constituem quase 95 por cento das exportações de 1982, 83 por cento das exportações de 1981, 76 por cento em 1980 e 67 por cento de 1980. A participação nestes dois últimos anos mencionados deve-se à contribuição importante das conservas.

Os volumes físicos de alho exportado mostram-se declinantes até o final do período, no qual se registra um importante aumento.

Os volumes de feijão, que registravam uma diminuição de 15 por cento entre o ano 1979 e 1982, cobriram mais da metade das exportações de 1982 em setembro de 1983.

As exportações de conservas preparadas sem vinagre nem ácido acético reduziram-se entre 1979 e 1982 de US\$ 39 milhões de dólares para apenas US\$ 1 milhão e meio de dólares.

O destino das principais exportações mencionadas foi, para o caso do alho, o Brasil, França, Itália, Países Baixos e Porto Rico. O principal destino da cebola exportada foi o Uruguai e para os aspargos foi a França e a Alemanha. Os alhos desidratados tiveram como destino de exportação o Brasil, a Venezuela e os Estados Unidos, da mesma maneira que outras hortaliças desidratadas.

A ervilha para consumo foi exportada principalmente para o Brasil, Países Baixos e Angola, enquanto que a lentilha, nos anos 1979 e 1980, para os Países Baixos e Alemanha.

O feijão, principal produto de exportação, teve como destino a Comunidade Econômica Européia, Cuba, Argélia, Brasil, Venezuela, Colômbia, Espanha, Portugal, Iraque e Israel.

Quanto às preparações de legumes e hortaliças, a ervilha acondicionada teve como principais compradores o Uruguai, Peru e Paraguai, enquanto que os produtos do tomate foram exportados para o Peru, Equador, Paraguai e Uruguai, na região, e a Alemanha, Dinamarca e Noruega, como destinos extrazonais.

Com relação aos legumes e hortaliças preparados sem ácido acético nem vinagre, os principais compradores foram a Espanha, Itália e Brasil.

### 1.7 Consumo aparente

A estimativa do consumo aparente para os diferentes produtos que inclui o estudo se apresenta no quadro no. 5 para o período 1979-83.

Das informações se depreende o aumento do consumo aparente de feijão seco e cenoura como fatos mais destacáveis e uma diminuição no consumo de alho como contrapartida de uma recuperação dos volumes exportados e uma diminuição da produção. Também se registra um aumento do consumo de lentilha até 1982 e depois uma queda abrupta da produção e do consumo.

Os dados de 1983 são ainda preliminares, por contemplar as importações e exportações até o mês de agosto.

gml

//

//

QUADRO No. 5ESTIMAÇÃO DO CONSUMO APARENTE

(Em toneladas)

	PRODUÇÃO	EXPORTAÇÕES	IMPORTAÇÕES	SEMENTE	CONSUMO APARENTE
<b>Batata</b>					
1979	1.694.000	225	27.640	180.150	1.241.265
1980	1.568.000	50	108.024	181.500	1.494.474
1981	2.247.100	165	5.978	156.210	2.096.703
1982	1.816.900	1.943	4.098	163.275	1.655.780
1983	2.013.200	-	471	162.000	1.851.471
<b>Feijão seco</b>					
1979	235.000	176.400	54	26.730	31.924
1980	146.000	148.300	306	24.398	- 26.392(1)
1981	224.000	124.300	41	25.905	73.946
1982	254.000	150.600	43	25.146	78.397
1983	216.500	105.000	88	26.000	85.588
<b>Tomate fresco</b>					
1979	398.100	-	9.673	-	407.773
1980	453.000	-	16.631	-	469.631
1981	285.240	90	8.503	-	293.613
1982	332.100	1.092	3.502	-	334.510
1983	510.450	10	2.432	-	512.872
<b>Alho</b>					
1979	81.000	32.688	82	13.160	35.234
1980	95.000	24.356	128	10.220	60.552
1981	69.000	19.041	74	5.040	44.993
1982	37.700	16.170	-	6.020	15.510
1983	48.100	26.266	40	6.100	15.774
<b>Cebola</b>					
1979	290.000	3.033	-	123	286.844
1980	277.800	1.458	1.415	87	277.670
1981	193.000	1.595	-	104	191.301
1982	237.200	1.120	17	106	225.911
1983	273.200	800	22	110	272.312
<b>Aspargo (2)</b>					
1979	3.600	-	-	-	3.600
1980	3.660	-	-	-	3.660
1981	3.000	-	-	-	3.000
1982	3.600	-	-	-	3.600
1983	3.800	-	-	-	3.800

(1) Variações de estoque ou erro dos dados de produção.

(2) Por falta de informações sobre estoque e dada a irrelevância do comércio, assume-se a produção.

//

QUADRO No. 5 (Cont.)

	PRODUÇÃO	EXPORTAÇÕES	IMPORTAÇÕES	SEMENTE	CONSUMO APARENTE
<b>Cenoura (1)</b>					
1979	90.000	-	-	-	90.000
1980	89.000	-	-	-	89.000
1981	81.500	-	-	-	81.500
1982	144.000	-	-	-	144.000
1983	197.000	-	-	-	197.000
<b>Grão-de-bico</b>					
1979	2.700	37	514	267	2.910
1980	4.400	178	30	260	3.992
1981	3.900	2.026	3	77	1.800
1982	1.330	636	-	85	609
1983	1.700	43	66	90	1.633
<b>Lentilha</b>					
1979	15.000	10.210	39	2.686	2.143
1980	16.800	4.598	81	2.023	10.260
1981	13.370	3	444	1.258	12.553
1982	13.900	7	293	646	13.540
1983	6.550	-	1.700	700	7.350
<b>Ervilha grão seco</b>					
1979	12.000	6.175	1.330	4.240	2.916
1980	18.600	21.457	144	3.128	- 5.841(2)
1981	14.450	4.790	127	1.730	8.057
1982	8.750	353	779	1.716	7.460
1983	13.000	1.134	210	2.000	10.100

(1) Por falta de informações sobre estoques e dada a relevância do comércio, assume-se a produção.

(2) Problema de estoque ou erro nos dados de produção.

jcx

//

### 1.8 Preços

A análise da evolução dos preços atacadistas em valores constantes e expressos em \$a de 1970 revela, como pode observar-se nos quadros nos. 6 e 7, os seguintes aspectos:

1. Os preços da cebola se mostraram erráticos dentro de variações importantes, recuperando-se em 1983 com relação aos baixos valores de 1982 e atingindo os mais altos do período. A variação sazonal, mostra um crescimento muito significativo dos preços até agosto e depois uma brusca queda para final do ano.
2. Os preços do alho sofreram uma queda permanente, chegando em 1983 aos níveis mais baixos do período 1976/1983.
3. Ao ponto máximo de preços de 1977 seguiu um declínio forte e depois certa recuperação dos preços. A estagnação dos mesmos mostra seus maiores níveis em julho-agosto no ano analisado (1983).
4. Os preços do tomate, após cresceram até 1980, caíram abruptamente em 1982 para se recuperar em 1983, embora sem atingir em média o ponto máximo do período. Os meses de setembro e outubro são os de maiores preços e os de verão registram os mais baixos.
5. A batata mostra uma evolução errática e recuperou seu preço depois da vertiginosa queda de 1981 para os menores níveis do período. Os meses de agosto e novembro registraram os maiores preços do ano de 1983.
6. Os preços da cenoura aumentam até 1981 para depois diminuir simultaneamente com um aumento muito importante da produção. Os meses de abril e maio e o período novembro-dezembro registram os maiores preços do ano de 1983.
7. A ervilha fresca mostra uma evolução descendente de seus preços ao longo do período.
8. A ervilha seca, pelo contrário, mostra um importante incremento de preços em 1982 e 1983 e os maiores níveis nos meses de janeiro, fevereiro e março na série mensal de 1983.
9. O preço da lentilha mostrou um comportamento errático no período, para aumentar espetacularmente em 1983. O primeiro semestre do ano registra os preços mais constantes.
10. O preço do grão-de-bico cresceu até 1978 para depois diminuir de forma muito significativa, revelando uma recuperação em 1983. Os meses de junho, julho e agosto registram os preços mais altos da série mensal de 1983.

No quadro no. 7 se apresenta a série de preços varejistas para cebola, tomate e batata, em valores constantes e expressos em \$a 1970.

QUADRO No. 6

PREÇOS ATACADISTAS (em moeda constante) (a de 1970/T.)

	CEBOLA	ALHO	FEIJÃO	TOMATE	BATATA
Média	0,0218	0,0926	0,0457	0,0810	0,0182
1976-1982	0,0251	0,1333	0,0444	0,0661	0,0271
1976	0,0242	0,1600	0,0706	0,0696	0,0108
1977	0,0279	0,1061	0,0400	0,0768	0,0209
1978	0,0208	0,0546	0,0347	0,1064	0,0235
1979	0,0290	0,0841	0,0352	0,1214	0,0145
1980	0,0248	0,0665	0,0477	0,0809	0,0094
1981	0,0214	0,0440	0,0473	0,0463	0,0212
1982	0,0370	0,0184	0,0419	0,0746	0,0275
1983	0,0254	0,0225	0,0374	0,0308	0,0339
Jan.	0,0211	0,0247	0,0360	0,0408	0,0287
Fev.	0,0338	0,0214	0,0314	0,0232	0,0257
Març.	0,0362	0,0167	0,0298	0,0330	0,0226
Abr.	0,0380	0,0157	0,0281	0,0305	0,0212
Mai	0,0632	0,0198	0,0566	0,0633	0,0247
Jun.	0,0589	0,0219	0,0654	0,0613	0,0273
Jul.	0,0740	0,0175	0,0587	0,0687	0,0348
Agos.	0,0468	0,0171	0,0519	0,2163	0,0337
Set.	0,0147	0,0173	0,04369	0,1799	0,0323
Out.	0,0170	0,0128	0,03611	0,0755	0,0314
Nov.	0,0143	0,0136	0,02814	0,0719	0,0171
Dez.					

Fonte: "Instituto Nac. de Estadísticas y Censos". Elaboração própria.

(1) Deflacionado pelo no. Agropecuário, total corregido. Municipalidade de Buenos Aires - Mercado de Abastecimento.

//

## QUADRO No. 6 (Cont.)

## PREÇOS ATACADISTAS EM MOEDA CONSTANTE

(\$a. de 1970/t.) (\*)

	CENOURA (1)	ERVILHA FRESCA (1)	ERVILHA SECA (2)	LENTILHA (2)	GRÃO-DE-BICO (2)
Média 76/82	0,0265	0,0601	0,0370	0,0621	0,0615
1976	0,0190	0,0439	0,0306	0,0526	0,0455
1977	0,0255	0,0639	0,0289	0,0489	0,0860
1978	0,0228	0,0652	0,0361	0,0637	0,1079
1979	0,0371	0,0751	0,0349	0,0557	0,0985
1980	0,0287	0,0859	0,0188	0,0512	0,0461
1981	0,0351	0,0561	0,0277	0,0471	0,0220
1982	0,0174	0,0432	0,0818	0,0530	0,0398
1983	0,0217	0,0448	0,0554	0,0929	0,0510
Ano 1983-Mensal					
Janeiro	0,0155	0,0538	0,0755	0,0995	0,0534
Fevereiro	0,0183	-	0,0772	0,1079	0,0526
Março	0,0224	-	0,0723	0,1020	0,0732
Abril	0,0265	-	0,0614	0,0919	0,0723
Maio	0,0250	-	0,0640	0,1003	0,0755
Junho	0,0225	-	0,0643	0,1112	0,0842
Julho	0,0189	-	0,0640	0,1105	0,1012
Agosto	0,0195	-	0,0498	0,0824	0,0871
Setembre	0,0186	-	0,0407	0,0593	0,0713
Outubro	0,0235	-	0,0346	0,0464	0,0605
Novembro	0,0247	-	0,0304	0,0476	0,0578
Dezembro	0,0253	0,0357	0,0310	0,0492	0,0548

(\*) Deflacionado pelo IPMNAT (c).

(1) Municipalidade da Cidade de Buenos Aires - Mercado de Abastecimento.

(2) Bolsa de Cereais de Buenos Aires.

S.N.E. e S.R., Secretaria Agricultura.

jcg

//



QUADRO No. 7PREÇOS VAREJISTAS CONSTANTES DE CEBOLA, TOMATE E BATATA

(\$a. 1970/t) (1)

	CEBOLA	TOMATE	BATATA
$\bar{x}$ 1976/82	0,0420	0,1123	0,0308
1976	0,0238	0,1019	0,0401
1977	0,0409	0,1185	0,0192
1978	0,0555	0,1194	0,0333
1979	0,0454	0,1234	0,0364
1980	0,0530	0,1554	0,0346
1981	0,0454	0,1060	0,0208
1982	0,0305	0,0620	0,0308
1983			
Janeiro	0,0361	0,0505	0,0436
Fevereiro	0,0328	0,0587	0,0362
Março	0,0422	0,0427	0,0327
Abril	0,0521	0,0515	0,0304
Maio	0,0468	0,0480	0,0286
Junho	0,0776	0,0712	0,0333
Julho	0,0682	0,0733	0,0343
Agosto	0,0922	0,0848	0,0427
Setemb.	0,0666	0,0188	0,0434
Outub.	0,0293	0,0133	0,0436
Novemb.	0,0266	0,0078	0,0503
Dezemb.	0,0239	0,0085	0,0239

(1) Deflacionado pelo índice de preços atacadistas não agropecuários. Total corrigido. Elaboração própria.

Fonte: "Instituto Nacional de Estadística y Censos".

Jcg

//

//

Das informações se destaca:

- a) o comportamento errático do preço da cebola até sua queda em 1982 e logo após recuperação em 1983, onde os meses de junho, julho e, particularmente, agosto registram os maiores preços;
- b) o tomate mostra certa estabilidade nos preços varejistas até sua diminuição em 1982. Em 1983 atinge certa recuperação nos meses de junho a agosto; e
- c) a batata apresenta flutuações na evolução de seus preços, com uma queda abrupta em 1977 e posterior recuperação até 1981. Em 1983 os preços se mostram em recuperação.

Nos gráficos 1 e 2 apresenta-se a evolução dos preços atacadistas e varejistas em valores constantes para a batata, feijão, alho, cebola e tomate.

A evolução dos preços de exportação (FOB em US\$/tonelada) permite verificar os seguintes fatos:

1. Incremento dos preços de exportação do alho até 1982 e queda abrupta no que transcorre de 1983;
2. Diminuição do preço FOB do tomate e do aspargo;
3. Incremento constante do preço da ervilha e diminuição persistente do preço de grão-de-bico, lentilha e feijão; e
4. Nos produtos preparados (ervilha, tomate e aspargo) também se registra uma diminuição dos preços FOB.

#### 1.9 Sazonamento e calendário de alguns dos principais produtos

A seguir são apresentadas as informações correspondentes a zonas produtoras, épocas de colheita e período de comercialização para a batata, cebola e tomate:

##### Batata temporã

Províncias produtoras: Tucumán, Formosa, Corrientes, Chaco, Jujuy e Salta.

Epoca de colheita: meados de outubro a meados de dezembro.

Comercialização: fins de outubro a fins de dezembro.

##### Batata semi temporã

Províncias produtoras: Córdoba, Mendoza, Santa Fé, Buenos Aires, Entre Ríos, Jujuy, Salta, San Juan, San Luis e Tucumán.

Epoca de colheita: fins de novembro a fins de janeiro.

Comercialização: fins de novembro a fins de janeiro.

##### Batata semi tardia

Províncias produtoras: Zona sueste de Buenos Aires, Mendoza, Catamarca, Chubut, Neuquén, Río Negro, San Juan, Santa Cruz e La Pampa.

