PERFIL E PANORAMA DO AGRONEGÓCIO EXPORTADOR BRASILEIRO EM ESPECIAL DA REGIÃO DE FREDERICO WESTPHALEN

Nestor Henrique De Cesaro[1]
Roberto Vilmar Satur[2]
Ani Cleie Luza[3]

RESUMO: O presente trabalho aborda o agronegócio exportador da região de Frederico Westphalen. Buscou visualizar as atividades que são praticadas desde a produção até a comercialização, mostrando o valor agregado à exportação das empresas que estão inseridas na região onde a grande maioria possui poucos funcionários o que as caracteriza como de micro e pequeno porte e/ou familiares. A região do Médio Alto Uruguai possui trinta e um municípios, mas a microrregião pesquisada englobou apenas Frederico Westphalen e os municípios circunvizinhos, perfazendo dez municípios. Constatou-se que as empresas do agronegócio que atuam nessa região não têm o comércio exterior como seu principal foco. Contudo, grande parte dos produtos ligados aos *commodities* produzidos na região tem como destino empresas de grande porte que atuam a nível nacional e internacional e que acabam destinando esses produtos para a exportação. A exceção mais evidente que ficou na região foi à cadeia da suinocultura que está mais avançada no foco para o mercado externo. Também se percebeu que a principal razão para a não opção pela exportação por muitas empresas da área

[1] Acadêmica do Curso de Administração - Habitação Comércio Exterior da URI, campus de Frederico Westphalen, bolsista do projeto de pesquisa Perfil e Panorama do Agronegócio Exportador da Região de Frederico Westphalen.
[2] Administrador, Mestre em Administração pela UFRGS, Chefe do Departamento de Ciências Sociais Aplicadas da URI, professor da URI campus de Frederico Westphalen, orientador do projeto de pesquisa Perfil e Panorama do Agronegócio Exportador da Região de Frederico Westphalen.
[3] Economista, Especialista em Comércio Exterior, Mestre em Economia (Ênfase Economia da Empresa) pela UFPB (João Pessoa), Professor do Departamento de Ciências Sociais Aplicadas da URI-FW, professor do projeto de pesquisa Perfil e Panorama do Agronegócio Exportador da Região de Frederico Westphalen.

deve-se ao seu desconhecimento no assunto. Outras razões também foram apontadas: pouca quantidade produzida individualmente por cada empresa, falta de profissional na área, desconhecimento de como funciona um consórcio de exportação, dentre outras. O fator positivo que ficou foi que os empresários do setor têm consciência que precisam caminhar nessa direção e que a exportação, é a alternativa para melhorar os resultados. Outro item a destaque é que existe uma tendência mundial para a exportação de produtos alternativos como os produtos orgânicos que ainda não está perfeitamente difundido mas está em pleno crescimento no mercado exportador e a região reúne as condições para tirar proveito disso. No entanto, outras tecnologias como os produtos transgênicos já fazem parte da rotina produtiva agrícola da região, fato positivo pela alta tecnologia presente mas negativo pelas dúvidas que ainda existem sobre o tema. Principalmente se considera que a região adota a alta tecnologia para a agricultura que por si só é uma atividade pouco viável para a pequena propriedade agrícola característica marcante da propriedade da região.

Palavras-chave: Agronegócio. Exportações do Agronegócio. Economia Regional. Região de Frederico Westphalen.

ABSTRACT: This is a study of the exporting agrobusiness in the region of Frederico Westphalen. It focuses several activities from production to commercialization, showing the aggregate value of exportation for these companies, most of which are micro or small businesses with few employees. There are 31 cities in the High Medium Uruguay region, but the microregion researched included only Frederico Westphalen and the surrounding cities, totalizing ten cities. Agrobusiness companies in this region do not have foreign commerce as its main focus. However, most of the products related to the commodities produced in the region have as their destination large national or international companies, which detinate these products for exportation. The most evident exception in the region was pig raising, which is more advanced and focuses on external market. Data analysis also showed that the main reason for companies not to have exportation as an option was their lack of familiarity with the subject. Other reasons were also pointed out, such as: small amount production by individual companies; lack of professionals in the area, lack of familiarity with export trusts The positive factor was that entrepreneurs in the sector are well aware that exporation is the best option to improve results, and that they need to take

action in this regard. Another relevant fact is that the region has full conditions to take advantage of the world-wide trend for the exportation of alternative products, such as organic goods. Other technologies such as transgenic seeds are already part of the agricultural routine of the region, a positive fact due to the high technology involved, but negative because of the doubts that still exist on the subject. Above all, we consider the region to adopts high technology for agriculture, which is a little viable activity for the small agricultural property that characterizes the region.

Keywords: Agribusiness. Agribusiness exports. Regional Economy. Frederico Westphalen region.

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho se mostrou de fundamental importância para o esclarecimento do perfil e panorama exportador da região de Frederico Westphalen uma vez que através de uma pesquisa de campo em trinta e quatro empresas que abrangeu dez municípios da região, houve um esclarecimento da realidade da região que é constituída de empresas de micro e pequeno porte onde foram estudados desde os insumos até a comercialização dos produtos de forma que o agronegócio fosse o principal foco.

Foi relembrada, um pouco da historia do agronegócio desde os tempos primitivos até os dias atuais para que houvesse um entendimento maior da história da agricultura e do processo das mudanças de insumos no decorrer das épocas. Foi também destacado a importância das exportações do agronegócio para o Brasil que possui um grande desempenho nessa área se encontrando atualmente em terceiro lugar nas exportações do mundo inteiro.

