

Boletim do Núcleo de Agronegócio - Ano II nº 027 **14/07/2008** - Fone: 3340 3066

Cotação de Preços (14/07/08)	Recortes
<p>GRÃOS (Preço líquido pago ao produtor)</p> <p>Feijão Carioca¹ - R\$160,00- 170,00 / sc de 60 kg</p> <p>Milho² - R\$ 26,00 / sc de 60 kg</p> <p>Soja² - R\$ 50,10 / sc de 60 kg</p> <p>HORTALIÇAS³ (Preço líquido pago ao produtor)</p> <p>Alface - R\$ 4,00 / cx de 7 kg</p> <p>Beterraba - R\$ 11,00/ cx 20 kg</p> <p>Cenoura - R\$ 15,00 / cx 20 kg</p> <p>Chuchu - R\$ 7,00 / cx 20 kg</p> <p>Couve Manteiga - R\$ 0,40/ (maço 500 g)</p> <p>Couve Flor - R\$ 15,00 / Dz</p> <p>Mandioca - R\$ 9,00 / cx 20 kg</p> <p>Morango - R\$ 5,00 / caixa (04 cumbucas de 350 g)</p> <p>Pimentão - Campo R\$ 8,00; Estufa R\$ 8,00 / cx 12 kg</p> <p>Quiabo - R\$ 28,00 / cx 12 a 14 kg</p> <p>Repolho - R\$ 8,00 / sc 20 kg</p> <p>Tomate - R\$ 40,00 / cx 20 kg</p> <p>FRUTICULTURA³ (Preço líquido pago ao produtor)</p> <p>Goiaba - R\$ 32,00/ cx 20 kg</p> <p>Maracujá - R\$ 1,00 / kg</p> <p>Tangerina Ponkan - R\$ 11,00 / cx 20 kg</p> <p>Limão - R\$ 11,00 / cx 20 kg</p> <p>PECUÁRIA</p> <p>Bovino</p> <p>Arroba⁴ - R\$ 85,00 Não Rastreado e R\$ xxx Rastreado</p> <p>Bezerro 8 a 12 meses (nelore ou anelorados)⁵</p> <p>- R\$ 580,00 a 600,00</p> <p>Leite</p> <p>Litro⁶ - Latão: R\$ --- ; Tanque: R\$ 0,70</p> <p>Suíno⁷ - Vivo</p> <p>Kg - R\$ 3,35</p> <p>Aves⁷ - Frango Vivo</p> <p>Kg - R\$ 1,78</p> <p>- Galinha Caípira⁸</p> <p>Unidade (± 1,7 Kg) - R\$ 18,00</p> <p>Carneiro⁹</p> <p>Kg - R\$ 3,50 (Borrego) - carcaça R\$ 7,00; R\$ 2,50 ovelha e carneiro para descarte - carcaça R\$ 5,80</p> <p>Peixe¹⁰ (Tilápia) (Preço líquido pago ao produtor)</p> <p>Kg - R\$ 2,60</p> <p>Avestruz¹¹ - vivo</p> <p>Kg - R\$ 3,00</p>	<p>Preços dos fertilizantes sobem 83% em um ano - Alta deve manter a pressão no custo dos alimentos também em 2009</p> <p>A inflação em 2009 deve contar com uma nova onda de elevação de preços nos alimentos. Levantamento especial da Fundação Getúlio Vargas (FGV), feito a pedido da Agência Estado, mostra que os preços dos fertilizantes acumulam no atacado, em 12 meses até junho, alta de 83,21%, no âmbito do IGP-10. É o maior nível de elevação de preços para esse tipo de produto desde o Plano Real, em 1994, e será mais uma pressão de custos para o produtor. A tendência é de que essa alta seja repassada para os preços dos itens agrícolas.</p> <p>Fonte: Estadão</p> <p>Agricultura terá R\$ 78 bi contra alta dos alimentos</p> <p>Apesar da elevação dos índices de inflação e do custo da cesta básica, o presidente Lula Inácio Lula da Silva avaliou ontem, em Curitiba, que a situação do País é "confortável". "Dentre os Brics (como são chamados os países membros do Bric, grupo que reúne Brasil, Rússia, Índia e China), o Brasil é o País que tem menos inflação. Portanto, nós estamos numa situação confortável, dentro da meta que nós estabelecemos de 4,5%, com dois para cima e dois para baixo", afirmou, ao anunciar o Plano Agrícola e Pecuário 2008/2009.</p> <p>Fonte: Folha de São Paulo</p> <p>Preço mínimo oficial fica abaixo do custo</p> <p>Dos quatro produtos mais incentivados pelo Plano Agrícola com objetivo de combate à inflação, somente o feijão teve preços mínimos reajustados acima do custo de produção, o que não ocorreu para arroz, trigo e milho. "Na prática, o que vai estimular o cultivo de áreas maiores desses grãos serão as cotações no mercado", avalia Elcio Bento, da Safras & Mercado. No caso do trigo - produto que o Brasil precisa importar cerca de 70% para atender o consumo interno - o preço mínimo pago pelo governo para uma saca de 60 quilos foi reajustado de R\$ 24 para R\$ 28,80, enquanto o custo de produção nesta safra está acima de R\$ 30 no Paraná, estado que é o maior produtor nacional do cereal, conforme compara o economista da Federação da Agricultura do Estado do Paraná (Faep), Pedro Loyola. Dos 1,8 milhão de hectares cultivados no Brasil na safra passada, 821 mil foram neste estado.</p> <p>Fonte: Gazeta Mercantil</p>

Produtos sustentáveis não são a salvação da lavoura

Não existe um produto sustentável. Qualquer atividade humana gera impacto. Portanto, o que temos são produtos que geram menos ou mais impactos. Pensar dessa forma é mais realista.” Essa é a constatação de Laura Valente de Macedo, diretora regional do ICLEI – Governos Locais pela Sustentabilidade, que participou do Painel Temático “Mercado de Produtos Sustentáveis”, na Conferência Internacional Ethos 2008.