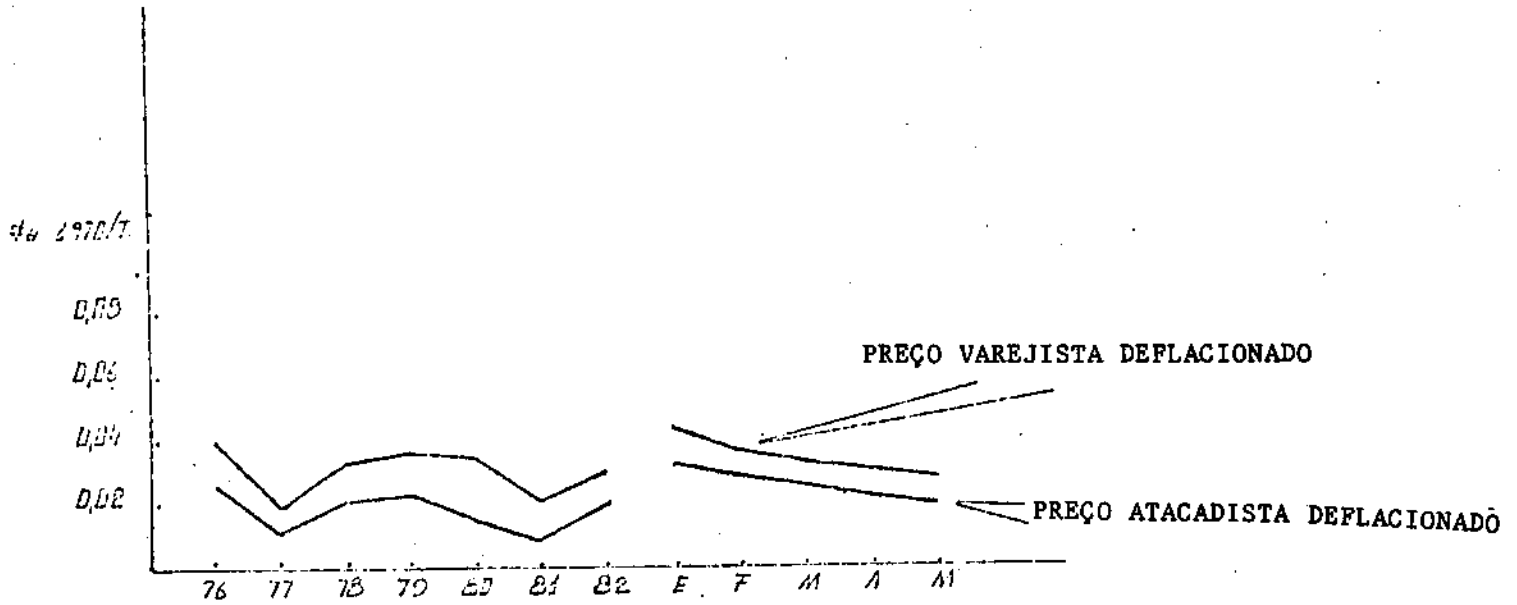
//

11

GRAFICA No. 1

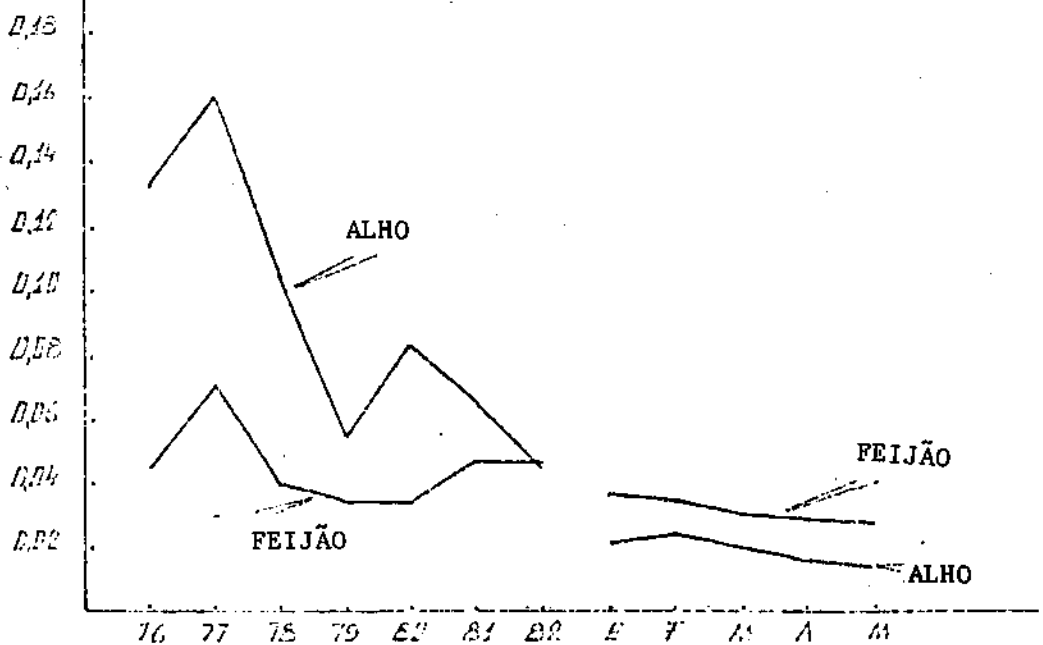
PREÇOS ATACADISTAS E VAREJISTAS EM \$a 1970/T. 197

BATATA



PREÇO ATACADISTA EM \$a 1970/T.

FEIJÃO E ALHO

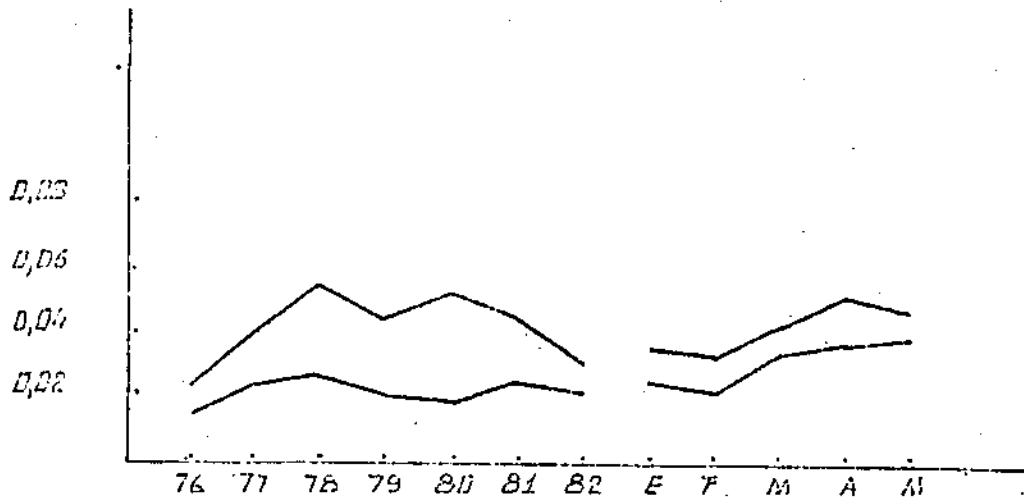


Fonte: Municipalidade de Buenos Aires, Mercado de Abastecimento é INDEC. Preços ao consumidor.

## GRÁFICA No. 2

PREÇOS ATACADISTAS E VAREJISTAS EM \$a DE 1970 (1) PARA CEBOLA

\$a de 1970/71

PREÇOS ATACADISTAS E VAREJISTAS EM \$a DE 1970 (1) PARA TOMATE

\$a de 1970/71



(1) Deflacionado pelo índice de preços ao consumidor.

Fonte: Municipalidade de Buenos Aires, Mercado Abastecimentos e INDE. Preços ao consumidor.

SECRETARIA DE AGRICULTURA E PECUARIA.

QUADRO No. 8

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS FOB

(Em US\$/tonelada)

ITENS	1979	1980	1981	1982	1983 (*)
<b>PRODUTOS FRESCOS</b>					
Alhos	945,3	1.188,9	1.614,4	2.371,2	887,2
Tomate	-	-	319,5	236,4	60,0
Aspargo	-	-	750,0	500,0	-
<b>PRODUTOS SECOS</b>					
Ervilha	348,2	396,8	350,3	569,5	630,8
Grão-de-bico	1.246,1	802,5	633,8	534,5	454,1
Lentilha	391,8	682,7	998,0	430,9	-
Feijão	421,0	530,3	508,5	384,3	268,3
<b>PRODUTOS PREPARADOS</b>					
Ervilha	1.384,6	1.268,4	2.068,0	602,6	796,5
Aspargo	1.864,4	8.653,0	11.750,0	1.933,6	2.216,7
Tomate	644,0	990,0	1.979,0	820,6	502,2

(\*) Acumulado janeiro-agosto.

Fonte: INDEC.

//

Epoca da colheita: meados de fevereiro a fins de junho.

Comercialização: meados de fevereiro a fins de novembro.

Batata tardia

Províncias produtoras: Córdoba, Santa Fe, Tucumán, Buenos Aires e San Juan.

Epoca da colheita: meados de maio a fins de junho.

Comercialização: princípio de junho a princípio de outubro.

Cebola temporã

Províncias produtoras: Catamarca, Corrientes, Chaco, Jujuy, La Rioja, Misiones, Salta, San Juan, Santiago del Estero y Tucumán.

Epoca da colheita: setembro a novembro.

Comercialização: setembro a novembro.

Cebola de época

Províncias produtoras: Buenos Aires, Mendoza, San Juan, Catamarca, Córdoba, Chubut, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, Misiones, Neuquén, Río Negro, Salta, San Luis, Santa Fe e Tucumán.

Epoca de colheita: dezembro a fins de abril.

Comercialização: dezembro a agosto.

Tomate temporão

Províncias produtoras: Salta, Jujuy, Corrientes, Formosa e Misiones.

Epoca de colheita: de maio a setembro (a maior parte).

Comercialização: de maio a outubro.

Tomate de época

Províncias produtoras: Mendoza, Río Negro, Santiago del Estero, San Juan, Buenos Aires, Catamarca, Córdoba, La Pampa, La Rioja, Misiones, Neuquén, Salta, San Luis, Santa Fe, Tucumán, Jujuy, Chaco e Chubut.

Epoca de colheita: de novembro a maio (a maior parte)

Comercialização: de novembro a maio (a maior parte).

1.10 Insumos

De acordo com a tecnologia média usada no cultivo de legumes e hortaliças, os fertilizantes e praguicidas mais frequentemente usados e as doses aplicadas são:

Feijão

- a) Praguicidas: Dimetoato (inseticida) 250 cc/ha  
metomil (inseticida) 240 g/ha.

//

b) Fertilizantes: não são usados.

Tomate

- a) Praguicidas: Eudosulfan (inseticida) 1 kg/ha.  
Paration 50% (inseticida) 0,5 l/ha.  
Zineb (fungicida) 3 kg/ha.
- b) Fertilizantes: Composto (ex. 15-15-15) 200-300 kg/ha.  
ou sulfato de amônio 200-300 kg/ha.

Batata

- a) Praguicidas: Endosulfan (inseticidas) 4 aplicações de 0,75 l/ha (c/u).  
Maneb (fungicida) 9 aplicações de 2,5 kg/ha (c/u).
- b) Fertilizantes: Fosfato di amônico 150-300 kg/ha.

Alho

- a) Praguicidas: Paration 50% 800 cc/ga.  
Metildemetón (metasystox) 1 l/ha.
- b) Fertilizantes: Compostos 200-300 kg/ha.  
ou sulfato de amônio 200-300 kg/ha.

Cebola

- a) Praguicidas: Linurón (herbicida) 2 kg/ha.  
Paration 50% 800 cc/ha.
- b) Fertilizantes: Sulfato de amônio 200-300 kg/ha.  
ou compostos 200-300 kg/ha.

1.11 A industrialização de legumes e hortaliças

Os principais produtos que sofrem transformação industrial no setor legumes e hortaliças são, por ordem de importância: o tomate, ervilha, cebola, alho e aspargo.

1.11.1 Tomate

O tomate destaca-se notoriamente, existindo zonas produtoras dedicadas ao cultivo com destino industrial.

Santiago del Estero destina aproximadamente 50 por cento (81.000 toneladas) de sua produção total do produto para a indústria de conservas. A produção é de boa qualidade e existem aproximadamente 12 estabelecimentos industrializadores nessa Província.

Mendoza destina à industrialização 52.400 toneladas e San Juan 80 por ciento de sua produção, mais 20.600 toneladas de tomate em média. A produção é também de boa qualidade.

gml

//

//

A Província de Río Negro se especializa na produção de tomate industrializado, dispondo de 23 indústrias elaboradoras com uma capacidade de processamento superior a 100.000 toneladas anuais. O tomate Platense constitui entre 75 e 80 por cento, enquanto que o "Perita" fornece o resto do que se industrializa.

A variedade tipo Platense se utiliza para a elaboração de concentrados, molhos e triturados, enquanto que as variedades tipo "Perita" destinam-se à obtenção de tomates sem pele ao natural. Río Negro é a principal abastecedora de concentrados em nível nacional, com 70 por cento do total elaborado. Por seu lado, a produção sem pele ao natural representa entre 15 e 20 por cento da oferta nacional.

A produção de Mendoza e San Juan corresponde ao chamado tomate tardio, que se orienta em sua maior parte para a industrialização e em 90 por cento corresponde à variedade "Perita".

A Província de Río Negro aparece como a mais dinâmica, conta com boa infra-estrutura industrial, possibilidades de ampliar a superfície de cultivo e a alternativa de vender tomate fresco por sua facilidade de acesso aos grandes centros consumidores como Buenos Aires e Bahía Blanca.

Santiago del Estero mostra certa fraqueza de sua estrutura agroindustrial pois, embora entre no mercado com o produto antes que Mendoza e Río Negro, sua atividade industrial se reduz a 90 dias por ano com a conseguinte carga de custos fixos nos custos de produção por unidade. Por isso deve pagar preços muito menores que os do mercado de fresco e, portanto, sobre instabilidade de abastecimento já que os produtores, perante melhores preços, desviam a produção para o mercado de fresco.

A Província de San Juan vem expandindo sua incipiente indústria, em detrimento da produção de fresco.

No quadro no. 9 pode observar-se a oferta-demanda de tomate, de acordo com seus principais destinos até o ano de 1979. A demanda industrial localiza-se próxima de 48 por cento da oferta total interna de tomate no último ano e sua evolução no período não se afasta de importantes valores de participação, sempre similares ao consumo em fresco.

Quanto à localização da demanda do produto industrializado, o quadro no. 10 ilustra sobre sua distribuição.



QUADRO No. 9

QUADRO DE OFERTA - DEMANDA DE TOMATE EM SEUS PRINCIPAIS DESTINOS

(Em toneladas)

Año	Oferta total(1) Interna	Exporta- ção (2)	Importa- ção (3)	Oferta fres- co interno 4=1-2+3	Demanda Industrial (5)	Consumo fres- co interno (6)	
1965	470.900	(X)	(X)	470.900	250.400	220.500	47
1966	316.700	(X)	(X)	316.700	132.700	184.000	58
1967	356.700	12.600	(X)	344.100	167.800	176.300	51
1968	322.500	7.500	(X)	315.000	147.200	167.800	53
1969	386.700	(X)	(X)	386.700	185.800	200.900	57
1970	422.800	(X)	(X)	422.800	245.000	177.800	42
1971	479.500	(X)	(X)	479.500	232.600	246.900	52
1972	594.600	(X)	(X)	594.600	282.200	312.400	53
1973	613.800	(X)	(X)	613.800	300.700	313.100	51
1974	734.100	(X)	(X)	734.100	394.100	360.000	49
1975	691.200	(X)	(X)	691.200	334.000	357.200	52
1976	610.600	(X)	(X)	610.600	312.700	297.900	49
1977	642.700	(X)	(X)	642.700	326.500	316.500	49
1978	640.000	5.400	(X)	634.600	310.000	324.600	51
1979	598.600	(X)	4.698	593.902	286.000	307.902	52

Fonte: Elaboração própria com dados de: (1) Secretaria de Agricultura e Pecuária. Correg. Câmara da Fruta Industrializada de Mendoza. (2) y (3) INDE. (4) C.F.I.M.; Depto. Química Provincia Río Negro; e empresas do setor.

//

## QUADRO No. 10

LOCALIZAÇÃO DA DEMANDA DE  
TOMATE INDUSTRIALIZADO

<u>ÁREA</u>	<u>DEMANDAS</u> <u>em %</u>
Capital Federal e Gran Buenos Aires	55
Córdoba	9
Rosario e Santa Fe	12
Tucumán, Salta e Jujuy	5
San Juan e Mendoza	5
Bahía Blanca e zona de influencia	6
Resto	8
	<u>100</u>

Fonte: Estudo Integral da Indústria.

//

Para caracterizar o mercado do tomate foram selecionados dois produtos industrializados, por serem os mais representativos, dentro da mais ampla gama de produtos possível de ser obtida, a partir de sua industrialização. Estes são:

- Tomates ao natural; e
- Extrato de tomates.

Os mesmos representaram para 1979 mais de 86 por cento do total industrializado. Ambos os produtos enfrentam uma demanda final, constituída por casas de comida, famílias e instituições (Colégios, Forças Armadas, etc.).

Tanto a demanda do tomate ao natural como do extrato de tomate apresentam um baixo sazonalidade, embora se observe um maior consumo durante o inverno.

A demanda de ambos os produtos reconhece uma aceitação dos mesmos nos hábitos de consumo da população, não meramente como substitutivos do produto fresco mas a partir de uma decisão seletiva que valoriza o menor esforço culinário que implica sua utilização. Esta afirmação resulta em geral válida para nossa população, embora possam observar-se diferentes graus de aceitação de acordo com o estrato sócio-econômico considerado. Naqueles de maiores ingressos nos quais a participação da mulher na força de trabalho ativa é menor ou conta com o auxílio de pessoal doméstico a preferência pelo produto fresco pode ser maior. Um grau similar de resposta pode observar-se nos grupos familiares mais tradicionais que valorizam em maior medida o consumo em fresco, e têm com relação à atividade culinária uma concepção quase ritual.