A região é constituída de municípios pequenos com uma bagagem muito inferior às outras regiões que estão mais desenvolvidas em termos de tecnologias e conhecimentos adquiridos nas transações feitas para o comércio internacional. Por isso essa região demonstrou ainda não ter um perfil voltado para a exportação, embora muitas empresas já a praticam. A importância mercadológica da região leva ainda muito em conta o mercado regional e nacional ficando o comércio exterior em segundo plano. Com isso, pessoas são prejudicadas pois as empresas vendem e ousam menos permanecendo de micro ou pequeno porte, sem aumentar seu faturamento e geração de emprego e renda. Isso faz com que as pessoas migrem para outras regiões ou estados onde

existam maiores áreas agrícolas ou empresas de grande porte que gerem mais empregos e que permitam melhores condições financeiras de sobrevivência. Com isso a região de Frederico Westphalen tem dificuldades de crescimento.

A solução proposta seria que os empresários dessa região buscassem adaptar-se ao modo de exportar e importar para que a região se desenvolva e cresça não apenas em tamanho mas em conhecimentos e dinamismo, frutos da interação com outras culturas e países. Isso possibilitaria um retorno melhor para a região de Frederico Westphalen, que aumentaria seu capital, sua renda, seu dinamismo, suas opções de mercado e a oportunidade de geração de emprego. Sem contar que a região já atua fortemente em algumas tecnologias ainda polêmicas como os produtos transgênicos, mas está frágil na melhoria de muitas outras, como a tecnologia industrial, o trabalho empresarial em cooperação, o mercado externo ou os produtos agrícolas orgânicos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo apresenta-se a abordagem teórica sobre agronegócio, seus conceitos, a história e sua importância para a economia e para o comércio exterior.

2.1 História do agronegócio e da agricultura

No começo da civilização os homens viviam em bandos dependiam da coleta de alimentos silvestres, caça e pesca, não havia nada relacionado com a criação domestica, cultivo, armazenamento e trocas de mercadorias. Muitas vezes passavam por períodos de fartura e outros de escassez. As coletas eram fáceis no início porém com o passar do tempo eles tinham que coletar esses alimentos em lugares mais distantes o que os obrigava a mudarem sempre não constituindo assim moradia fixa. Mas com o passar do tempo, o homem descobriu que ao lançar sementes na terra essas germinavam e davam frutos e que os animais poderiam ser domesticados. Assim teve início a agropecuária e a fixação do homem em lugares definidos (ARAUJO, 2003).

Com a fixação do homem na terra, foram surgindo comunidades, organizações diferenciadas de produção e a agricultura e a pecuária foram se diversificando e o homem produzindo conforme a época e as necessidades. Com a falta de conhecimentos tecnológicos e a infra-estrutura muito fraca e a falta de entendimento na comunicação a população era rurícola com 80% dos habitantes vivendo no campo. Os armazéns eram insuficientes e os meios de transportes escassos. As

propriedades rurais cultivavam várias culturas e criações diferentes, com atividades primárias relacionadas com atividades industriais. (ARAÚJO, 2003).

Segundo Araújo (2003, p. 15) "qualquer referencia à 'agricultura' relaciona-se a todo o conjunto de atividades desenvolvidas no meio rural, das mais simples às mais complexas, quase todas dentro das próprias fazendas".Essa realidade perdura por muitas centenas de anos. Com o avanço tecnológico a fisionomia das propriedades rurais mudou totalmente (anos 50), fazendo com que o homem do campo se deslocasse para a zona urbana provocando um avanço tecnológico intenso e dando um grande salto na agropecuária. Assim a agricultura passou a ser propriedade auto-suficiente, mas parte de cadeia que envolve complexo de bens, infra-estrutura de agentes diversos e interdependentes. (ARAÚJO, 2003).

Durante muitos anos o agronegócio não era muito valorizado. Mesmo o Brasil possuindo a maior área de terras cultiváveis do mundo e um clima favorável para o cultivo de várias culturas, eram muitos os que acreditavam que a agricultura não seria capaz de tirar o rótulo de subdesenvolvido do país. A agricultura seria incapaz sozinha de ajudar o país a se desenvolver. Atualmente porém, a realidade é outra. Esse setor tornou-se a locomotiva para o crescimento do Brasil. No período de 1999 e 2002 o setor do agronegócio cresceu mais que o PIB do país e todos os bens e serviços da cadeia agropecuária chegaram a somar o dobro dos demais setores juntos. Atualmente o agronegócio é o segmento que mais contribui com a balança comercial. (ADMINISTRAÇÃO NO MILÊNIO, 2005).

As atividades econômicas sempre foram predominantes desde o tempo da colonização onde eram voltadas para a exportação. O mercantilismo e o colonialismo foram os precursores da economia para o comércio exterior. A exportação naquela época era a fonte de renda da Colônia onde a Metrópole era a mais beneficiada. Atualmente as exportações representam menos de 10% do PIB, o que faz com que o país apresente uma economia fechada. A perda das exportações na renda nacional se deu devido às grandes mudanças nas atividades econômicas, ao avanço econômico e à expansão do mercado interno. (BRUM, 2003)

O ciclo econômico se caracteriza pela determinação de novos produtos que estão no auge da exportação. Um ciclo possui três fases sucessivas: o inicio da expansão, o auge e a decadência acentuada até o desaparecimento. No Brasil os principais produtos cíclicos tradicionais, como é o caso do açúcar e o café, embora com predominante declínio,

possuem ainda hoje expressiva produção e exportação. (BRUM, 2003).