Quando se fala em produtos sustentáveis, é preciso lembrar de alguns desafios enfrentados para que os produtos cheguem às prateleiras. A primeira questão é definir o que é um produto sustentável. Outro desafio é o preço, normalmente muito acima dos produtos “não-sustentáveis”. Mais um ponto importante é conscientizar o consumidor, que não tem muitas informações a esse respeito.

“Na hora da compra, o consumidor tende a pensar na questão ambiental e econômica, mas não na social. Ele terá que pagar de qualquer forma, seja com a saúde ou com os danos ao ambiente em que vive”, afirma Helio Mattar, presidente do Instituto Akatu pelo Consumo Consciente e mediador do painel. Alguns elementos da sustentabilidade podem ser levados em conta na hora de escolher um produto, como se são oferecidos em embalagens menores ou se têm a opção de refil. Muitos desses elementos, entretanto, não são visíveis nas prateleiras, como a utilização de mão-de-obra infantil pelo fabricante ou por alguma empresa daquela cadeia produtiva.

Uma pesquisa do Instituto Akatu mostra que os consumidores estão abertos para os produtos sustentáveis: 28% dos brasileiros afirmaram ter comprado produtos orgânicos nos últimos seis meses e 37% informaram que pagariam a mais por produtos que respeitem o meio ambiente. “Há um solo fértil para o desenvolvimento do mercado sustentável”, acredita Mattar, com base nessa pesquisa.

Nos Estados Unidos, por exemplo, grandes empresas passaram a comercializar produtos orgânicos, como a Odwalla, marca da Coca-Cola para barra de cereais e sucos naturais. Isso mostra uma mudança nas empresas e principalmente nos consumidores, que têm utilizado mais esses produtos.

“O problema é que as pessoas compram por caridade, e não por entender o aquele produto representa. É preciso sensibilizar o consumidor, grandes redes de supermercados e varejistas para que abram espaço em suas prateleiras para esses produtos”, afirma Edson Marinho, gerente do Ética Comércio Solidário.

Certificação tem seu preço

Mesmo que o consumidor um dia acorde cheio de consciência e vá ao supermercado disposto a comprar produtos sustentáveis, dificilmente saberá se fez as escolhas certas. No Brasil não há certificação para produtos sustentáveis, enquanto na Europa há 19 selos com essa finalidade. Mas, se por um lado, a certificação dá garantias ao consumidor final, por outro pode se tornar um custo para quem produz – normalmente pequenos produtores. “Algumas marcas usam o termo sem embasamento nenhum. O consumidor não tem garantia de que algumas normas foram seguidas para que aquele produto fosse considerado sustentável”, explica Marinho. O que há no mercado atualmente é a auto-gestão, que evita custos. “Mas isso também pode ser uma forma de driblar a qualidade e apenas aproveitar esse nicho de mercado”, lembra o gerente.

Na opinião dele, o governo, além de regulamentar, pode conceder benefícios às empresas que fabricam tais produtos, como fretes diferenciados. “O principal beneficiado com um selo é o consumidor final. Mas isso também é uma forma de tornar o produto mais atraente. É, portanto, uma vantagem para a empresa”, finaliza Marinho. Nessa questão, Laura Valente levanta um ponto importante: “Me preocupa o modo como as empresas com o selo serão fiscalizadas”.

Governos como consumidores

O maior dos consumidores – o governo, em qualquer esfera – é decisivo nos rumos desse mercado. As compras públicas sustentáveis são realidade em vários países e começam a dar os primeiros passos no Brasil. “Já existem iniciativas no Brasil, mas o grande desafio é fazer com que tais iniciativas, muitas vezes individuais ou de alguns departamentos, se tornem políticas de governo”, aponta Laura Valente. “Na Suécia, por exemplo, 50% dos governos realizam compras sustentáveis, enquanto na Espanha o governo compra uniformes fabricados de forma sustentável”, afirma Laura.

No Brasil, há um embasamento legal para o comprador do serviço público optar pelo produto sustentável, mesmo que seja mais caro. “Toda a legislação é regida pela Constituição Federal e esta recomenda proteger o meio ambiente. Portanto, entre um produto mais barato e um que tenha menos impacto sobre o meio ambiente, o governo pode optar pelo sustentável”, lembra Laura. Muitas vezes, o problema está na falta de oferta. “Por exemplo, o município de São Paulo queria utilizar merenda escolar orgânica, mas não há fornecedores suficientes para essa demanda. É preciso que os produtores de orgânicos se reúnam com o governo para resolver essas questões”, finaliza Laura.

Compradores de empresas públicas ou privadas podem consultar o catálogo de produtos sustentáveis (<http://www.catalogosustentavel.org.br>) desenvolvido pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas, no qual as empresas podem incluir seus produtos, sem nenhum custo.