Dos dois produtos, o tomate natural apresenta uma maior penetração no mercado. Mais de 90 por cento da população é consumidora, com diferentes frequências deste produto. Com relação ao extrato de tomate, sua penetração nos hábitos de compra da população localiza-se em aproximadamente 60 por cento.

A localização do consumo destes produtos é similar. A Capital Federal e Gran Buenos Aires concentra 50 por cento da demanda nacional. Incide nesta elevada percentagem o reabastecimento que realiza esta zona para outras localidades do interior do país.

Como pode apreciar-se no quadro no. 11, Rosario, Santa Fe e Entre Ríos concentram 18 por cento da demanda nacional. Córdoba, centro a partir do qual se abastecem localidades da zona centro, participa com 10 por cento. Tucumán e Bahía Blanca, centros abastecedores de localidades do noreste e sul do país, respectivamente concentram, cada uma, 5 por cento da demanda nacional.

gml

//

//

QUADRO No. 11

TOMATE AO NATURAL E EXTRATO,  
LOCALIZAÇÃO DA DEMANDA

<u>ZONA OU PROVINCIA</u>	<u>PERCENTAGEM</u>
Area Metropolitana - Capital e Gran Buenos Aires	50%
Rosario - Santa Fe - Entre Ríos	18%
Córdoba (1)	10%
Mendoza - San Juan	6%
Tucumán (2)	5%
Bahía Blanca (3)	5%
Outras zonas	6%

- (1) Abastece zona centro  
(2) Abastece região noroeste  
(3) Abastece região sul do país

Fonte: "Alternativas ..."op. cit. elaborado com base em levantamento industrial.

jcg

//

//

A análise do consumo aparente foi feita para a totalidade de produtos industrializados a partir do tomate, tendendo ao nível de agregação que apresentam as estatísticas de comércio exterior publicadas pelo Instituto Nacional de Estatísticas e Recenseamentos. A evolução do consumo aparente durante o decênio 1970-79 mostra uma tendência crescente até 1973, onde atinge um máximo que supera as 175.000 toneladas. Em 1974 apresenta uma significativa redução, provocada pelo inusualmente alto volume de exportações (mais de 53.000 toneladas).

Em 1977 ocorre uma fortíssima redução no consumo aparente interno, motivada em uma redução de 47 por cento no nível de produção nacional. Este continuará diminuindo até atingir seu nível mínimo em 1979, com praticamente 40.000 toneladas. Esta excepcional redução não provoca similar comportamento no consumo interno aparente -que é recuperado com relação aos dois anos prévios- pela brusca redução das exportações e pelo muito forte incremento das importações (mais de 58.000 toneladas). Para este ano as importações mostram uma participação substancialmente maior da produção nacional no abastecimento do mercado interno.

O quadro no. 12 registra o consumo aparente do tomate industrializado.

Destacou-se a forte redução no consumo aparente ocorrida em 1977. Tanto o "tomate ao natural" como o "extrato de tomate" apresentam para esse ano os menores preços em termos constantes. O exposto evidencia que o comportamento indicado não pode ser explicado em função de variável preço senão com relação a bruscas modificações na distribuição do ingresso.

A determinação de uma série de preços atacadistas de "tomate ao natural" e "extrato de tomate" foi feita a partir de informações publicadas pela "Cooperativa de Almaceneros(COPAL)". Com o propósito de assegurar a consistência da mesma, a recopilação de informações foi feita a partir de preços de empresas nacionais de primeira linha. Este critério, embora tenha permitido outorgar consistência às séries elaboradas, não permitiu incorporar o preço dos produtos importados que em 1979 se revelam como inferiores, explicando a majoritária porção do mercado nacional que absorvem. Por outro lado, o maior preço do mercado nacional destes produtos explica também a forte redução da produção nacional como resposta a uma demanda orientada, em função do preço, para o produto importado.

Por último, cabe destacar que embora as considerações expostas se fundamentem sobre informações referentes ao tomate industrializado total, a determinante participação que no mesmo mostram os produtos sob análise permite atribuir-lhes as conclusões extraídas.

O quadro no. 13 registra o consumo aparente e os preços do tomate industrializado para o período 1974/1979.

gml

//

//

QUADRO No. 12

TOMATE. CONSUMO APARENTE DO PRODUTO INDUSTRIALIZADO

Anos	Produção	Exportações	Importações (1)	Consumo Aparente
1970	118.512	136	711	119.087
1971	120.406	9	340	120.737
1972	145.056	282	126	142.900
1973	186.437	11.240	-	175.197
1974	174.399	53.492	0,5	120.908
1975	132.178	874	15	131.319
1976	150.452	7.104	8	143.356
1977	79.303	6.852	6	72.457
1978	77.826	15.161	114	62.779
1979	39.208	1.576	58.751	96.383

(1) Inclue legumes e hortaliças preparadas ou conservadas sem vinagre nem ácido acético.

Fonte: "Alternativas ..." op.cit. elaborado com base em dados da D.G.I.I. e INDEC.

jcg

//

//

QUADRO No. 13

TOMATE INDUSTRIALIZADO. CONSUMO APARENTE E PREÇOS

Ano	Consumo Aparente (T)	TOMATE AO NATURAL		EXTRATO DE TOMATE	
		Preços Correntes	Preços Constantes (1)	Preços Correntes	Preços Constantes (1)
1974	120.908	1,57	1,57	1,65	1,65
1975	131.319	5,55	1,90	3,65	1,25
1976	143.356	39,50	2,25	35,60	2,03
1977	72.457	65,00	1,49	46,10	1,05
1978	62.779	210,00	1,95	150,00	1,40
1979	96.383	690,00	2,57	390,00	1,46

(1) Deflacionado por P.M.N.G. 1974 = 100.

Fonte: "Alternativas ..." op.cit, elaborado com base em dados de INDEC, D.G.I.I. e COPAL.

jcg

//

//

### 1.11.2 Cebola

Quanto à cebola, a industrialização mostra uma importância muito relativa com relação ao consumo direto.

Os destinos da cebola na indústria da alimentação são o desidratado, a fabricação de picles e a utilização em molhos e temperos.

A demanda industrial, embora somente represente 2 por cento do total, mostrou um comportamento dinâmico nas últimas décadas.

Nenhuma das formas principais de industrialização constitui bom substituto do produto fresco. O produto congelado, pelo contrário, sim, pois até o presente não tem grande aceitação no mercado interno.

No quadro no. 14 apresenta-se a oferta total e principais setores da demanda. Como pode ver-se, a demanda industrial a partir do ponto mais alto de 1974 com 2.9 por cento, caiu para localizar-se em níveis mínimos em 1978.

A composição da demanda industrial apresenta-se no quadro no. 15, onde pode observar-se a importância de dois itens, o desidratado e a fabricação de picles.

A localização da demanda industrial ressalta a importância de Mendoza, onde se concentra a totalidade da indústria dedicada à desidratação e a maioria da orientada para a elaboração de molhos e temperos.

Na fabricação de picles adquire importância a Província de San Juan.

### 1.11.3 Alho

Nos últimos anos a Argentina exportou hortaliças secas, alhos e outros, por valores superiores a US\$ 2 milhões até 1981 para depois localizar-se em torno de um milhão de dólares.

A demanda industrial de alho no país está pouco desenvolvida, não se dispendo de estatísticas com relação ao volume industrializado.

A indústria do desidratado de origem recente está em um grau incipiente de desenvolvimento.

A produção de alho fresco, depois de um ponto máximo que atingiu 95.000 toneladas pela sementeira de 18.800 hectares em 1979/80, reduziu-se para 37.700 toneladas em 1981/82 para mostrar certa recuperação em 1982/83 com 48.100 toneladas geradas em 8.600 hectares de cultivo.

gml

//



QUADRO No. 14

CEBOLA - OFERTA TOTAL E PRINCIPAIS SETORES DE DEMANDA

(Em toneladas)

Ano	Produção Nacional	Impor- tações	Expor- tações	Consumo Total	Demanda em fresco	%	Demanda Industrial	%
1965	206.800	182	160	206.822	206.389	99,8	433	0,2
1966	208.900	23	2.696	206.277	205.036	99,4	1.241	0,6
1967	197.000	1.252	1.450	196.802	196.166	99,7	636	0,3
1968	217.000	69	6.486	210.583	208.410	99,0	2.173	1,0
1969	224.000	14	1.251	222.763	219.499	98,5	3.264	1,5
1970	212.700	52	1.437	211.315	206.728	97,8	4.587	2,2
1971	208.300	44	3.512	200.332	196.450	98,1	3.882	1,9
1972	228.000	73	9.209	218.804	219.228	97,8	5.021	2,2
1973	232.300	(x)	16.597	215.703	210.303	97,5	5.400	2,5
1974	285.600	(x)	12.555	273.045	265.011	97,1	8.034	2,9
1975	331.000	(x)	464	330.536	324.558	97,9	6.978	2,1
1976	288.200	(x)	4.190	285.510	279.556	97,9	5.954	2,1
1977	250.000	(x)	4.424	245.576	241.668	98,4	3.908	1,6
1978	263.600	(x)	13.839	249.761	248.982	99,7	779	0,3
1979	290.000	70,8	2.967	287.104	s/d		s/d	

Fonte: Sec. de Agricultura e Pecuária - Sec. de Desenvolvimento Industrial - Instituto de Estatísticas e Recenseamentos.

s/d: Dados não discriminados.

QUADRO No. 15

COMPOSIÇÃO DA DEMANDA INDUSTRIAL DE CEBOLA EM SEUS PRINCIPAIS ITENS

(Em toneladas)

PRODUTO	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978
Ao natural	-	-	18	20,4	19	-	-	-	-
Desidratada	278	269	314	379,0	931	2.653	309	267	32
Picles	219	46	79	114,0	283	319	830	217	73
Molhos	-	158	1.849	-	-	1.858	717	325	413
Tempero	1	-	-	10,4	-	-	-	-	-
Total Produção (1)	488	473	2.260	524	1.283	4.837	1.856	809	518

(1) Medida em quantidade de produto acabado.

Fonte: Secretaria de Desenvolvimento.

//

A primeira Província produtora é Mendoza, com 50,3 por cento da produção em 1982/83 e seguem em importância Buenos Aires, Córdoba e San Juan.

#### 1.11.4 Ervilha fresca

A principal Província produtora é Buenos Aires, que fornece 50 por cento da oferta de ervilha fresca e segue Santa Fe, com 17 por cento da oferta nacional.

A indústria absorve aproximadamente 85-90 por cento da oferta total para a produção, principalmente de ervilha ao natural, modalidade de consumo que descolocou o direto nas cidades.

Na área semeada diminuiu de forma permanente desde 1978/79 a 1982/83, evoluindo de 17.000 hectares para 9.200 hectares no último ano. A produção localizou-se no ano de 1982/83 em 28.700 toneladas.

#### 1.11.5 Aspargo

A Província de Santa Fe é a principal produtora, com 86 por cento da produção nacional.

A demanda principal, embora não se disponha de estatísticas, radica certamente na indústria, sendo muito escassos os volumes destinados à exportação e consumo direto.

---

//

## CAPITULO II

### ABASTECIMENTO E COMERCIALIZAÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS

#### 1. Sistemas principais de abastecimento e comercialização

E propósito do presente estudo descrever os sistemas de abastecimento e comercialização que caracterizam o funcionamento dos circuitos de realização da produção, unindo o produtor e o consumidor através do projeto que percorre o produto.

##### 1.1 Aspectos gerais da comercialização na área metropolitana

Tendo em vista a importância da área metropolitana como grande centro comercializador e de consumo, entende-se que sua consideração constitui um fator determinante para compreender o sistema de abastecimento e a comercialização dos produtos.

O circuito que une a produção e a comercialização de produtos frutícolas caracteriza-se pela existência de uma complexa trama implementada no tempo, de acordo com os interesses dos operadores do sistema que mantêm melhores posições relativas.

A falta de uma legislação coerente que fixe as regras de jogo contribuiu para consolidar uma estrutura distorcida, entendendo por tal o privilégio de um critério de rentabilidade individual de certos grupos em detrimento da economia global do sistema e de sua rentabilidade social.

Devido às condições ecológicas e climáticas do território, a produção encontra-se expandida em toda sua extensão. Embora existam núcleos importantes de concentração de determinado produto, a formação de um estoque integrado pela mais ampla variedade de espécies possível impõe a participação de todas as zonas produtoras do país no abastecimento da área metropolitana.

No que diz respeito ao setor produtor, podem distinguir-se dois grupos de explorações, cujos comportamentos e possibilidades diferem significativamente.

Um, constituído por grandes empresas geralmente integradas até o nível atacadista. O outro, de pequenos e médios produtores não integrados ao processo comercial cujos lucros não alcançam para manter uma adequada taxa de capitalização. Este numeroso grupo caracteriza-se por:

- a) Inexistência de critério empresarial;
- b) Ausência de agrupamento com fins comerciais;
- c) Escasso poder de negociação por falta de alternativas comerciais e reduzidos volumes;
- d) Carência de um sistema de informações que lhe permita avaliar adequadamente seus produtos;

//

//

- e) Falta de possibilidade de uma oferta contínua; e
- f) Distância da praça comercializadora.

Portanto, este amplo grupo tem notória dependência dos produtores/armazenadores, armazenadores e atacadistas que participam da introdução dos produtos na área metropolitana e que, geralmente, são proprietários de infra-estrutura em zonas de produção e/ou comercialização, de recipientes e que têm marcado manejo dos serviços de transporte (próprio ou de terceiros).

A estrutura da introdução na área metropolitana está constituída por uma oferta concentrada em um número relativamente reduzido de operadores. Esta característica da oferta, oposta a uma demanda varejista atomizada e levando em conta a perecibilidade dos produtos que exigem rápida comercialização, explica o desenvolvimento de amplo setor de compra-venda média (revenda) que constitui o nexo entre a introdução concentrada e a demanda atomizada.

No que diz respeito à formação de preços é importante destacar que praticamente toda a mercadoria é introduzida na área sem preço; o preço forma-se na praça de Buenos Aires de acordo com as condições da oferta e da demanda e devido à existência de uma cadeia de pagamentos diferidos desde a produção até o varejista, fazendo do produtor um elo mais vulnerável do mesmo e o qual, em definitivo, assume a maior parte do risco.

#### 1.1.1 Custo da intermediação

Em um estudo da Comissão de Mercados de Interesse Nacional da Confederação Intercooperativa Agropecuária Coop. Ltda. (CONINAGRO) revela-se que a intermediação excessiva e irracional da Capital Federal e da Gran Buenos Aires é a responsável pelo encarecimento dos produtos frutihortícolas que os produtores se esforçam por comercializar com a proteção de seus custos primários e garantias de obtenção de uma rentabilidade final justa.

Como pode observar-se das informações consignadas no quadro no. 16, surgem as seguintes conclusões:

- a) A margem de comercialização global frutihortícola entre a primeira venda atacadista até o público atinge, em média, 70.13 por cento.
- b) Esta margem global compõe-se de 90,55 por cento para horticultura e 54,9 por cento para fruticultura.

#### 1.2 A comercialização da batata

Por ser o principal produto quanto a volume e valor bruto da produção entendeu-se importante descrever seu sistema de comercialização, levando em consideração particularmente a produção do sudeste (Província de Buenos Aires) cuja oferta constitui entre 63 e 75 por cento da produção nacional.

//

//

QUADRO No. 16MONTANTE DA COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS FRUTIHORTICOLAS EM NIVEL ATACADISTAS E VAREJISTAS NA CAPITAL FEDERAL E GRAN BUENOS AIRES

Conceitos	Em nível atacadista	Ao publico varejista	Diferenças	
			Absoluta	Relativa %
<u>Produção frutihortícola</u>				
Bilhões de \$	22.151,01	37.685,58	15.534,57	70,13
Milhares de US\$	1.893,256	3.220,989	1.327,743	
<u>Produção hortícola</u>				
Bilhões de \$	9.449,08	18.005,71	8.556,63	90,55
Milhares de US\$	.807,614	1.538,949	731,335	
<u>Produção frutícola</u>				
Bilhões de \$	12.701,9	19.679,87	6.997,97	54,90
Milhares de US\$	1.085,632	1.682,040	596,408	

Fonte: CONINAGRO.

jcg

//

//

A importância da região sudeste dentro da produção nacional de batata radica não somente em que fornece à mesma entre 65 e 75 por cento, mas também em que devido às condições climáticas que lhe possibilitam realizar armazenamento a campo, o mesmo pode abranger desde fevereiro a outubro aproximadamente.

Deve-se salientar que o produtor de batata do sudeste adotou com relativa rapidez a tecnologia que foi sendo incorporada à atividade, o que implicou que apesar de ter diminuído notavelmente a superfície plantada, os incrementos obtidos nos rendimentos mantiveram praticamente constante a produção.