O Mercosul tem como finalidade exigir que a economia tenha um espírito de competitividade. O Território gaúcho deve trilhar caminhos para o processo de integração regional dentro de um contexto de globalização internacional. Tendo como ponto de vista que a agropecuária deve ser vista de maneira sistêmica, e que a agricultura está sempre diante de mudanças, onde a eficiência, a agilidade e a informação são necessárias para saber viver num modelo liberal e de concorrência. A competitividade no Brasil é cada vez mais evidente devido a economia ser aberta por isso deve-se melhorar a qualidade de capital humano e aprender a se organizar em cadeias de produção (informação, armazenamento e distribuição). Precisa-se de um novo entendimento quanto à organização e à postura dos produtores. (BRUM, 2002).

O agronegócio pode crescer ainda mais pois é um setor que tem grande potencial para se expandir tendo em vista que a procura por alimentos deve crescer ainda mais no mundo. Para essa expansão acontecer os produtores precisam de novos mecanismos de ação como acesso às novas tecnologias de ponta, compatibilizar os custos de produção com o mercado se atualizarem em termos de conhecimentos e alternativas. (BRUM, 2002).

Com a queda de produção agrícola, muitos produtores tomaram como solução as novas tecnologias como os transgênicos que são plantas geneticamente modificadas com um custo de produção mais acessível, porém esta tecnologia ainda que polêmica devido a não comprovação dos cientistas se esses produtos causam ou não problemas ao meio ambiente e consumidores. Já para os produtores que não dispõem de muitos recursos surgem os produtos orgânicos (plantas que são cultivadas sem o uso de agrotóxicos ou fertilizantes) e que movimentam todo o ano 30 milhões de dólares no mundo tendo um crescimento de 20%. (GLOBORURAL, 2005).

O agronegócio brasileiro se destaca na criação de emprego se observado pelo resultado que gera na balança comercial e ainda tende a ser mais valorizado no futuro. A agropecuária e o agronegócio têm um papel muito importante na sociedade econômica devido isso ao crescimento do consumo de alimentos e a busca de segurança alimentar. Mesmo com dificuldades, restrição e insegurança os produtores brasileiros e a tecnologia utilizada permitiram muitos ganhos na produtividade, ocorrendo um aumento nos setores de grãos, canavieira, citrícola e pecuário, na fruticultura e na silvicultura. O que indica que os produtos e subprodutos agroindustriais tendem a ter maior valor e maior

volume de exportações, além de já apresentarem liderança de exportação mundial de soja, suco de laranja, açúcar, café, tabaco, carne bovina e frango. (VEJA, 2004).

2.2 A importância e o dinamismo do agronegócio para o Brasil

O agronegócio é de fundamental importância para o país uma vez que movimenta o mercado nacional além de gerar empregos. Devido o Brasil ter condições favoráveis para o cultivo de várias culturas o agronegócio tem tudo para dar certo.

> Quando falamos de agronegócio devemos considerar uma complexa rede de troca de mercadorias, serviços, dinheiro e informações que ocorrem entre os diversos atores de uma cadeia produtiva, desde os fornecedores de insumos e outros bens e serviços antes da porteira, passando pela produção agropecuária em si, e os atores à jusante da porteira, como agroindústrias e distribuidores, até chegar ao consumidor. (QUALIDADE TOTAL DO AGRONEGÓCIO, 2005).

O PIB do agronegócio é calculado pela soma dos PIBs agropecuário, industrial de processamento e distribuição(o antes e depois da porteira). O PIB brasileiro do agronegócio em 2004 atingiu 534 bilhões de reais. A participação dos insumos e bens de produção (sementes, fertilizantes, rações, máquinas,...) se deram em 11% do total, na produção agropecuária (produção animal, sivilcultura, extração vegetal,...) 26%, no processamento e transformação (alimentos e bebidas, madeira, álcool...) 31% e na distribuição e consumo (restaurantes e hotéis, supermercados, exportação,...) 32%. (GUIA EXAME, 2005).

> Quando se discutia agropecuária e o mundo rural fala-se, economicamente de algo em torno de 10 a 15% do PIB brasileiro e com sinalização declinante, ou seja, diminuindo a sua participação. Quando se considera o agronegócio, que envolve as empresas de insumos (fertilizantes corretivos e defensivos), as propriedades rurais, as agroindústrias, os segmentos alimentícios dos atacadistas e varejistas, o comércio internacional e organizações de apoio a todos estes estamos falando de mais de 30% do PIB brasileiro, e no caso do RS pode ser ainda maior. (ADMINISTRAÇÃO NO MILÊNIO, p.20,2005).

O agronegócio envolve todas as atividades que não existiriam sem ter a produção do campo.Quase um terço das empresas dependem do setor agropecuário que inclui empresas que fornecem bens de capital e insumos de campo, às industrias de transformação e processamento de redes de distribuição de consumo.(EXAME, 2005).

> O agronegócio é também importante na geração de renda e riqueza do País. Se é verdade que a participação da agricultura na economia tem diminuído ao longo da história recente do Brasil situando-se, nos últimos anos, ao redor de 10% do PIB, o agronegócio na sua concepção mais ampla mantém uma elevada participação, estimada entre 35 e 40%, o que significa um valor ao redor de US$ 300 bilhões, para um PIB total de US$ 800 bilhões (1997/98). (CONTINI, 2005).