O destino da produção do sudeste é fundamentalmente o mercado interno, dada a irrelevância da exportação. Dentro do mercado interno, a batata em sua maior parte é consumida em estado fresco, seguindo em ordem de importância a que se destina como semente para as demais zonas produtoras do país e para o sudeste.

O armazenamento de batata se caracteriza por não se realizar reunião física do produto em lugar específico mas que o produto é manejado diretamente entre a chácara e o destino, sendo então o armazenador um intermediário que intervém na mudança de propriedade do produto entre o produtor e outros níveis de dispersão mais próximos do consumo.

O transporte da produção é realizado fundamentalmente através de caminhões da zona e de outras regiões do país. A existência de escassez de unidades de transporte e o estado relativamente bom dos caminhos da área determinam que o cumprimento desta função não gere conflitos.

Dentro do grupo de produtores, os participantes mais importantes são o produtor integrado e o produtor independente. Este último fornece em nível de produção aproximadamente 20 por cento, canalizando a metade desta percentagem através de intermediários, enquanto que o produtor integrado participa em 65 por cento na etapa da produção e introduz no mercado interno e externo 41 por cento.

Foram detectados como intermediários o armazenador integrado, o armazenador "caminhoneiro" e o consignatário. O armazenador integrado maneja no nível de armazenamento algo mais de 9 por cento, tendo praticamente a mesma participação na introdução atacadista. O armazenador "caminhoneiro", participante que somente cumpre com a função armazenamento fornece aproximadamente 9 por cento. O consignatário, ao contrário das duas figuras anteriores, não interfere na propriedade do produto, mas sua intervenção no processo de comercialização é relevante.

No nível de primeira introdução atacadista deve destacar-se a participação dos atacadistas introdutores que manejam aproximadamente 28 por cento. Cabe mencionar também que se canaliza aproximadamente 50 por cento através dos mercados de concentração, sendo os remetentes do produto os produtores integrados, produtores cooperativizados e armazenadores integrados.

Foram detectados como relevantes o mercado de primeira venda ou "de venda em chácara" e dentro do mercado de terceira venda ou "de primeira introdução atacadista" o transacionado nos mercados nacionais de batatas da Capital Federal e Grande Buenos Aires (Casa Amarilla, Bullrich, Caseros, Florida e Haedo).

//

Embora não se tenha observado problemas graves na estrutura do mercado, podem estabelecer-se interessantes conclusões a respeito.

O poder de negociação das firmas estaria mais vinculado com o volume manejado (concentração) do que com a integração, tendo em vista que não se observa que as empresas integradas aumentem sua participação relativa no volume manejado à medida que se avança no processo de comercialização.

Com relação à concentração, no mercado de primeira venda a oferta é atomizada, enquanto que a demanda tem um grau de concentração moderadamente alto. O poder que deveriam exercer as firmas demandantes se vê atenuado especialmente pelas informações que dispõe o produtor sobre volume e preço das transações nos mercados nacionais de batata da Capital Federal e Gran Buenos Aires, pelo acesso relativamente fácil do produtor aos centros de distribuição do produtor e pela inexistência de graves dificuldades para que uma empresa possa formar parte da demanda.

Quanto à transparência do mercado, pode considerar-se que os participantes do processo de comercialização possuem informações oportunas sobre volumes transacionados e preços obtidos nos mercados nacionais de batata da Capital Federal e Gran Buenos Aires. Mas nem todos os intervenientes dispõem de informações sobre a evolução das diferentes zonas produtoras, como de quantidade vendida e preços obtidos nos mercados de concentração que não sejam os mercados nacionais anteriormente mencionados.

No mercado de primeira venda não foram detectadas barreiras à entrada de novas firmas impostas pelas empresas já estabelecidas. As únicas limitações ao ingresso de participantes são de caráter financeiro ou provêm do conhecimento da atividade e do meio.

Na conduta dos participantes no mercado foram analisadas as modalidades de compra-venda e as relações entre empresas concorrentes.

As modalidades de compra-venda mais usuais são: "al levantar del rastro", "puesta sobre camión" e "puesta em destino". Sendo utilizadas as duas primeiras para as transações realizadas no mercado de primeira venda e a terceira para as operações no mercado de terceira venda. Além disso, neste último adquire importância a transferência sem mudança de propriedade do produto, materializada através da figura do consignatário.

Não se observa uma atuação "colusiva" nos oferentes nem nos demandantes do mercado de primeira venda, sendo válida esta consideração também para os oferentes dos mercados nacionais de batatas da Capital Federal e Gran Buenos Aires. O preço formado nestes recintos é adotado como orientador por todos os participantes que atuam no mercado "de venda de chácara"

### 1.3 A comercialização do feijão seco

Neste ponto apresentam-se as características do mercado nacional e internacional do feijão seco. Convém desde um princípio assinalar que os volumes comercializados internacionalmente de feijão seco são reduzidos em comparação com os de outros produtos agrícolas, o que define o mercado deste produto de uma maneira muito especial.

jcg

//



//

### 1.3.1 Mercado nacional

O mercado nacional de feijão seco está estruturado quanto aos elementos que o compõem como no que diz respeito a sua dinâmica em função da exportação.

De acordo com o que se viu nos pontos anteriores, a produção de feijão seco é um cultivo relativamente novo em nosso país, e desenvolvido e expandido de maneira acelerada, acompanhando uma demanda externa crescente e rentável para os produtores. Seguindo este processo apareceram canais de comercialização que independentemente de outras considerações, que irão sendo assinaladas oportunamente, foram capazes de colocar o total da produção argentina no exterior.

#### 1.3.1. Circuitos comerciais. Participantes

Pode dizer-se que diferentes aspectos do contexto produtivo participam da definição de um circuito comercial e em sua evolução.

No caso da produção de feijão, esta se desenvolve historicamente em primeiro lugar nas Províncias do Noroeste e especialmente em Salta (em 1976-1977 fornece mais de 83 por cento da produção nacional).

O Gráfico no. 1 mostra o circuito atual de comercialização de feijão para exportação.

Os exportadores manejam 100 por cento da produção ao retirar-se a Cooperativa de Rosario da fronteira do mercado. Esta, em 1980 comercializou somente 4.000 toneladas e as possibilidades de actuação na presente campanha estão condicionadas ao apoio financeiro por parte da Província de Salta, que até o momento não se efetivou.

Os exportadores continuam canalizando o feijão dos grandes produtores -com novas particularidades que veremos no ponto seguinte- e acrescentaram o dos pequenos e médios produtores.

Os armazenadores ampliaram sua participação, substituindo em parte a cooperativa pois, como veremos mais adiante, um número importante de produtores está cumprindo funções comerciais.

Apareceu uma figura nova no sistema de comercialização, o comissionista (broker), que participa de uma maneira importante na exportação, aproximadamente de 30 por cento das exportações totais do país.

#### 1.3.1.2 Entidades comerciais. Funções

Alguns produtores importantes estão operando de maneira significativa como exportadores. Pelo menos registrou-se o caso de três grandes produtores que estão comercializando

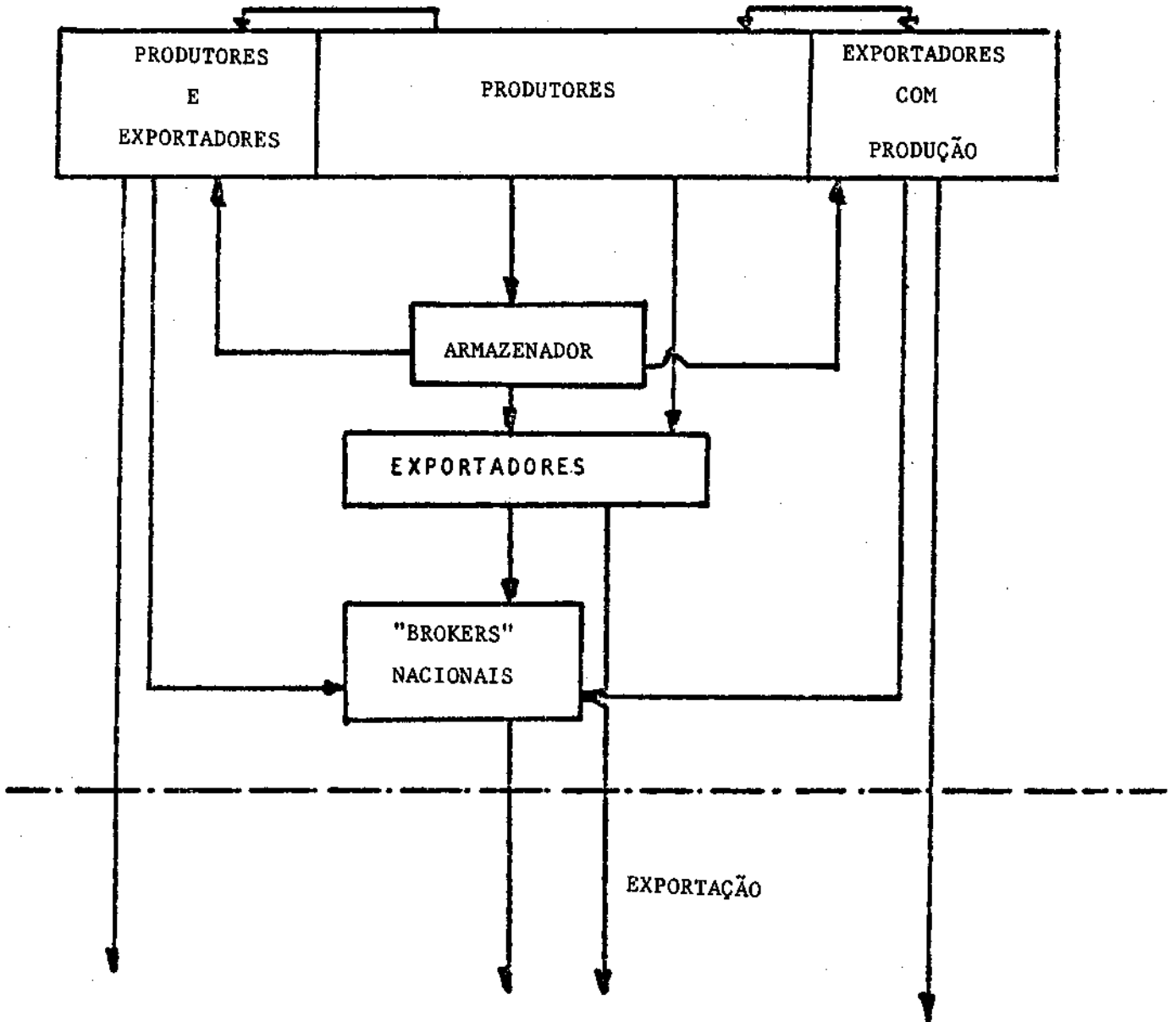
jcg

//

//

GRAFICO No. 1

CIRCUITO COMERCIAL DO FEIJÃO SECO - 1981



Jcg

//

//

no exterior suas produções e paralelamente operam como armazenadores e exportadores de feijão que obtêm na área do NOA. Ou seja, houve uma integração de funções a partir da produção e apoiada nos volumes de feijão.

Por outro lado, há empresas exportadoras que entraram na produção de feijão e que atuam também como armazenadoras e exportadoras. As funções destas empresas são então somente comerciais no comércio interior e exterior, mas também de produção.

As motivações desta ampliação de atividades no caso do produtor devem-se principalmente a um desejo de maximizar seu benefício, entrando no negócio do exportador.

O negócio do exportador não é um negócio de intermediação, mas de especulação, com tomada de risco com relação à evolução futura do preço. A possibilidade de maximizar seus benefícios levou os produtores a entrar neste negócio especulativo, apoiados em sua própria produção em um bom conhecimento do andamento dos cultivos da área do NOA.

No caso do exportador, sua entrada na produção permite-lhe diminuir seu risco nas operações de venda a futuro, em particular quando os resultados da colheita nacional ainda são incertos.

O exportador puro perdeu como clientes os produtores que realizam suas próprias exportações e trabalha com a produção que obtém dos grandes produtores e dos armazenadores zonais.

O comissionista ou "broker" -há três principais em nosso país- trabalham a partir de uma comissão de 2 por cento pelo serviço de realizar a conexão de um cliente do estrangeiro com um vendedor argentino: produtor puro, exportador puro, produtor-exportador ou exportador-produtor. Estima-se que os "brokers" canalizam 30 por cento das exportações argentinas de feijão.

A estas entidades comerciais participantes podem acrescentar-se certas modalidades de caráter informal e não permanente. Por um lado, o que se denomina "pool de produtores" integrado para realizar uma exportação com suas próprias produções, por outro lado a de um grande produtor que estabelece um contrato com um exportador para que se encarregue de toda a operação de exportação -o produtor tem seu cliente estrangeiro- por um valor por tonelada que neste momento está na ordem de dez dólares.

O anterior evidencia uma diversidade de entidades comerciais com diferentes funções e ao mesmo tempo conetadas entre si em operações de compra e venda.

jcg

//

//

Além das funções específicas assinaladas para cada entidade comercial, existem outras gerais para todos os participantes:

- Financiamento: Todo aquele elemento comercial que maneja produção de outros, adotando-a para sua venda no exterior, deve dispor de capital para o financiamento das compras e em muitos casos para adiantamento aos produtores para segurar-se a mercadoria. Isto limita de maneira importante a entrada nesta atividade e, por outro lado, se torna um grande poder de negociação que otimiza sua posição como comprador.
- Classificação: O feijão pode ser entregue pelo produtor em forma "natural" ou "classificado". Nas Províncias produtoras de feijão existe capacidade em excesso de classificação, propriedade dos grandes produtores, armazenadores e exportadores. Dessa maneira o serviço de classificação pode ser contratado sem restrições e não constitui um elemento de poder por parte daqueles de que dispõem as plantas.

#### 1.3.1.3 Políticas comerciais

A colheita de feijão em nosso país começa nos meses de maio e junho. Começa nestes meses o ciclo anual de oferta de feijão e a evolução do mesmo é função de diferentes situações:

- Capacidade financeira do produtor para reter a produção;
- Nível e evolução dos preços; e
- Compra por parte de armazenadores e exportadores.

Ou seja, por um lado a capacidade de pagamento de suas obrigações do produtor determina o momento em que realiza sua produção. Por outro lado, com altos preços de compra no mercado ou com expectativas de aumento podem limitar ou regular suas vendas. Finalmente, a entrada ou não dos compradores no mercado procurando feijão determina a possibilidade de colocação do produto.

A oferta de junho e julho imediatamente após a colheita está integrada pelos pequenos e médios produtores de maneira principal comprometidos financeiramente e que devem fazer a liquidação do feijão para pagar seus créditos.

A oferta de novembro e dezembro está constituída principalmente por aqueles produtores com possibilidades de esperar uma evolução positiva dos preços e, geralmente, com grandes volumes de produção.

Sem dúvida, este modelo de distribuição anual da oferta está condicionado pela situação dos preços que podem modificar substancialmente a distribuição apresentada.

//

Como já foi dito antes, por um lado, o preço internacional do feijão determina os níveis internos que serão pagos ao produtor. Também os resultados de colheitas competitivas com a Argentina definem a evolução da demanda e dos preços.

Maio é o mês de menor exportação e imediatamente depois da colheita começam a crescer os embarques. Agosto e setembro são meses de volumes de importância e para fim de ano nota-se outro aumento importante. Corresponde assinalar que a evolução dos embarques está relacionada com a evolução dos preços e com os resultados da colheita.

Elaborou-se no Quadro no. 17 a distribuição das exportações argentinas para uma temporada, a última. Tomou-se desde junho de 1979, quando começa a exportação, até maio de 1980, quando os volumes embarcados são mínimos.

Esta evolução dos embarques nos indica de alguma maneira a política de compra do feijão no mercado interno e sua evolução: praticamente antes do mês de outubro está comprometida a venda da totalidade da colheita.

Isto faz com que em um mercado especulativo como é o do feijão uma prática comercial que o define de maneira importante é a da tomada de risco nas vendas a futuro.

Até o mês de maio, a primeira parte do ano é a de maior risco para as operações a futuro porque não há informações sobre os resultados de colheitas em países competitivos ou produtores-consumidores. No caso do feijão preto, o Chile é um país que concorre conosco na oferta internacional e o Brasil é um grande consumidor com produção própria. Somente no mês de junho, já conhecida a situação da produção para as reais condições da oferta e demanda internacional.