Os segmentos do agronegócio crescem de forma desproporcional: enquanto os segmentos de insumos decrescem relativamente, os segmentos de distribuição e processamento apresentam crescimento positivo com tendência de ultrapassar 80% do agronegócio. Os insumos agropecuários para a produção agropecuária em geral correspondem máquinas, implementos, equipamentos, e complementos como água, energia, corretivos de solos, fertilizantes, agroquímicos, compostos orgânicos, materiais genéticos, hormônios, inoculantes, rações, sais minerais e produtos veterinários que são fundamentais para que a produção seja de boa qualidade. (ARAUJO, 2003).

Os produtos agroindustriais diferem muito uns dos outros devido a uma grande maioria consistir em produtos alimentares e outros atenderem desejos dos consumidores. Para atender esse setor os produtores rurais têm registrado nos últimos tempos uma evolução na tecnologia ligada a máquinas, aparelhos sofisticados e imagens futuristas, experimentando atualmente uma grande demanda de inovações que possibilitam ao produtor ganhar tempo, aumentar a produtividade e tornar acessível suas atividades, atendendo assim a grande demanda das necessidades dos consumidores. (NANTES, 1997).

Quanto ao comércio exterior o agronegócio brasileiro tem uma grande importância para a balança comercial, participando de 37% das exportações do país de modo que os déficits comerciais do Brasil não sejam tão elevados. Outro indicador relevante é: a) a geração de empregos pois emprega 52% da população economicamente ativa (PEA); b) o custo da geração de cada emprego é o mais baixo de atividade econômica como um todo e c) os gastos familiares de 45% da população são de produtos do agronegócio.(ARAUJO,2003).

Nos anos recentes o agronegócio brasileiro tem ficado em terceiro lugar no ranking do crescimento em exportações com uma taxa de 6% ao ano ficando logo atrás do Chile (9%) e do México (10%). Os produtos que mais cresceram foi o milho que atingiu uma taxa de 53%

de produção nas últimas décadas, a carne bovina (27%), o açúcar(18%), soja em grão (17%) e o frango (13%). A liderança brasileira na exportações mundiais dos produtos agrícolas já é real no açúcar, café, carne bovina, soja em grão, suco de laranja e tabaco, logo após vem o farelo de soja, frango e óleo de soja em segundo lugar e em terceiro lugar o algodão, carne suína e o milho o que mostra que o Brasil possuí vários tipos de produtos que estão em grande evolução no mercado internacional e nacional. (AGRO EXAME, 2004).

Em 2004 o Brasil já conseguiu ficar em primeiro lugar nas exportações de carne de frango com indicadores de 22% em volume e 40% em receita maiores que 2003. Esse excelente resultado deve repetir no ano de 2005 onde o grande desafio será assumir o primeiro lugar no ranking dos maiores exportadores em agronegócio do mundo. (GLOBO RURAL,2005).

Os produtos que possuem maior chance de crescimento e onde o Brasil pode potencializar ainda mais com grandes oportunidade de crescimento das exportações são:

I) o soja que atualmente está em segundo lugar perdendo apenas para o EUA, porém em dez anos tende a assumir o primeiro lugar;

II) o açúcar que lidera o ranking onde a demanda desse mercado cresce cerca de três milhões de toneladas por ano;

*III)*a cana-de-açúcar e o álcool onde a safra exportou 2,6 milhões de litros de álcool com uma receita de 500 milhões de dólares onde a expectativa é que o Japão adote a mistura de gasolina e álcool e tenha que importar;

*IV)*o milho que tende a crescer devido a dois motivos que são o aumento da produção do frango e se o EUA investir no uso de álcool de milho;

V) o algodão onde o Brasil passou da condição de importador para fornecedor de matéria prima;

VI) a carne onde Brasil é o maior exportador dessa área e o grande objetivo do país é passar a exportar para os países como EUA, Japão, México e Canadá (60%) onde o Brasil ainda não possui muito acesso. O frango é um setor que possui o primeiro lugar das exportações mundiais, a meta é aumentar a venda desse produto entrando em novos mercados. E nos suínos e derivados o país exporta para oitenta países onde o principal cliente é a Rússia. Para ampliar o mercado exportador do suíno o Brasil vai buscar exportar para a União Européia atestando a qualidade do produto e para o Japão que é o maior importador do mundo. (EXAME, 2005).

Para o Brasil o mercado mais promissor é a China principalmente para a soja, o algodão e o açúcar. A China é a maior importadora da soja brasileira pois a sua produção não atende a sua demanda. Adequar o produto de acordo as exigências dos clientes se tornou uma rotina para as empresas brasileiras que exportam e que possuem grande conhecimento nessa área. Como exemplo é o caso do setor de frangos, que abastece 130 países cada um com suas exigências e possui uma estrutura de abastecer o mundo inteiro. (GUIA EXAME, 2005).

As exportações do Brasil nos últimos 55 anos alcançaram níveis significativos nos resultados na balança comercial. Os produtos brasileiros correspondem por 1,09% do comércio mundial o que é pouco. O desempenho das exportações segundo o Instituto de Estudo para o Desenvolvimento Industrial (IEDI) constatou que as exportações "caminham lado a lado" e a importação está crescendo fortemente devido ao efeito do real. Porém as exportações dos manufaturados não estão crescendo desde o inicio do ano apesar de estar bem elevado, já os semifaturados e os produtos básicos estão se mantendo apesar dos "altos e baixos". O desempenho das importações está no aumento das compras de bens intermediários e bens capitais e a ampliação das importações de insumos devido o câmbio estar favorável. (GAZETA MERCANTIL, 2005).

3. DEMOSTRAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS APURADOS DO AGRONEGÓCIO DA REGIÃO DE FREDERICO WESTPHALEN

A pesquisa sobre o perfil e panorama do agronegócio exportador da região de Frederico Westphalen, buscou aprofundar-se no assunto estudado baseado em bibliografias que possibilitaram levantar perguntas para a elaboração de um questionário que foi aplicado em uma pesquisa de campo realizada em 34 empresas de Frederico Westphalen, Rodeio Bonito, Erval Seco, Caiçara, Ametista do Sul, Seberi, Vista Alegre, Palmitinho, Taquaruçu do Sul e Vicente Dutra. Através dos dados fornecidos fez-se um levantamento do panorama e perfil do agronegócio da região, mostrando a trajetória das empresas onde demonstrou-se que atualmente poucas dessas são exportadoras ou importadoras.

As empresas que abrangem essa região são de micro e pequeno porte, voltando seus produtos para a sociedade local ou regional.

Também se destaca o perfil das empresas, onde a maior parte atua na transformação e beneficiamento. Estas são relativamente concentradas em sociedades limitadas, e não estão inseridas no mercado

internacional, produzindo seus produtos apenas para as satisfação dos consumidores da região.

Porém as empresas que exportam parte de sua produção e o restante fornecem para a região, em alguns casos como certos frigoríficos, acabam praticamente não vencendo os pedidos para o mercado externo e com preços atraentes comparados ao nacional. Essa atuação destacada no comércio exterior é positiva não somente para a cadeia da suinocultura como favorece à própria cidade à qual está inserida onde gera empregos e retorno econômico para a sociedade da região que a cerca.

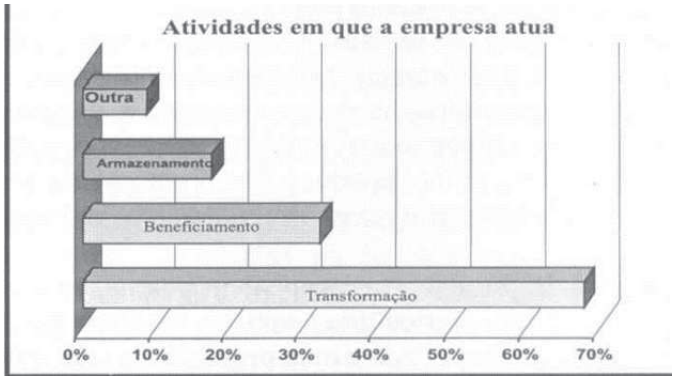
A região de Frederico Westphalen possui uma economia financeira baseada na agricultura com a maioria de pequenas propriedades rurais ainda voltada a uma produção de subsistência, fato que pode ser revertido com o aperfeiçoamento ou aplicação de novas tecnologias, pesquisas e desenvolvimento maciço na área agrícola. Surge para essas pequenas propriedades a cultura orgânica, cultivo sem adição de produtos químicos, pouco difundidos a nível local mas com grande potencial para exportação.

O crescimento do agronegócio brasileiro nos últimos anos se deve a um maior investimento em pesquisa e desenvolvimento, mas estes efetuados por grandes multinacionais do setor agrícola . A ampliação de novas tecnologias tem permitido ao Brasil o alargamento de suas fronteiras agrícolas, e até o reaproveitamento de terras antes não cultiváveis. A grande diversidade de climas e culturas possibilita ao país um auxílio no crescimento de produção. Assim sabe-se que o Brasil é um dos únicos países que possui terras agricultáveis para serem expandidas e possui a capacidade de ampliar a cada ano sua produção de grãos.

Em Frederico Westphalen e região o que é produzido é vendido para empresas da localidade ou as que aqui estão instaladas. Esses produtos por sua vez vão para o local do armazenamento e posteriormente são repassados para outras empresas ou importadores. Esse processo poderia ser de maiores dimensões correspondendo todas as categorias de atividades de produção (transformação, beneficiamento, comercialização e outras) se tivesse uma maior visualização na exportação ou importação.

Através dos dados coletados nas empresas fez-se análise dos mesmos, onde mostrou que a região não está voltada para a exportação ou importação, destinando a maioria de seus produtos para a própria região ou estado. A atividade mais praticada é a transformação e o beneficiamento. Amaioria das empresas é de micro e pequeno porte. Os dados apurados podem ser visualizados nos gráficos a seguir com sua respectiva análise.

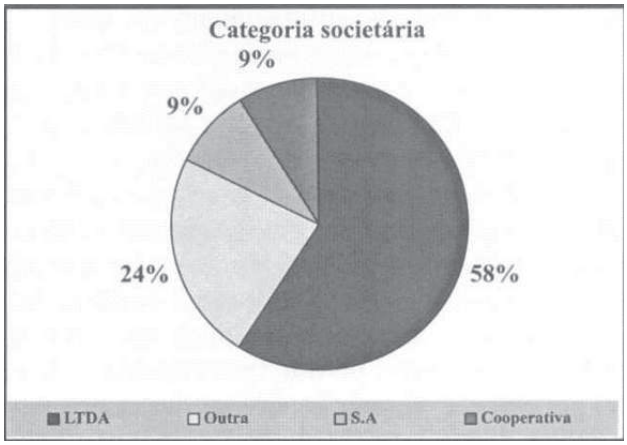
GRAFICO 1: ATIVIDADES EM QUE A EMPRESA ATUA



Fonte:Pesquisa de campo.