Segundo informações registradas entre exportadores, suas vendas realizam-se de acordo com o seguinte calendário:

Jan/Fev.	Mar/Abr.	Maio	Jun/Jul./Ag.	Set.
10%	10%	10%	60%	10%

As vendas do período janeiro-maio são vendas a futuro, com maior risco nos primeiros meses e que o exportador toma especulando com valores futuros superiores que surgem, em parte, das informações que tem o mercado internacional, da

jcg

//

//

QUADRO No. 17DISTRIBUIÇÃO DAS EXPORTAÇÕES DE FELJÃO  
ARGENTINA TEMPORADA 1979-1980

<u>Mês</u>	<u>Toneladas</u>	<u>%</u>	<u>% Acumulado</u>
Junho	2.702	1.4	1.4
Julho	21.917	11.4	12.8
Agosto	17.922	9.3	22.1
Setembro	46.703	24.3	46.4
Outubro	15.087	7.9	54.3
Novembro	32.323	16.8	71.1
Dezembro	13.131	6.8	77.9
Janeiro	19.859	10.3	88.2
Fevereiro	10.975	5.7	93.9
Março	4.676	2.4	96.3
Abril	4.394	2.3	98.6
Maió	2.480	1.4	100.0
<b>TOTAL</b>		<b>100.0</b>	

Fonte: Elaborado com cifras de INDEC.

produção nacional e de sua experiência neste tipo de comércio. Nesta época o exportador trata de se cobrir, comprando em zona de produção abaixo de seus preços futuros e no caso de ter produção própria, esta lhe permite de certo modo minimizar seu risco.

A estas práticas comerciais entraram os grandes produtores que estão operando como exportadores.

Dentro destas práticas comerciais, os armazenadores são finalmente mandantes dos exportadores e os "brokers" ou comissionistas atuam como intermediários, sem assumir riscos, nem constituir estoques.

#### 1.3.1.4 Estrutura e formação de preços

O preço internacional do feijão determina o preço interno do produto.

Diversas situações referem-se à formação internacional dos preços:

- a) O mercado total de feijão comercializado internacionalmente é reduzido com relação a outros grãos e produtos agrícolas;
- b) Deve distinguir-se diferentes mercados de feijão levando em consideração as diferentes variedades e qualidades que definem os vendedores e compradores;
- c) A posição dos países consumidores quanto a sua relação consumo-produção e à integração do feijão dentro da dieta (como produto fundamental: O México, o Brasil, etc. ou como produto que integra uma demanda geral: caso da Europa);
- d) Os resultados das colheitas dos países produtores e exportadores; e
- e) As posições que adotaram os diferentes operadores com relação a vendas de futuro.

Levando em conta que uma característica importante do mercado do feijão é a escassa informação existente sobre produções e preços e a falta de transparência do mercado, com relação a este último ponto deve assinalar-se que não existe uma praça onde seja feito o preço de maneira sistemática e permanente nem tampouco há um mercado de futuro institucionalizado.

A fim de esclarecer este ponto é conveniente apresentar a organização da demanda no exterior. Por um lado estão os "brokers" ou comissionistas estrangeiros que canalizam seus requerimentos de compra de seus clientes aos "brokers" e exportadores locais. Estas demandas são realizadas por telex e cobram 2 por cento por sua participação no negócio que é pago por seu cliente no estrangeiro.

//

Por outro lado estão os importadores que não trabalham com pedido firme senão que fazem compras por sua conta para depois colocar em seus clientes habituais. O importador de feijão normalmente integra este produto com os legumes, linha na qual tem certa especialização, compra tanto ao "broker" local como aos exportadores. Como último comprador de exterior está o consumidor industrial, que também aparece no mercado argentino como comprador.

No caso de feijão aparece outro comprador, os organismos oficiais do comércio dos países consumidores. No caso do México, é CONASUPO; no caso de Cuba, ALIMPORT, órgão estatal de importação de alimentos; no Brasil, as importações são realizadas por dois organismos do Estado e dois importadores privados com a exclusividade na negociação; na Guatemala as importações são efetuadas por INDECA, Instituto de Comercialização Agropecuária. Organismos similares canalizam as importações dos outros países da América Central. Em todos estes casos as importações são resultado de uma decisão dos órgãos superiores de Governo e as instituições estão a cargo da compra e importação.

Este ponto tem especial interesse, pois os volumes de compra são importantes e afetam as condições do mercado. Para ter uma dimensão destas compras são dados os volumes comprados em feijão preto nesta temporada: a Guatemala comprou 4.000 toneladas, a Venezuela 18.000 toneladas, o México comprou mais de 20.000 toneladas dos Estados Unidos.

No caso de feijão branco, as operações são muito fracionadas e não são raras as compras de menos de 100 toneladas.

Quanto à distribuição das compras por tipo de comprador estrangeiro em feijão branco foi recolhida na praça a seguinte distribuição, com valores estimativos:

- Os "brokers" estrangeiros são os grandes compradores da produção argentina do feijão branco, canalizando até 90 por cento das exportações, das quais 30 por cento são realizadas pelos "brokers" locais e 60 por cento pelos exportadores puros aos exportadores-produtores e aos produtores;
- Os importadores estrangeiros fazem compras da ordem de 8 por cento do total de exportações; e
- Os consumidores, somente 2 por cento das exportações.

Não são alheias à formação dos preços as práticas seguidas pelos compradores e entende-se que devem ser assinaladas a partir de casos registrados na presente temporada na compra de feijão preto.

Há um mês a Venezuela comprou 10.000 toneladas de feijão preto no mercado argentino. Para realizar esta operação de compra chegaram ao país três compradores venezuelanos que



//

de maneira simultânea, tiveram contato telefônico com "brokers" e exportadores locais, fechando a operação rapidamente. O objetivo era não superpor o pedido nem denunciar a compra de um volume tão importante que teria provocado um aumento automático de preços.

Outro caso a assinalar é o do Brasil. Perante a incerteza sobre o resultado da segunda colheita brasileira, a oferta de feijão preto se retraiu e os preços se mantiveram altos, esperando-se a decisão do Governo brasileiro de importar. Neste momento, inclusive, em julho não há conhecimento real de qual será a última decisão e o mercado se mantém em alta pois a entrada do Brasil poderia levar o total existente mesmo sem compromisso.

Esta cautela na compra é uma prática comum e permanente que seguem tanto os compradores estrangeiros como os vendedores locais e os exportadores e "brokers" em suas compras. Põe de detectar-se que existe um contacto permanente e contínuo entre todos os operadores e que é feito de maneira exclusiva em Buenos Aires. As informações são dadas e recebidas de maneira permanente e a falta de veracidade é aceita como uma regra de jogo por todas as partes. Como contraparte, o fechamento de uma operação de forma telefônica dentro do país e por telex em nível internacional considera-se definitivo e irrevogável. Faltar a este compromisso significa para um operador comprometer seu futuro de maneira irrevogável.

No que diz respeito à estrutura do preço do feijão devemos lembrar que, como em todo produto agropecuário, no curto prazo não há relação entre custo de produção e o preço pago ao produtor. Ou seja, o preço surge das condições do mercado e o valor de produção não é determinante no estabelecimento do mesmo.

No médio prazo o produtor, de acordo com os retornos que recebeu de determinado cultivo aumentará, manterá ou diminuirá seu nível de produção, afetando então a oferta e, por conseguinte, os preços. Como já vimos, o preço internacional define, por um lado, o preço interno do feijão. O comprador, por outro lado, trata de maximizar seu benefício pagando o mínimo ao produtor. Este seria o esquema básico que define o valor recebido pelo produtor.

#### 1.3.1.5 Aspectos da ação governamental

Não foram encontrados antecedentes que tenham promovido o cultivo do feijão de maneira direta. Foram sim uma promoção indireta do cultivo os créditos para desmontes de terrenos que se destinavam ao feijão entre outros habituais em sua zona de produção.

No que diz respeito à parte agrícola, as estações do INTA e particularmente a estação de Metán promoveram o cultivo do feijão de maneira muito importante, participando ativamente

//

vamente. O programa para o melhoramento da produção e comercialização dos legumes secos no nordeste argentino elaborado em fevereiro deste ano com a participação principal do INTA é uma evidente demonstração do que foi dito. O programa trata a problemática do cultivo, processamento e comercialização do feijão de uma maneira integrada e global, o que será uma contribuição para o futuro desenvolvimento do cultivo em nosso país.

Não há tipificação oficial do feijão em nosso país. Diferentes setores relacionados com o feijão trabalharam nos últimos meses na elaboração de regulamentações e de uma tipificação, ambas visando a exportação.

#### 1.3.1.6 Aspectos da ação privada

Duas agrupações se ocuparam de diferentes aspectos do feijão seco: a Cooperativa de Rosario de la Frontera e a Cámara de Legumbres de la República Argentina. A Cooperativa agrupa pequenos e médios produtores da zona saltenha de Rosario de la Frontera e cumpriu durante um período funções de comercialização. Desde o armazenamento até a exportação desenvolveu durante várias temporadas a Cooperativa em instalações próprias e pessoal especializado.

A situação financeira atual da Cooperativa é muito difícil com dívidas bancárias -particularmente com o Banco Provincial de Salta- que comprometem seriamente seu futuro. O Governo Provincial implementou diferentes medidas, algumas muito resistidas, para apoiar a Cooperativa, mas até o momento não se vê uma solução definitiva e a organização não realizou operações de compra e venda.

A Cámara de Legumbres agrupa os grandes produtores, armazenadores e exportadores de feijão. Tem sua sede em Buenos Aires e opera como órgão representativo do setor com uma atividade permanente perante os organismos do Estado. Ultimamente participou na preparação de uma tipificação do feijão com funcionários do Ministério da Agricultura. A Cámara não tem atividade comercial, embora seja um foro de encontro dos exportadores para o intercâmbio de suas experiências e atividades.

Diferentes comissões estão a cargo dos diversos interesses do setor representado e um boletim mensal difunde informações.

#### 1.3.1.7 Normas de exportação, aduaneiras e impositivas

As normas de exportação que definem a qualidade do produto são as seguintes:

- 1) Percentagem de matérias estranhas;
- 2) Percentagem de grãos de outras variedades;

jcg

//

//

3) Percentagem de grãos partidos; e

4) Máximo de percentagem de umidade.

Em alguns casos se especifica o tempo máximo de cozimento do feijão.

Logicamente, a melhor qualidade é aquela que tem as melhores percentagens para os pontos 1), 2) e 3), especificados como "menor de 1 por cento".

No caso do feijão branco, outra especificação do produto que intervém como norma de exportação é a quantidade de grão por cada 100 gramas, utilizando-se normalmente três níveis:

- 1) De 170 a 190 grãos por 100 gramas;
- 2) De 190 a 200 grãos por 100 gramas; e
- 3) Mais de 220 grãos por 100 gramas.

Há uma correlação da pureza "varietal" (sob percentagem de grãos de outras variedades) e a gramagem. Para a maior gramagem é melhor a pureza "varietal" da partida. No caso de feijão a correlação entre os dois valores é a seguinte:

<u>Gramagem</u>	<u>Pureza "varietal"</u>
170 a 190	99% feijão + 1% outros brancos
190 a 220	97% feijão + 3% outros brancos
+ de 220	95% feijão + 5% outros brancos

As normas detalhadas constituem as normas aceitas internacionalmente e que são incluídas nos contratos internacionais de compra-venda. Por conseguinte, o mercado interno argentino aceita as mesmas normas impostas pelo destino do produto.

Não há normas aduaneiras específicas com relação a feijão fora das normais. A Alfândega realiza um controle por amostra das exportações, por um lado, para evitar a subfaturação e, por outro, como consequência do feijão ter um reembolso que na atualidade é de 7 por cento.

Não há um tratamento impositivo especial para o feijão em nenhum nível de produção e comercialização.

#### 1.3.2.1 Modalidades de comercialização

Alguns aspectos referentes a este ponto surgem do ponto 4.1. A isto deve acrescentar-se que a compra e venda do feijão seco em nível internacional pelos vendedores especializados está integrada nas transações realizadas por essas

jcg

//

//

empresas com outros produtos básicos e especialmente grãos. Isto significa que não existe uma modalidade especial e única para o feijão senão que este produto se integra dentro de um grupo de produtos, às condições gerais do comércio dos mesmos e ao uso e costume imperante. É habitual que o fechamento de uma operação por via telefônica tenha validade de contrato. As operações estabelecidas pelo cruzamento de telex -a forma mais utilizada neste momento- tem em muitos países força de contrato e entre os contratantes é aceito como tal.

Grande parte dos exportadores internacionais e também os argentinos estão aderidos a The Grain and Feed Trade Association, que opera como árbitro internacional em operações de compra e venda de grãos. Esta Associação tem estabelecidos contratos para diferentes tipos de produtos e para o feijão tem uma particular (N. 41), que define de maneira minuciosa os termos da contratação entre as partes.

A adesão de um operador a esta Associação implica uma segurança para a outra parte, embora não a conheça, pois existem normas muito estritas para manter-se na mesma. Isto é especialmente válido para as operações a termo e no momento de seu cumprimento.

#### 1.4 A comercialização do tomate

O consumo familiar do tomate tende para o fruto redondo, bem formado, de tamanho médio, liso e de polpa consistente para o consumo fresco ou mais mole para molhos. Tanto este último como o "perita", utilizado para esses fins também são rejeitados pelo consumidor quando está bem abastecido do outro. Aqui se cumpre uma das tendências já mencionadas sobre a evolução do consumo, pois tende a concentrar-se o produto mais escolhido. Tanto assim, que a evolução da conserva do tomate não diminuiu o consumo do tomate fresco; ao contrário, melhorou a exigência de variedade mais adequada. Quando novas zonas puderam entrar com tomate, por exemplo, tipo platense, perdeu significação a oferta de zonas como as de Río Negro com o tomate "perita", propendendo a um uso mais particularizado para a indústria.

Embora estes produtos tenham uma variação sazonal no consumo, principalmente dada pelo sazonal da oferta, foi se estendendo o consumo a todo o ano pelo calendário de colheitas de novas zonas que foram se incorporando ao abastecimento de Buenos Aires, não somente pela atração dos períodos de baixa produção mas também por melhores condições no acondicionamento e transporte.

Este produto sempre se caracterizou, a diferença de outros ainda mais sazonais, por ter uma demanda marginal nos períodos de escassez com preços muito remunerativos. Pareceria existirem dois estratos de consumidores: um com uma elasticidade preço relativamente alta que retém o consumo em momentos de escassez do produto e outro -presumivelmente casas de comida e setores de nível aquisitivo alto- que mantêm a demanda mesmo em situações de preços altos.

jcg

//

//

Pode dizer-se que este é um dos produtos mais complexos na relação que existe entre as condições impostas pelo consumo e organização da produção. Com efeito, o produtor deve levar em conta: as condições de circulação do produto -distância, tempo, acondicionamento, processo de amadurecimento- as exigências do gosto do consumidor -tamanho, forma, cor, sabor, etc- e a oportunidade de colocação e primícias.

Este último aspecto, somado a situações circunstanciais por fracassos de colheitas -geadas principalmente- ou prorrogações no calendário de colheita por motivos climáticos, provocou grandes altibaixos no ingresso dos produtores. Como o cultivo é anual, geralmente a decisão de semear está influenciada pelos resultados da colocação dos produtos do ciclo anterior -já que o resultado do ano de outras zonas normalmente não é significativo- conduzindo às vezes a erros de estimação, especialmente perante expectativas de preços muito altos. Como os custos de manutenção das plantações e de colheita são importantes, isto costuma levar a um semiabandono dos trabalhos culturais degradando-se a qualidade final do produto, por exemplo, enviando tomates com estrias, manchas, etc. Nisto influi a falta de tipificação adequada, ocorrendo um fenômeno similar, embora em menor medida, ao da verdura de folha no sentido de variações da qualificação do produto segundo a comercialização, tem o mesmo grau de complexidade e o maior poder de negociação está naquele que possui melhores informações da praça e dispõe -dentro do período máximo de oito dias- do momento mais conveniente, levando em conta duas variáveis: tempo disponível para a venda líquida de transporte e grau de amadurecimento que atingiu o fruto.

#### 1.5 A comercialização de alho e cebola

São produtos de consumo estável, sem muitas exigências nem com razoamento pronunciado; corresponde-lhe grande parte das características de demanda, condições de mercado, formação de preços e sistemas de distribuição definidas para o grupo batatas.

Predomina a cebola sobre o alho, pois este tem um consumo irrelevante, embora sua comercialização seja praticamente conjunta pela organização das zonas produtoras e pela concentração dos mercados de primeira venda.

#### 1.6 A comercialização de ervilha, vagem e feijão grão verde

Os produtos deste grupo -ervilha, vagem, feijão verde- são apreciados fundamentalmente por seu valor nutritivo, embora haja uma seleção por tamanho, sabor e frescura, de consumo estável, embora perdendo significação. O mais importante é a vagem. O sazonalidade é mais acentuada e tem zonas de produção especializadas por motivos climáticos. Por outro lado, não são considerados fundamentais na dieta alimentar; portanto não desempenham um papel importante na escolha de produção das chácaras próximas das populações urbanas -cinturão verde- que preferem se concentrar no abastecimento de outros produtos mais dinâmicos comercialmente. A formação do preço está mais influenciada pelos custos de produção -relativamente altos- e de distribuição do que das contingências de mercado.

jcg

//

//

## 1.7 As regiões e a comercialização

### 1.7.1 A região sudeste da Provincia de Buenos Aires e sua influência em batatas

É denominada região sudeste da Provincia de Buenos Aires a compreendida pelos partidos de Balcarce, General Alvarado, Lobería, General Pueyrredón, Tandil, Mar Chiquita, Necochea, General Madariaga e Azul. No entanto, para os fins da análise a subzona mais importante é a compreendida pelos cinco primeiros partidos que contribuem para a produção de batatas, com 97 por cento do total da zona a nas seguintes proporções: Balcarce (42 por cento), General Alvarado (18 por cento), Lobería (14 por cento), General Pueyrredón (14 por cento) e Tandil (9 por cento).