Com base na pesquisa feita nas empresas de Frederico Westphalen e região consta-se que atuam mais na transformação (68%), beneficiamento (32%) e armazenamento (18%). As outras atividades representam 9%.

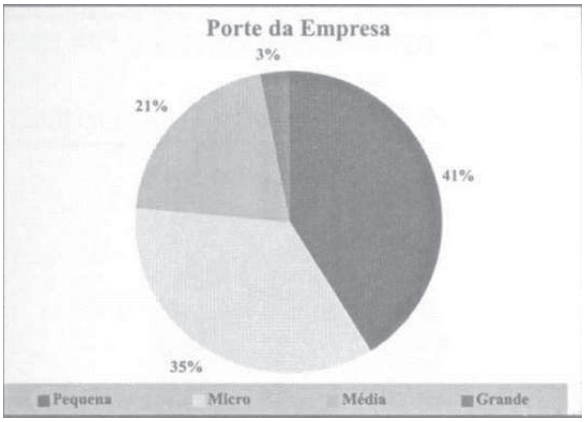
GRÁFICO 2: CATEGORIAS SOCIETÁRIAS



Fonte: Pesquisa de campo.

As categorias societárias que as empresas de Frederico Westphalen e região apresentam é de 58% como sociedade limitada, 9% como Sociedade Anônima, 9% como cooperativas e 24% em outras categorias.

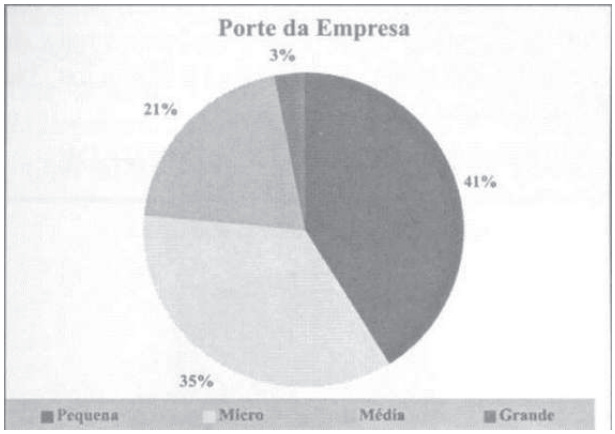
GRÁFICO 3 : PORTE DAS EMPRESA



Fonte: Pesquisa de campo.

Com base na pesquisa feita nas empresas de Frederico Westphalen e Região quanto ao o porte dessas predominam as de pequeno porte (41%) seguido de micro (35%) e mais 21% médio porte e 3% grande porte. Percebe-se então que 76% das empresas pesquisadas se caracterizam como MPEs.

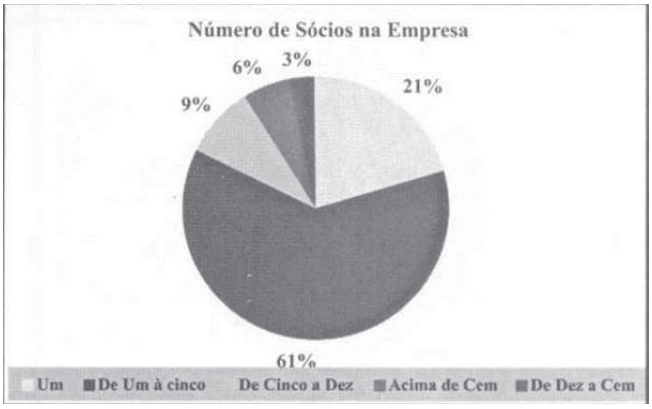
GRÁFICO 4: LOCALIZAÇÃO DAS EMPRESAS PESQUISADAS



Fonte: Pesquisa de campo.

Com base nos dados apurados as empresas da região pesquisada estão localizadas 43% em Frederico Westphalen, 15% em Seberi, 9% em Erval Seco, 9% em Vicente Dutra, 6% em Caiçara, 6% em Vista Alegre, 3% em Ametista do sul, 3% em Rodeio Bonito, 3% em Taquaruçu do Sul e 3% em Palmitinho.

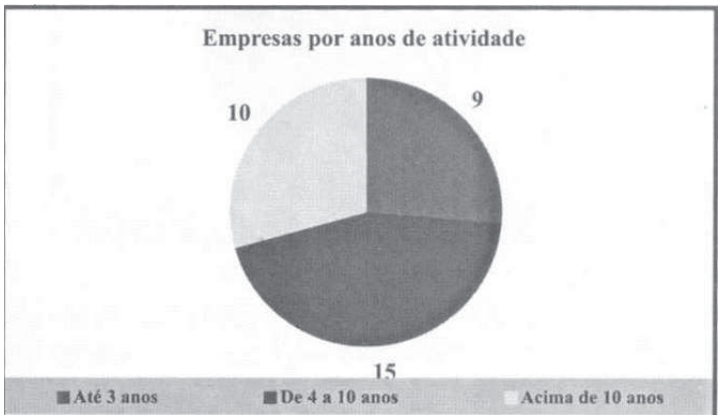
GRÁFICO 5: NÚMERO DE SÓCIOS NA EMPRESA



Fonte: Pesquisa de campo.

O número de sócios por empresas também chama a atenção. Os dados mostram que a região é fechada para as sociedades coletivas (exceção são as cooperativas). O próprio fato de ser empresa de micro e pequeno porte (76%) inibem almejar formas como S.A. e outras. Das empresas do agronegócio pesquisadas 21 % tem apenas 1 sócio e 61 % de 1 a 5 sócios, totalizando 82% das empresas com até 5 sócios, fato que evidencia que a empresa da região além de serem predominantemente MPEs, também têm poucos sócios. Isso as aproximam de empresas familiares. Outras 9% das empresas têm de 5 a 10 sócios, 3% têm de 10 a 100 sócios e 6% têm acima de 100 sócios.

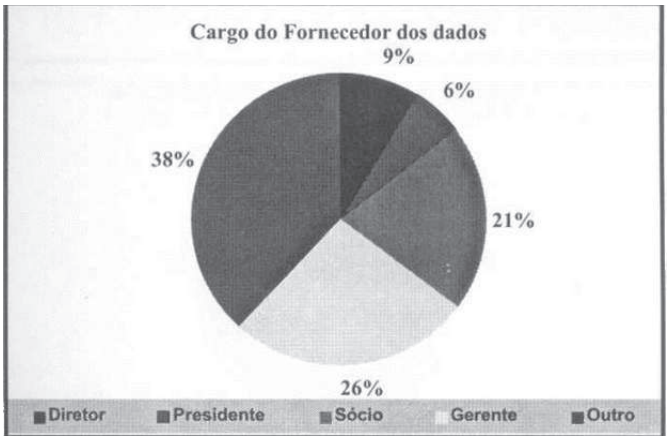
GRÁFICO 6: EMPRESAS POR ANO DE ATIVIDADE



Fonte:Pesquisa de campo.

Com base na pesquisa feita nas empresas de Frederico Westrphalen e Região quanto aos anos que a empresa está exercendo a atividade abrange 26% até três anos, 29% acima de dez anos e 45% de quatro a dez anos.

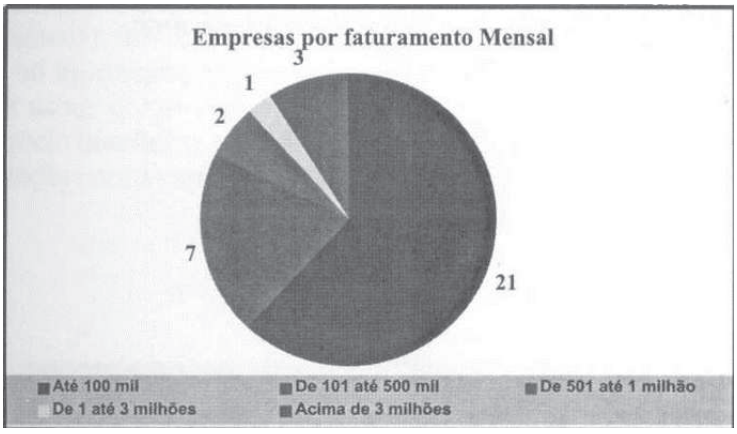
GRÁFICO 7: CARGO DO FORNECEDOR DOS DADOS



Fonte: Pesquisa de campo.

Ao pesquisar os dados nas empresas do agronegócio regional procurou-se sempre entrevistar e aplicar o questionário à maior liderança de empresa. Percebeu-se que muitas vezes a pessoa que exerce a maior liderança ou conhece "a fundo" a empresa não é necessariamente o presidente. Das pessoas ouvidas 9% se intitularam diretores, 6% presidentes, 21% sócios, 26% gerentes e 38% pessoas de outros cargos.

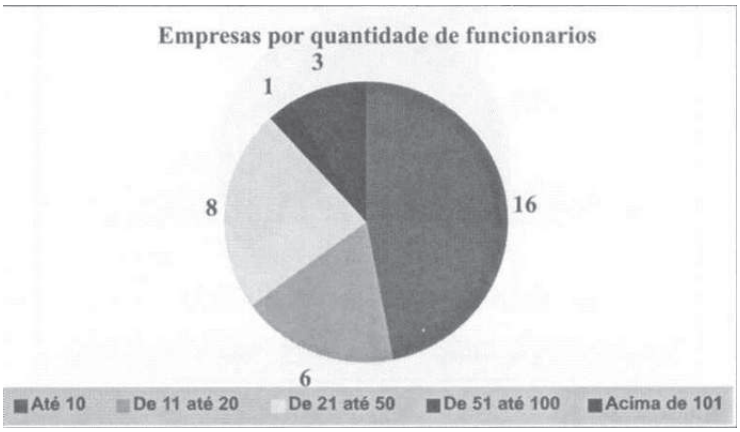
GRÁFICO 8: EMPRESAS POR FATURAMENTO MENSAL



Fonte: Pesquisa de campo.

O faturamento mensal das empresas pesquisadas mostra que 61 % ou 21 empresas faturam até R$ 100 mil/mês. Outras 21 % faturam de R$ lOOmil à R$ 500 mil. Já 6% faturam de R$ 500 mil a R$ 1 milhão e, 1 % de R$ 1 milhão à R$ 3 milhões e 3% acima de R$ 3 milhões.