Por sua vez, esta zona representa 70 por cento da produção nacional apesar da diminuição da área semeada pela compensação de seus melhores rendimentos. Esta é uma zona bastante estabilizada na produção e é a primeira em batata semi tardia, cuja colheita se realiza principalmente em março/abril, embora se possa antecipar uns quinze dias e se possa estender até meados do ano. Após a colheita da batata pode manter-se estacionada sem grandes investimentos para liberá-la paulatinamente ao consumo até outubro ou novembro desse ano. O resto do ano as necessidades são cobertas -com menos estabilidade de comportamento- pela batata temporã do norte, da zona de Rosafé, de Mendoza e Córdoba. O abastecimento da cidade de Buenos Aires é realizado principalmente pela zona em estudo, participando em 70 por cento e seguem-lhe Rosafé, com 15 por cento, Córdoba, com 10 por cento, e Mendoza e Tucumán, com o resto.

É importante destacar a intensidade que tem Buenos Aires como praça compradora da batata do sudeste, pois representa 70 por cento dos envios para fora da zona.

Não somente foi diminuindo a área semeada mas também o número de explorações, que diminuiu de 3.450 em 1962-1963 para 1.500 em 1.974, embora por ser uma zona de diversificação de produção este dado possa oscilar de campanha agrícola para outra.

Para completar o panorama referido à colocação da produção pode dizer-se que a mesma é principalmente para o consumo em fresco em uma menor proporção ao fornecimento de semente, já que tanto a exportação como a industrialização são irrelevantes. Tampouco o mercado local é importante; portanto, a relação produção-demanda se explica pelas condições de consumo em fresco de Buenos Aires como fator relevante e, como já se analisou, esta influência não cria condicionantes especiais na comercialização, as características da distribuição devem ser analisadas na zona produtora ou nos mercados atacadistas.

Nesta parte serão analisados os elementos da produção que permitam estabelecer este vínculo entre a produção e os canais de distribuição escolhidos para a colocação dos produtos.

jcg

//

//

Embora haja um tamanho de exploração mais eficiente -mais de 30 hectares e entre 10/30 hectares que representam 71 por cento dos produtores e 96 por cento da produção- não pode considerar-se como um fator substancial ao tema a existência de unidade com menor rendimento por hectare e menos tecnologia incorporada à produção.

As características particulares do acondicionamento da mercadoria para sua distribuição não requerem grandes investimentos nem desenvolvimento de técnicas complexas. Efetivamente, o armazenamento cumpre neste caso somente a função de organizar a oferta para sua dispersão entre os diferentes demandantes -intra e extra região- pois a conservação do produto armazenado não é feita em instalações especiais, mas no próprio campo do produtor em forma de montões cobertos com palha e, se necessário, trasladado a lotes ou quadras para liberar o campo para próximos trabalhos culturais. Outras funções como classificação e empacotamento não requerem de serviços especiais e o armazenador nem sempre o realiza. Outros acondicionamentos como a lavagem são quase inexistentes e a provisão de recipientes -sacos de serapilheira ou de propileno- não é limitante. Tampouco a organização do transporte gera condições especiais, já que é muito comum a existência de armazenadores-"caminhoneiros" que recolhem diretamente no campo para sua posterior distribuição.

No entanto, os processos comerciais prévios à saída da zona são muito complexos e com sucessivas vendas, como depois se descreverá, devendo procurar sua explicação e, portanto, sua vinculação com os mercados de consumo, em outros elementos.

Como se verá no ponto correspondiente, o mercado consumidor por excelência, área metropolitana de Buenos Aires, esteve organizado -até dezembro de 1980 em que foi modificada a regulamentação- com um sistema que assegurava a transparência das operações comerciais e pronto pagamento das mercadorias vendidas.

Efetivamente, a concentração obrigatória de batatas no sistema de mercados/estação estabelecido na Capital Federal e Gran Buenos Aires -Casa Amarilla (41 por cento de entradas), Bulrich (22 por cento), Caseros (19 por cento), Florida (10 por cento) e Haedo (7 por cento)- assegura uma formação de preço de primeira venda na área com conhecimento adequado da oferta e demanda e, além disso, a caixa central de pagamentos por parte dos compradores assegurava um envio dos fundos à zona produtora rápido e seguro. Não se deve descartar a influência de algumas das condições desta comercialização -fundamentalmente o perfil de comprador/distribuidor, a existência de uma percentagem elevada de comercialização "em negro" em circuitos paralelos e as condições físicas dos mercados mencionados- mas não são fundamentais.

No processo de comercialização interna à região há produtores integrados -produz e distribui a outros-, produtores armazenadores -produz e armazena de outros sem distribuir- produtor cooperativizado -que vende pela cooperativa e por outros canais- produtor independente -somente se dedica à produção- armazenador integrado -compra e distribui- armazenador independente ou "caminhoeiro"- compra e transfere a distribuição- consignatário -opera em mercados concentrados por conta de terceiros- e atacadista introdutor aos mercados atacadistas. Destas duas figuras -atacadistas e consignatário- a última é a mais significativa nesses mercados.

//

Estes complicados processos poderiam ser explicados por várias razões, embora seja provável que a mais explicativa é que a zona é uma "especie de mercado a término" pelo qual diferentes intervenientes realizam operações de compra-venda perante expectativas de variação de preços na praça de Buenos Aires -os mercados de concentração fariam as vezes de mercado testemunha como o de Liniers para o gado em pé- e a situação de oferta das outras zonas produtoras nas épocas de superposição do calendário de oferta.

Em uma segunda medida haveria fatores creditícios ou de urgência de vendas para encarar a produção de outros produtos, embora na zona esteja muito difundido o crédito bancário com linhas especiais de financiamento.

Em terceiro lugar existiria uma necessidade de integrar ofertas -função armazenamento- ou derivar a comercialização por não ser a exploração de batatas a atividade principal do produtor.

#### 1.7.2 A região litoral e nordeste e sua influência no tomate

Esta zona é essencialmente importante por sua citricultura e pela produção de Corrientes em tomate em um momento do ano em que não há ofertas de outras zonas do país.

Embora a importância do tomate no NEA -Corrientes, Chaco e Formosa- não tenha a magnitude dos produtos cítricos, apresenta como característica substancial o fato de ser um produto primícia em uma época do ano em que Buenos Aires e Rosario e Santa Fe estão desabastecidos. O período de colheita é muito curto e a possibilidade de colocação em forma competitiva se reduz a dois meses. Por isso existem canais específicos de participação produtora na comercialização.

Em Corrientes a produção está diversificada tanto em produtos do mesmo grupo do tomate -pimentão, etc- como com cítricos, fumo e agricultura e pecuária. Por isso o canal mais comum de comercialização fora da Província é o da consignação. Por outro lado, as características do mercado de consumo deste grupo, já analisado, requerem operadores especializados na venda nos mesmos.

#### 1.7.3 A região nordeste e sua influência no tomate

Esta região compreende vários departamentos de Jujuy-Ledesma, Santa Bárbara, San Pedro- de Salta -Orán, General San Martín- e de Tucumán -Burrucacú, Capital, Familla, Tafi, Cruz Alta- para mencionar as localidades mais produtoras. Estão puntualmente localizadas e a uma grande distância de Buenos Aires, o que condiciona sua oferta nesta praça.

A produção da zona representa 18 por cento do total do país -embora em consumo fresco possa representar algo mais se se leva em conta que 95 por cento do tomate de Mendoza e do Alto Valle é elaborado- e deriva para Buenos Aires 70 por cento do colhido para fresco. Por seu lado, Buenos Aires é abastecido desta zona em 30 por cento de seu consumo, o que indica a importância sazonal da en

jcg

//



//

trada em oferta desta origem. Muito mais notório é o efeito para Tucumán. O grau de integração dos produtores em Salta e Jujuy é tão baixo como o analisado para o caso do citrus -15 por cento e 10 por cento, respectivamente, para ambas as províncias- e o comportamento é idêntico ao descrito para esse grupo. Inclusive muitos participantes desta comercialização também atuam na de cítricos.

Com relação a Tucumán, a situação destes cultivos se assemelha ao problema de explorações pequenas já mencionado para o citrus, embora a comercialização adquira as características das de Salta e Jujuy com grande predomínio do consignatário.

No entanto, nesta província há uma organização cooperativa mais desenvolvida, especialmente em Lulesonde sobre 84 associados -65 por cento do total de produtores- recaiu uma forte comercialização do tomate, alface e algo de citrus. Em 1976 suas vendas representaram 5 por cento da produção de tomate de Tucumán.

### 1.8 As condições da estrutura comercial

A venda atacadista dos produtos alimentícios responde a uma série de condicionantes que para o caso dos produtos em estudo se resgatam como mais relevantes as seguintes:

- a) Necessidade de organizar diariamente a chegada da mercadoria -heterogênea e muito perecível- desde zonas afastadas e dispersas.
- b) Necessidade de acondicionar a oferta às exigências variáveis do consumo.
- c) Necessidade de adaptar a organização de vendas aos costumes e exigências dos compradores.
- d) Necessidade de organizar o abastecimento -como circulação de bens- em tempos de operação curtos.

Aqui ocorre uma série de funções simultaneamente cumpridas por alguns operadores do sistema ou distribuídas em uma cadeia funcional de especialistas.

A organização primária tende a estabelecer um lugar físico de concentração da mercadoria enviada diretamente da zona de produção -originalmente os cinturões verdes próximos das cidades, localizados em lugares estratégicos no sentido de estar sobre as vias de acesso -estações ferroviárias, portos, caminhos principais- e na periferia dos centros de consumo mas próximos deles.

A literatura sobre o tema os denominou mercado-estação e sua existência cumpre as seguintes funções:

- Estabelecer o ponto de encontro dos produtores que assistem diariamente;
- Estabelecer um lugar de recepção da carga que tenha carácter habitual.

//

- Acondicionar a mercadoria -reclassificação, retirada de descarte, repasso, apresentação, etc- com menor movimento possível.
- Comparar a oferta proveniente de outros remetentes e introduzi-la por outros operadores.
- Completar sortimentos ou volumes para cumprir com a clientela.
- Estabelecer um lugar habitual em horários predeterminados para que a clientela concorra espontaneamente.
- Reorganizar o destino da mercadoria destinada desde o lugar de produção.
- Comparar preços, qualidades e outros aspectos comerciais.

Todas estas funções são essenciais aos processos de comercialização e devem ser cumpridas por um meio ou outro, mas no caso do mercado-estação poderiam ser cumpridas simultaneamente com um mínimo de operadores no sistema e no mesmo tempo.

A cidade de Buenos Aires também seguiu este processo e os atuais mercados polivalentes introdutórios são uma resposta espontânea do sistema que ainda hoje tem vigência. Assim, o abastecimento e o típico mercado estação que conserva quase todas as características assinaladas, embora com as deficiências operacionais que o "enceramento" na zona urbana e a saturação de suas instalações, com suas zonas vizinhas, provocou. Tão é assim que as salas de leilão da Asociación Productora de Frutas Argentinas -que traz cítricos do litoral- e a Corporación Frutícola Argentina -que traz maçãs e pêras do Alto Valle- foram localizadas em suas adjacências. Os operadores que atualmente operam pelo sistema de subasta com presença física da mercadoria no Saldías são desprendimentos deste mercado-estação e dos outros que posteriormente tinham sido incorporados ao sistema, ou seja, Dorrego e Mercado Nacional de Frutas.

Quando o Abasto e o Spinetto ou Cidade de Buenos Aires perdem possibilidades de expansão aparecem outros mercados introdutórios para reforçar a capacidade física de recepção de mercadorias ao âmbito de Buenos Aires: o Liniers e o Avellaneda.

Quando o mercado de Liniers é superado, um grupo de operadores cria o último mercado do sistema o de Tres de Febrero.

A existência atual dos quatro grandes mercados polivalentes e introdutórios -Avellaneda, Tres de Febrero, Dorrego e Abasto- com acesso de compradores muito variados -varejista, atacadista de revenda, atacadista de redespacho, distribuidores, restaurantes, etc- com mercadoria proveniente de todo o país e com a existência de produtores -especialmente do cinturão verde- consignatários e atacadistas, operando com volumes significativos reforçam as afirmações realizadas sobre o papel do mercado-estação.

As dificuldades do acesso e de estacionamento complicam as operações diárias, transformando em ineficientes as transações de poucos volumes porque para cada partida são requeridos mais movimentos -pelo número de compradores- em espaços saturados de merca-

//

dorias. Por outro lado, os mercados que são "abandonados" como mercados introdutores subsistem com os operadores menores que conservam uma clientela habitual de compradores -geralmente varejistas- ficando como mercados satélites como os casos do de Liniers e o de Cidade de Buenos Aires.

Na outra ponta, alguns compradores se especializam em ter capacidade de negociação com os atacadistas, saber discutir preços ou por conhecer as qualidades dos produtos e começam a distribuir entre outros varejistas, hotéis, e casas de comida. Nestes casos volta a ocorrer a necessidade de dispor como constituinte de um mercado e vão aparecendo nas zonas mais afastadas mercados distribuídos.

O processo se integra então por uma conjunção de fatos próprios da comercialização em sua constante adaptação -neste caso não houve evolução- às dificuldades físicas -espaços disponíveis, circulação de veículos, etc- superando as dificuldades em uma cadeia de operadores complementados através da revenda sucessiva das mercadorias.

Esta tendência a desdobrar as atividades que se concentravam em apenas um âmbito -chegada da mercadoria, acondicionamento, venda a varejista ou distribuição- em sucessivos âmbitos superpostos leva a supor que a única forma de circular os produtos em uma grande cidade é comum a organização de sucessivos depósitos que aproximem as subdivisões da oferta dos lugares de consumo e que, além disso, a única forma é montando um sistema de revenda para que a mercadoria passe de dono em cada etapa.

Esta apreciação generalizante de uma situação dada anarquicamente -e que pode ser rebatida- que praticamente rejeita o papel de distribuidor do próprio varejista que hoje ainda tem em grande proporção e irrita o desenvolvimento de sistemas modernos de distribuição -mesmo nos produtos bem tipificados como a maçã e os cítricos é reforçada por seus protagonistas porque a fragmentação funcional leva à especialização e a especialização é o reforçamento de alguns atributos e o aborto de outros.

Assim, o atacadista introdutor reforça sua capacidade de organizar a oferta na zona de produção e perde sua "sensibilidade" aos requerimentos do consumidor ou ao tratamento com o varejista, por sua vez, o atacadista de revenda perde magnitude de operação; reforça seu papel de intérprete das condições de mercado e abandona sua função organizadora na produção.

Estes mecanismos vão adquirindo maior estagnação quando os espaços físicos também se especializam e são estabelecidos processos de pagamentos que incorporam o crédito de palavra como mais uma condição de compra-venda.

Até aqui foi descrita a estruturação de mercados polivalentes introdutores e a rede de mercados distribuidores como resposta às condições de comercialização impostas pelas necessidades do consumo e como adaptação às dificuldades essencialmente físicas.

No entanto, esta reestruturação não termina com este fenômeno pois também aparecem novas figuras comerciais e canais de distribuição adaptadas às condições impostas pela produção.

Jcg

//

//

O mercado de Saldías aparece como uma resposta também adequada às condições particulares da produção e comercialização na região nordeste. Embora nem a região derive a totalidade de seus produtos por este mercado -pois vão compradores ou consignatários de outros mercados, especialmente o Tres de Febrero- nem este mercado é exclusivamente vendedor de produtos dessa região -há integração com mercadorias trazidas de outras zonas ou importação- pode dizer-se que é essencialmente especializado na produção do nordeste. Já se foi que a mesma por sua atomização e outros fatores está baseada na centralização do armazenamento, em sua função mais ampla, em poucos produtores integrados voltados mais para a organização comercial do que para a produtiva.

As salas de leilões, tanto para maçãs e pêras de Alto Valle como a de cítricos do literal, são uma transferência das grandes organizações de produtores integrados ao mercado consumidor.

Em todos estes casos deve remarcar-se que não são as únicas formas de abastecimento destes produtos e de fato participam com percentagens significativas mas não são muito altas. Assim, a Asociación de Productores de Frutas Argentinas comercializa 26 por cento do consumo de cítricos e a Corporación Frutícola 30 por cento do consumo de pêras e maçãs. Para o Saldías estas percentagens são possivelmente algo mais altas mas não representam 100 por cento da zona e se comparada com o consumo dos produtos ali oferecidos -hotaliças e cítricos- perderiam importância a não ser pelo sazonalidade de alguns dos produtos ali vendidos.

Por último, os mercados nacionais de batatas e de alhos e cebolas são uma resposta do âmbito oficial de uma reclamação dos produtores de dispor um mercado organizado de concentração obrigatória e, como já se viu, cumpre uma função de preço-testemunha para as transações internas na zona de produção.

No Quadro no. 18 podem visualizar-se facilmente as principais características da organização da rede de mercados.

O operador atacadista como tal deve ter também as características funcionais definidas para a atividade de comercialização atacadista, a saber:

- a) Introduzir da zona de produção a mercadoria por compra ou recepção em consignação.
- b) Ter magnitude empresarial para completar pelo menos uma unidade de transporte (entre 700/1.000 volumes como mínimo).
- c) Ter presença habitual e contínua no mercado com exceção de alguns produtos muito particulares e sazonais como os já descritos nas condições de consumo.

Da análise dos aproximadamente 1.600 operadores -líquido de superposições de firmas ou de operadores ocasionais- surge que somente 20 por cento cumpre estas condições em forma completa e que grande percentagem não chega cumprir as condições mínimas aceitáveis para um eficiente exercício de sua profissão porque são de vendedores de pura revenda, com um volume de 60/80 volumes diários ou com grandes descontinuidades em sua presença no mercado.

QUADRO No. 18

	MERCADO	VOLUME ANUAL DE OPERAÇÕES EM T.	QUANTIDADE DE OPERADORES	PRODUTOS COMERCIALIZADOS	PROCEDENCIA DA MERCADORIA
PRINCIPALMENTE MERCADOS INTRODUTORES	NACIONAL DE BATATAS (1)	402.000	PERMANENTES 65 TEMPORÁRIOS 66	BATATAS	Diversas zonas de produção.
	NACIONAL DE HORTALIÇAS	61.700	PERMANENTES 24 TEMPORÁRIOS 30	CEBOLAS E HORTALIÇAS	Diversas zonas de produção.
	SALDIAS	69.100	35	FRUTAS E HORTALIÇAS	Horoeste.
	CORPORACION FRUTICOLA ARG.	27.700	14	PERAS E MAÇAS	Río Negro e Neuquén
	ASOC. PROD. FRUTAS ARGENTINAS CONCENTRADOR DE PEIXES	63.300 25.000 (2)	8 44	CÍTRICOS PEIXES E MARISCOS	Litoral. Z. de captura e Importação
MERCADOS POLOS DO SISTEMA	ABASTO PROVEEDOR 3 DE FEBREIRO	272.300	290	FRUTAS E HORTALIÇAS	Z. de Produção - S. de Remat
	MAJORISTA DORRAGO	217.000	180	FRUTAS E HORTALIÇAS	Z. de Produção - S. de Perat
	ABASTO DE AVELLANEDA	204.600	175	FRUTAS E HORTALIÇAS	Z. de Produção - S. de Remat Saldías.
		94.000	150	FRUTAS E HORTALIÇAS	Z. de Prod. - S. de Rem - Sold
MERCADOS DE DISTRIBUIÇÃO	GRAN NORTE - BECCAR	60.800	80	FRUTAS E HORTALIÇAS	
	CIUDAD DE BUENOS AIRES	59.700	88	FRUTAS E HORTALIÇAS	
	LINIERS	40.300	80	FRUTAS E HORTALIÇAS	
	GRAL. SAN MARTIN	38.500	58	FRUTAS E HORTALIÇAS	80% MERCADOS
	TURDERA	38.400	68	FRUTAS E HORTALIÇAS	
	LOCAS DEL MIRADOR	33.800	64	FRUTAS E HORTALIÇAS	20% ZONAS DE PRODUÇÃO, FUNDAMENTALMENTE DO CINTURÃO VERDE DE BUENOS AIRES.
	MORON	22.300	45	FRUTAS E HORTALIÇAS	
	QUILMES	19.500	70	FRUTAS E HORTALIÇAS	
	RICCHI	6.800	14	FRUTAS E HORTALIÇAS	
	VELEZ SAERSFIELD	3.800	8	FRUTAS E HORTALIÇAS	
	TOTALS				
		Fr. e 1.735.600	1.612 oper.		
		Ho.			
		Pes. 25.000	44 oper.		

(1) TRATA-SE DOS VOLUMES CORRESPONDENTES A CASA AMARILLA E AS SUBCONCENTRACIONES DE HAEDO, CASEROS, BULLRICH E MORO.  
(2) VOLUME REPRESENTATIVO DE CONCENTRAÇÃO OBRIGATORIA PARA CAPITAL FEDERAL (MERCADO CONCENTRADOR DE PEIXES) ALEM DISSO OPERAM APROXIMADAMENTE 15 SUBCONCENTRAÇÕES NA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

### CAPITULO III

#### ASPECTOS INSTITUCIONAIS

##### 1. Investigaçãõ e extensãõ

###### 1.1 Instituto Nacional de Tecnologia Agropecuária (INTA)

O INTA foi criado por Decreto-Lei no. 21.680, de 4 de dezembro de 1956, que fixa em seu artigo 1º os objetivos gerais do organismo: "impulsar, vigorizar e coordenar o desenvolvimento da investigaçãõ e extensãõ agropecuária e acelerar com os benefícios dessas funções fundamentais a tecnificaçãõ e o melhoramento da empresa agrária e da vida rural". Em seu artigo 2º se expressa claramente que fica proibida ao INTA toda função de inspeção e controle da produção agropecuária. De acordo com este objetivo da lei orgânica, a missão fundamental do INTA é: desenvolver ao máximo a investigaçãõ, a experimentaçãõ e a extensãõ agropecuária, mediante institutos (Centro Nacional de Investigações Agropecuárias), estações experimentais e agências de extensão e promover em função desses serviços o aumento da produtividade e rentabilidade da empresa agropecuária e o melhoramento do nível de vida da família, contribuindo assim para o desenvolvimento da comunidade rural.

Os resultados do INTA provêm: de uma contribuição inicial do Governo Nacional (m\$ñ 300.000.000.-) e da percepção direta do produzido de uma taxa de 1,5 por cento do valor das exportações agropecuárias.

E uma entidade autárquica do Estado, que mantém sua relação como Poder Executivo Nacional através da Secretaria de Estado da Agricultura e Pecuária. As resoluções emanam de seu próprio diretório (Conselho Diretivo) e o control dos investimentos e disposições administrativas pelo Tribunal de Contas da Nação é feito após a substenciação das mesmas.

A Lei Orgânica limita as despesas em pessoal a 5 por cento de seu orçamento total. Esta exigência implica uma descentralização de seus serviços executivos se se leva em conta que no final de 1966, de um total de 4.813 agentes incluídos os membros do Conselho Diretivo, pessoal jornalheiro e contratado, somente 243 desempenhavam funções na sede central; e de um total de 800 técnicos, somente 20 prestavam serviços na cidade de Buenos Aires.

Os trabalhos do INTA eram planejados de acordo com uma estrutura que visa centralizar a direção e descentralizar a execução das tarefas. A programação se baseia na análise integral da situação presente dos principais itens determinantes de sua produtividade, com participação dos especialistas mais acreditados do país, pertençam ou não ao INTA, e dos setores da atividade privada diretamente vinculados com os problemas específicos apresentados pelo item em estudo. Cada programa compreende un conjunto de planos de trabalho de investigaçãõ e extensãõ, agrupados em regiões ecologicamente representativas, ou que apresentam problemas ou situações comuns, preço ajuste em nível nacional em concordância ou harmonia com a política econômica superior do Governo Nacional.

//

Cada programa tem um coordenador dos serviços técnicos responsáveis por sua realização e cada plano, um técnico responsável principal por desenvolvimento e cumprimento e a atribuição orçamentária correspondente.

Embora quase em todos os países do mundo, a investigação e extensão agrícola estejam a cargo do Estado, não somente pelo imenso montante de seu investimento, mas também por serem funções básicas do desenvolvimento econômico e social, o espírito da criação do INTA (que também é dependente do Estado) foi dar aos produtores a participação mais ampla possível no desenvolvimento de suas atividades, assimilando-o a um organismo dos produtores rurais.

A participação dos produtores é cumprida em todos os níveis na organização do INTA, sendo de caráter resolutivo em nível nacional com voz e voto no Conselho Diretivo. Este órgão de condução é o de máximo nível na estrutura do INTA e está integrado por seis (6) membros designados pelo Poder Executivo Nacional na seguinte forma: um presidente e vice-presidente em representação da Secretaria de Estado da Agricultura e Pecuária da Nação. Três vocais em representação dos produtores agropecuários (um pelas cooperativas e dois pelas associações de produtores) designados por proposta da SEAG da Nação de ternas, que submeterão as mencionadas entidades. Um vocal pelas faculdades de Agronomia e Veterinária das diferentes Universidades, designado diretamente pelas mesmas. Deverão possuir reconhecida versação e notória experiência em matéria agropecuária.

São atribuições e deveres do Conselho Consultivo: estudar as propostas da Direção-Geral em matéria de objetivos e planos gerais de trabalho, ditar o regulamento do INTA, bem como estruturar e racionalizar seus serviços, contratar técnicos nacionais ou estrangeiros, estimular o aperfeiçoamento do pessoal técnico do Instituto ou de outras entidades privadas ou oficiais mediante a outorga de bolsas; administrar o Fundo Nacional de Tecnologia Agropecuária; elaborar o orçamento geral de cálculos de despesas e recursos e submetê-lo a consideração do Poder Executivo Nacional; celebrar convênios de colaboração com pessoas de existência visível, jurídicas e instituições particulares com a finalidade específica de realizar programas de investigação e de extensão agropecuária, nomear, promover e remover o pessoal; o pessoal técnico e administrativo será por concurso.

A Direção-Geral é o organismo executivo do Instituto. Está integrado em sua parte técnica por um diretor-geral e diretores-gerais assistentes, que entenderão em cada um dos ramos fundamentais das atividades do Instituto, e em sua parte administrativa por um diretor de administração que dependerá do Diretor-Geral. Serão designados pelo Conselho Consultivo conforme ditar a regulamentação. São funções da Direção-Geral: formular os objetivos e planos gerais de trabalho (submetendo-os ao Conselho Consultivo), assessorar o Conselho Consultivo e fazer cumprir suas resoluções, mantendo-o permanentemente informado sobre o andamento do organismo e coordenar a tarefa técnico-administrativa e exercer todas aquelas outras funções que não estiverem expressamente reservadas à decisão de outras autoridades ou órgãos (competência residual).

Também existe participação dos produtores em nível local nos Conselhos Assessores das estações experimentais e agências de extensão.

jcg

//

//

A Carta Orgânica do INTA previu a integração das províncias, o que implica necessariamente a coordenação dos serviços e da utilização dos recursos, materiais e elementos destinados ao cumprimento das funções próprias do Instituto. Além disso, com o Fondo de Promoción de Tecnología Agropecuaria (criado por prescrição de sua Lei Orgânica), o INTA financia planos de investigação e extensão das Faculdades de Agronomia ou Veterinária das diferentes universidades, bem como de sociedades de produtores ou outras entidades públicas ou privadas. Este fundo integra-se com uma contribuição financeira que realiza anualmente o INTA e que pode chegar até 10 por cento de seu principal recurso de financiamento.

#### Organização é serviços do INTA

Quanto à organização, está estruturada com base em dois pilares fundamentais: o Conselho Diretivo (que já vimos antes) e os serviços técnicos. Estes últimos representam os órgãos estáveis e permanentes da Instituição; o de maior nível é a Direção-Geral (que também foi visto antes) do qual dependem: o Centro Regional de Investigações Agropecuárias, composto por dez institutos (agora chamados departamentos) que realizam investigações básicas ou fundamentais sobre problemas genéricos nacionais de sua competência (genética, botânica, patologia vegetal, febre aftosa, etc) e os Centros Regionais de Tecnologia Agropecuária, que em número de dez agrupam os órgãos executivos propriamente ditos do INTA: as estações experimentais com suas agências de extensão agropecuárias; suas funções são de supervisão e coordenação regional.

As estações experimentais representam a integração em nível de campo da investigação e a extensão agropecuária. Elas são responsáveis pelo melhoramento da produtividade e rentabilidade das empresas agropecuárias e do nível das comunidades rurais de sua zona de influência. Compete às estações experimentais o estudo e solução dos problemas agropecuários de sua zona de influência bem como a aplicação da tecnologia atualizada no manejo da empresa agropecuária, através das agências de extensão em função da adoção generalizada pelos produtores das técnicas recomendadas pela estação experimental. Cada estação experimental conta com: um serviço de investigação constituído por equipamentos interdisciplinares de profissionais especializados e um serviço de extensão agropecuária composto por agências de extensão distribuídas em toda a área de influência da estação experimental.

As agências de extensão são os agentes de mudança da atitude mental da população rural. Estão integradas por um equipamento de extensionistas agrícolas, de economia do lar rural e de juventudes rurais; estas agências desenvolvem programas educacionais cujas finalidades são: assistir tecnicamente os produtores agropecuários para melhorar o manejo de suas empresas e aumentar a produtividade e rentabilidade das mesmas; assistir as donas de casa para promover o melhoramento do lar rural, a economia doméstica e a saúde familiar, assistir os jovens rurais, com o propósito de que orientem sua formação para a procura de soluções corretas para seus próprios problemas, criando uma atitude favorável à utilização de novas técnicas e ajudando a sua formação como cidadãos, assistir toda a comunidade, para que se desenvolva integralmente e satisfaça as crescentes necessidades das famílias que a compõem, através da promoção da liderança.

jcg

//



//

Ou seja, estas agências de extensão atuam concretamente como ponte ou veículo entre a população rural e as fontes de informação, especialmente as estações experimentais, onde se extraem soluções para que as utilize essa população rural.

Cada agência de extensão conta com um Conselho de Promoção Rural integrado por representantes das forças vivas e das instituições educacionais e culturais de sua área de jurisdição. O trabalho de extensão do INTA destinado ao progresso do campo argentino é feito com as comunidades rurais e não para ou em lugar delas.

## 2. Instituições financeiras

### 2.1 Banco Central da República Argentina

O Banco Central da República Argentina é uma entidade autárquica da Nação, regida pelas disposições de sua Carta Orgânica e pelas demais normas legais concordantes. Suas relações com o Poder Executivo Nacional serão mantidas através do Ministério da Economia da Nação. A Nação Argentina garante as obrigações do Banco.

O Banco Central da República Argentina tem por objetivo regular o crédito e os meios de pagamento a fim de criar condições que permitam manter um desenvolvimento econômico ordenado e crescente com sentido social, alto grau de ocupação e o poder aquisitivo da moeda, vigiar a liquidez do mercado financeiro e aplicar a lei de entidades financeiras, atuar como agente financeiro do Estado, assessor econômico, financeiro, monetário e cambial do Poder Executivo Nacional por meio do Ministério da Economia da Nação e depositário e agente do país perante as instituições monetárias, bancárias e financeiras internacionais às quais a Nação tenha aderido.

Esta entidade é, por um lado, quem emite cédulas e moedas e atua como agente financeiro. Por outro lado, é o órgão de aplicação da lei de entidades financeiras, orienta e controla as atividades deste tipo, públicas ou privadas.

### 2.2 Banco de la Nación Argentina

A Carta Orgânica do Banco de la Nación que rege atualmente é a Lei Nacional no. 21.351, de 5 de julho de 1976.

#### a) Natureza:

E uma entidade autárquica do Estado, com autonomia orçamentária e administrativa, que integra o sistema bancário oficial e rege-se pelas disposições de sua Carta Orgânica e seu decreto regulamentar e coordena sua ação com a orientação econômico-financeira do Governo Nacional.

#### b) Objetivo:

- Apoiar a produção agropecuária, promovendo seu eficiente desenvolvimento.
- Facilitar o estabelecimento e enraizamento do produtor rural e seu acesso à propriedade da terra.

jcg

//

//

- Financiar a eficiente transformação primária da produção agropecuária em nível do produtor e sua comercialização em todas suas etapas.
- Promover um equilibrado desenvolvimento regional e favorecer uma harmônica evolução de todos os setores sociais.

c) Operações:

O Banco de la Nación poderá realizar, por si ou com a participação de outras entidades locais ou do exterior, todas as operações e serviços necessários para o cumprimento de seus objetivos; especialmente poderá:

- a) Receber depósitos por conta do Banco de la República Argentina.
- b) Obter créditos do exterior e atuar como intermediário de créditos obtidos em moeda nacional ou estrangeira.
- c) Outorgar créditos nos curto, médio e longo prazos.
- d) Atuar como correspondente, agente ou representante de outros bancos ou entidades financeiras do país ou do exterior, dentro de suas finalidades específicas.

Está expressamente vedado ao Banco: conceder créditos à Nação, províncias ou municipalidades, às repartições autárquicas dependentes das mesmas. Excetuam-se desta proibição as empresas comerciais, industriais ou de serviços do Estado Nacional, provinciais ou municipais e serviços do Estado Nacional, provincial ou municipal e as empresas que pertençam total ou parcialmente a esses estados, que estiverem facultadas para contratar como pessoas do direito privado, desde que tenham patrimônio independente, não subsistam exclusivamente de atribuições do Estado e seus recursos sejam suficientes para cumprir suas obrigações com o Banco.

As relações do Banco de la Nación como integrante do sistema bancário oficial com o Poder Executivo Nacional se manterão por meio do Banco Central de la República Argentina, conforme disposto pelos artigos terceiro e quarto da lei no. 20.539 (Carta Orgânica do B.C.R.A.).

Foi disposto também que a Nação Argentina responderá pelas operações realizadas pelo Banco de la Nación Argentina.

//

## CAPITULO IV

### SITUAÇÃO JURÍDICO-INSTITUCIONAL DO SETOR

#### 1. A política agropecuária

Não existe uma política explícita de produção hortícola, privilegiando-se em geral o abastecimento interno daqueles produtos com maior incidência na cesta básica como o caso da batata. Quando se prevê escassez é facilitada sua importação. Não existe, porém, uma política de colocação de excedentes e quando estes se produzem não resulta atrativa a exportação, o preço interno cai e não se comercializa a totalidade da produção.

No caso da cebola e do alho, algumas zonas como o sul de Buenos Aires, Mendoza e San Juan destinam parte da produção ao mercado externo. Para estes produtos, como para os legumes, o preço internacional e o tipo de câmbio determinam o preço ao produtor. Isto acontece especialmente como o feijão "alubia" e feijão preto pela importância da exportação na demanda total.

Os instrumentos de política manejados até o momento foram as tarifas de importação de produtos competitivos, insumos e bens de capital, o regime de pagamento das importações, o tipo de câmbio, direitos e reembolsos às exportações de produtos, impostos, subsídios diretos ao produtor e crédito. Estes instrumentos, com a suspensão dos subsídios diretos, direitos e reembolsos a exportação responderam a aspectos gerais de política e não a objetivos específicos com relação a produtos tratados.

A partir de fevereiro de 1981 começaram a operar-se mudanças na política econômica implementada no período 1978-1980, que teve uma série de efeitos negativos sobre a produção.

Taxas muito positivas de juros e baixa rentabilidade geraram forte endividamento, particularmente no setor de bens exportáveis. Isto foi particularmente grave no caso da área de produção de feijão de sul de Salta, onde pelo fato de não aumentar a produtividade, foi impossível cobrir os custos operacionais envolvidos no cultivo. Diminuiu também o investimento em maquinaria pelos custos financeiros existentes, reduziram-se as tarifas de importação dos produtos envolvidos neste estudo, o que estimulou a importação de tomates e reduziu, com atraso cambial, a exportação de alho, cebola e legumes.

A industrialização do tomate viu-se afetada pela contração do mercado interno e pela importação em lata em 1981.

A partir de fevereiro de 1981 começa a aumentar o tipo de câmbio real, melhora a rentabilidade dos produtos de exportação e aumentou o preço das importações. Para importar foi necessária Declaração Ajuramentada de Necessidade de Importação (DJNI) e os prazos de pagamento das importações chegaram a reduzir-se a 120 dias, encarecendo o produto pelos custos do financiamento e pela incertidão cambial.

Os produtos destinados ao mercado interno se beneficiaram pela eliminação da concorrência externa, mas enfrentaram incrementos nos custos e um mercado com ingressos deprimidos.

jcg

//

//

## 2. Promoção de exportações

Os benefícios promocionais para exportações são de quatro tipos: a) diretos; b) indiretos; c) especiais e d) financeiros.

### a) Benefícios diretos

#### a.1) Draw-back

Está regulamentado pelos Decretos nos. 8.051/62, 7.567/63 e 9.249/63 e complementares e consiste na devolução dos gravames que até o momento de sua importação tiverem tributado matérias-primas, materiais elaborados ou semi-elaborados e recipientes que se incorporam a um produto e/ou seus recipientes, embalagens ou acondicionamento de exportação.

Os reintegros podem ser fixos, consistentes na devolução de determinado montante preestabelecido por cada unidade do produto exportado ou variáveis.

O maior ou menor montante destes reintegros dependerá da maior ou menor incidência do componente importado no bem de exportação. Os reembolsos recebem-se de forma direta mediante cheque que A.N.A. emite em nome do exportador, depois da exportação e prévios trâmites administrativos.

#### a.2) Reembolso impositivo geral

Este sistema está regulamentado pelas Leis nos. 19.184/71 (revogada pela aplicação do Novo Código Aduaneiro Lei no. 22.415), 19.639/72 e 20.545 pelos Decretos nos. 3.255/71 e modificativos e diversas Resoluções do órgão de aplicação.

Consiste na devolução de determinada percentagem que, por conceito de gravames ou impostos locais (diretos ou indiretos, tanto nacionais, como provinciais e municipais) tenha pago um bem manufaturado no país (novo, sem uso), e destinado à exportação. Os percentuais são estabelecidos de acordo com o grau de industrialização e recebidos sobre alguma das seguintes bases:

- a) Sobre o preço FOB;
- b) Sobre o preço C&F se a exportação se realiza mediante transporte internacional argentino;
- c) Sobre o preço C&I (Custo e Seguro) se o seguro é contratado no país; e
- d) Sobre o preço CIF, quando se realizam as duas condições anteriores.

A liquidação dos reembolsos se realiza com base no tipo de câmbio correspondente à liquidação e/ou negociação das divisas.

#### a.3) Reembolsos adicionais por novos mercados

Este regime está regulamentado pela Lei no. 19.639/72 e pelos Decretos nos. 2.863 e 3.442/71 e estabelece reembolsos adicionais

ra as exportações detalhadas nas listas anexas ao Decreto no.3.255/71 e quando exportados a mercados não tradicionais. Este benefício é acumulável ao reembolso geral e sua outorga mediante Resolução do Ministério de Economia tem vigência de um ano a partir da data em que é apresentada a solicitação.

a.4) Reembolsos para exportação de parques completos ou "chave-em-mão"

Em geral é um regime estabelecido objetivando a outorga das maiores percentagens de reembolso e procura incentivar esta modalidade de venda. Somente corresponde esclarecer que as exportações que se amparam neste regime não podem receber os reembolsos gerais e adicionais nem o draw-back.

a.5) Reembolsos especiais

Estes benefícios foram estabelecidos de forma transitória pelo Decreto no. 1.691/81, que estabelece reembolsos especiais de 15 por cento para aqueles exportadores que, tendo como mínimo dois anos de antigüidade no registro da A.N.A., possam superar, em uma ou mais operações, a partir de 24 de outubro de 1981 e até 24 de abril de 1982, a média das exportações que tiverem realizado no período de 1º de julho de 1980 a 30 de junho de 1981, ambas datas inclusive, o valor FOB.

Os exportadores sem antecedentes históricos no período mencionado ou os que não tiverem superado os US\$ 50.000 gozam igualmente do benefício, devendo substituir a média por US\$ 25.0000.

a.6) Reintegro impositivo

Consiste na devolução de até 10 por cento do montante total das concorrências internacionais que forem adjudicadas a empresas argentinas.

b) Benefícios indiretos

b.1) Isenção do I.V.A.

As isenções do I.V.A. para as operações de exportação e as compras locais de bens e serviços incorporados a um bem de exportação são estabelecidas na Lei no. 27.294/80, artigo 27.

Os trâmites se realizam perante a dependência da DGI que corresponder ao exportador após feita a exportação respectiva.

b.2) Isenção de impostos internos

A Lei de Impostos Internos estabelece a isenção deste tributo, quando os produtos gravados (cigarros, bebidas, objetos de ornamentação, etc) são exportados. As Resoluções nos. 991, 1.648 e a Resolução Geral a DGI no. 2.100 regulam duas formas de tornar efetiva a isenção:

a) Mediante devolução em efetivo ou crédito fiscal; e

b) Mediante o desconto automático dos impostos internos pagos pelo produto a exportar nos livros do exportador.

//

b.3) Isenção do imposto aos lucros

A Lei do Imposto aos lucros estabelece em seu artigo 20, letra 1, que estão isentas do pagamento deste imposto as contribuições recebidas por conceito de reembolsos por exportações.

b.4) Isenção dos impostos aos ingressos brutos ou às atividades lucrativas

A diferentes legislações municipais e provinciais foi incorporado este tipo de isenção, quando se tratar da radicação de atividades produtoras de bens de exportação.

c) Benefícios especiaisc.1) Seguros de crédito às exportações

Este regime é estabelecido nas Leis nos. 17.267/67; 18.189/69 e 20.229/73 e os Decretos nos. 3.040/67; 1.871/69 e 3.145/73. De acordo com ele, os riscos comerciais são cobertos pela Compañía Argentina de Seguros de Créditos a la Exportación S.A. e Aseguradora de Créditos y Garantías S.A., por até um montante equivalente a 85 por cento do crédito líquido outorgado ao importador a um prazo máximo de até 5 anos e mediante pagamento de um prêmio que oscila entre 1 e 6 por cento.

Os riscos extraordinários são assumidos pelo Estado Nacional, com cobertura de até 100 por cento, a um prazo máximo de até 8 1/2 anos.

O mesmo regime contempla a cobertura dos denominados "riscos de fabricação" e as "exportações de obras".

c.2) Registros de contratos de exportação e reajustes compensadores

O regime dos ajustes compensadores está estabelecido pelo Decreto no. 2.785/75, pelas Resoluções SECYNE nos. 284, 285, 288 e 290/75 e pelo Decreto Modificativo no. 2.868/79.

As operações registradas nestas condições têm garantidos o contra valor em pesos de exportação, em vigor na data de sua inscrição e corrigido na proporção que corresponder segundo a evolução dos custos internos, a paridade cambial e os preços internacionais.

c.3) Regime de envio de partes e peças

Os Decretos nos. 1.517/74 e 2.050/77 autorizam o envio para o exterior de partes e peças de automotores, tratores, maquinaria vial, motores de combustão interna, material ferroviário, grupos eletrônicos, material naval, aparelhos de televisão, máquinas de lavar louça, automáticas, de uso doméstico, geradores, motores elétricos, acoplamentos, semi-reboques, furgões "carrinhos" e outros tipos de unidades de transporte não automotriz destinado a substituir as similares deterioradas por falhas de material ou de fabricação, sem o conseguinte ingresso de divisas.

//

c.4) Exportação temporal

A Lei no. 18.596 e os Decretos nos. 2.247/76 e 864/77, a Resolução no. 766/79 do Ministério da Economia e os artigos 349 a 373 do Código Aduaneiro autorizam a saída temporal de mercadorias ao exterior com a condição de que retornem ao país em um prazo que oscila entre 1 e 3 anos. A A.N.A. exige unicamente uma garantia ou aval bancário pelos gravames ou tributos aos que puder estar sujeita a mercadoria no momento de seu envio ao exterior, bem como a referendação bancária da licença de embarque.

c.5) Envio de mercadorias em consignação

Estas operações estão regulamentadas no Decreto no. 637/79, na Resolução no. 3.371/80 da Administração Nacional de Alfândegas, nos artigos 349 a 373 do Código Aduaneiro e várias circulares do Banco Central. A mercadoria pode permanecer no exterior durante um prazo de 360 dias corridos, a partir da data de oficialização da licença de embarque.

c.6) Admissão especial

Este regime foi instaurado em 10 de setembro de 1978, mediante Decreto no. 2.191, e consiste na introdução de mercadorias com suspensão do pagamento de direitos e demais tributos de importação, por um prazo determinado, para serem submetidos a um aperfeiçoamento industrial no país e reexpedidos ao estrangeiro (dentro dos 360 dias, contados a partir da data do despacho na praça).

c.7) Reimportação

A Lei no. 19.656/72 e o Código Aduaneiro autorizam o reingresso sem pagamento dos impostos de importação, dentro de prazos que variam entre 1 e 5 anos, de produtos exportados de forma definitiva que por determinadas circunstâncias devem retornar ao país.

d) Benefícios financeiros

d.1) Financiamento de exportações com empréstimos do exterior

A Circular COPEX no. 1 (Capítulo I, ponto 1.5), de 23 de março de 1981, permite o ingresso de empréstimos do exterior, para serem aplicados ao financiamento de exportações. O prazo do ingresso é de 180 dias, podendo ser financiado até 100 por cento do valor FOB e sua autorização se realiza com o ingresso das divisas recebidas do exterior em pagamento da exportação ou no momento em que se realiza o desconto de letras. As taxas de juros que forem pactuadas não podem exceder em 3 pontos as taxas Libor ou Prime Rate.

d.2) Pré-financiamento de exportações promocionadas

O regime figura na Circular OPRAC no. 1, Capítulo I, ponto 2.1, e Comunicação A no. 49. São créditos em dólares outorgados sobre contrato de compra, venda internacional, ordem de compra definitiva ou carta de crédito irrevogável, com anterioridade ao embarque, com a finalidade de financiar as etapas prévias à exportação.

jcg

//

//

O regime estabelece benefícios diferenciais, segundo detalhado a seguir:

- Produtos da lista 1 (bens de capital) até 80 por cento do valor FOB e um ano de prazo;
- Produtos da lista 2 (bens duráveis e semiduráveis) até 70 por cento do valor FOB e 180 dias de prazo; e
- Produtos da lista 3 (outros bens) até 60 por cento do valor FOB e 180 dias de prazo.

Em alguns casos muito específicos, os prazos e as condições de outorga podem chegar a ser mais benéficos.

d.3) Financiamento de exportações promocionadas

A norma que regula este regime é a Circular OPRAC no. 1, Capítulo I, ponto 2.3 e a Comunicação A no. 49.

Podem ser financiados:

- Produtos da lista 1; até 85 por cento do valor FOB em um prazo de até 8 1/2 anos;
- Produtos da lista 2; até 80 por cento do valor FOB e até 3 anos de prazo;
- Produtos da lista 3; até 80 por cento do valor FOB e prazo de um ano;
- Produtos da lista 4; até 80 por cento do valor FOB com um ano de prazo;
- Navios tipificados como bem de capital e plataformas para perfurações submarinhas; até 10 anos de prazo, segundo percentagens estabelecidas pelo BCRA em cada caso;
- Serviços técnicos, investigações e estudos; até 90 por cento de seu valor nas condições estabelecidas pelo BCRA; e
- Frete e seguros: até 100 por cento de seu valor.

Nos demais casos (parques industriais "chave-em-mão), mercadorias nas quais intervém o regime de admissão temporária, etc) o financiamento está sujeito a consulta prévia perante o Banco Central.

A taxa de juros é de até 7 1/2 por cento anual sobre saldos devedores, incluindo as despesas e comissões normais da operação. As providências que devem ser tomadas são as seguintes:

- a) Seguro de crédito ou bem;
- b) Aval de um banco do exterior; e
- c) Aval de uma entidade financeira não bancária do exterior.

Podem ficar excetuadas das garantias as operações de montantes inferiores a US\$ 200.000.



//

Se no vencimento das letras existirem dificuldades de cobrança no exterior, o exportador terá acesso ao mercado de câmbios para dar cumprimento às obrigações contraídas com o banco descontante (ingresso das divisas sem término) e ao mesmo tempo este como Banco Central.

### 3. Tarifas e outros gravames à importação

Como pode observar-se no Quadro no. 14, as tarifas e outros gravames à importação mostram para o caso de hortaliças e legumes sem elaborar um nível de proteção de 18 por cento. As tarifas para os produtos industrializados de pois de uma redução drástica de 53 para 33 por cento de proteção em janeiro de 1979 aumenta para 38 por cento, em março de 1981, para depois diminuir a 33 por cento em março de 1982. A partir de dezembro de 1980 são eliminados os gravames não-tarifários.

Para o feijão a tarifa aumentou entre 1979 e março de 1981 onde se situava em 23 por cento, para depois diminuir para 21 por cento em 1982. Os outros gravames não-tarifários foram eliminados em 1980.

Os demais legumes contam com um nível de proteção menor colocado em uma tarifa de 12 por cento a partir de março de 1982.

QUADRO No. 19

TARIFAS E OUTROS GRAVAMES A IMPORTAÇÃO (%)

	<u>Hortaliças e Legumes sem elaborar</u>			<u>Em Conserva</u>		
	Tarifa	Outros	Total	Tarifa	Outros	Total
Até novembro de 1977	5	8	13	45	8	53
de dezembro de 1977	10	8	18	45	8	53
de janeiro de 1979	10	8	18	25	8	33
	<u>Feijão</u>			<u>Pesto</u>		
	Tarifa	Outros	Total	Tarifa	Outros	Total
" dezembro de 1979	10	8	18	0	8	8
" " 1980	18	0	18	8	0	8
" março de 1981	23	0	23	13	0	13
" " 1982	21	0	21	12	0	12

Fonte: Insumos S.N.E. e S.R.