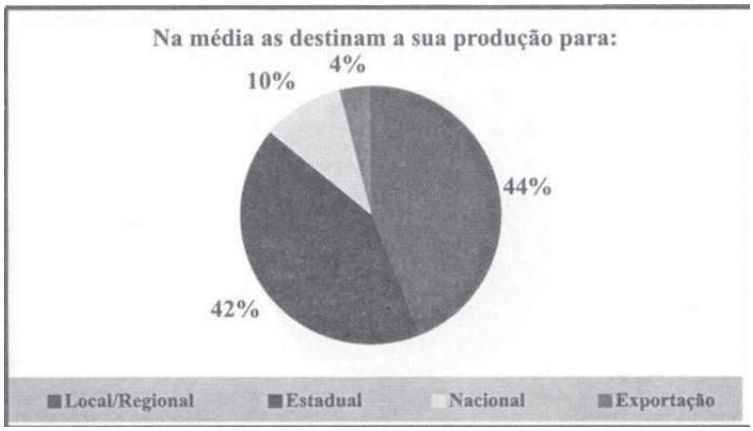
GRÁFICO 9: EMPRESAS POR QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS



Fonte: Pesquisa de campo.

Com base na pesquisa realizada o número de funcionários por empresa mostrou que 46% têm até dez funcionários, 18% de onze até vinte, 24% de vinte e um até cinqüenta, 1 % de cinqüenta e um até cem, e 9% acima de cem funcionários.

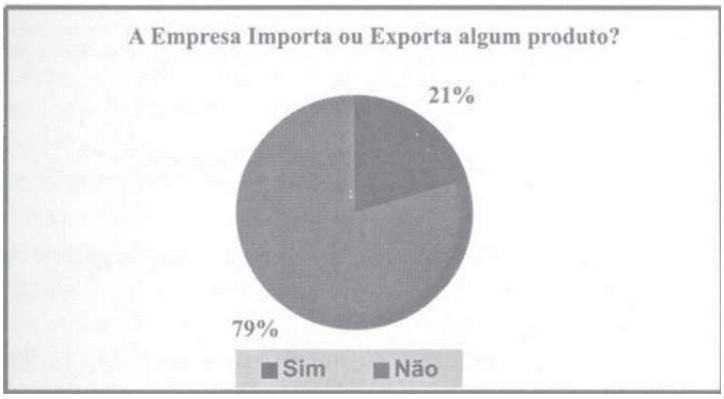
GRÁFICO 10: DESTINATÓRIO DA PRODUÇÃO DAS EMPRESAS



Fonte:Pesquisa de campo.

Quanto ao destino da produção percebeu-se predominância da destinação local e regional dos produtos das empresas ligadas ao agronegócio e que foram pesquisadas. A destinação da produção das empresas é de 44% para local/regional, 42% estadual, 10% nacional e somente 4% para a exportação.

GRÁFICO 11: A EMPRESA IMPORTA UO EXPORTA ALGUM PRODUTO

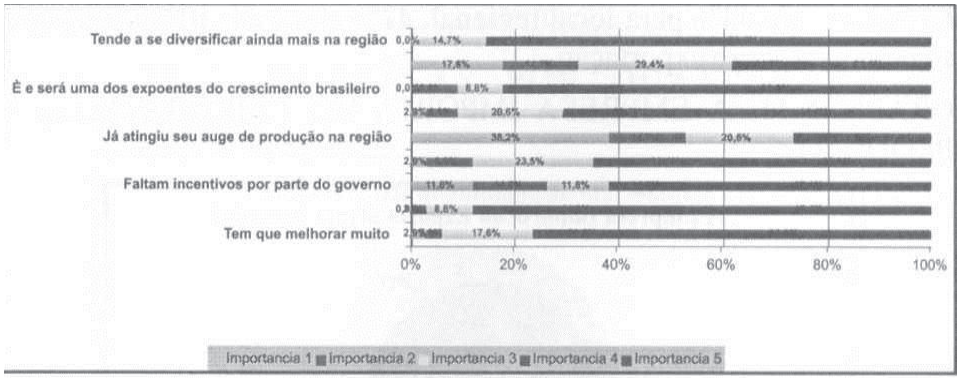


Fonte:Pesquisa de campo.

Continuando na mesma linha de análise foi perguntado se as empresas exportam ou importam algum produto. A resposta foi que 79% não importam e nem exportam nenhum produto já as outras 21% das empresas já exportaram ou importaram algum produto ou ainda fazem.

Utilizando a metodologia de que "importância um" significa praticamente irrelevante e "importância cinco" altamente relevante (e as importâncias intermediárias considerando valores gradativos proporcionais) fez-se algumas perguntas para as empresas da região ligadas ao agronegócio com potencial exportativo. O questionamento buscava saber como essas pessoas ligadas às empresas percebiam o agronegócio brasileiro, em especial o da região de Frederico Westphalen e sua relação com a exportação (Gráfico 12).

GRAFICO 12: COMO A EMPRESA VE O AGRONEGOCIO BRASILEIRO EM ESPECIAL NA REGIÃO DE FREDERICO WESTPHALEN



Fonte: Pesquisa de campo.

Segundo gráfico acima, pode-se apurar o que segue, levando em conta as perguntas:

a) Tende a se diversificar ainda mais na região ?

Como resposta, 14,7% deram importância 3 ao fato, 14,7% deram importância 4 e 73,5% deram importância 5. Nessa questão não houve nenhuma indicação de importância dois ou um significando que estas empresas consideram importante diversificar mais o agronegócio na região, fato necessário para não depender tanto das atividades tradicionais.

b) As exportações irão absorver a maior parte da produção ?

Nesse caso 17,6% dos questionados disseram que esse item tem importância 1, outros 14,7% importância 2, mais 29,4% importância 3, também 14,7% dando importância 4 e 23,5% importância 5. Isso significa que a maioria acredita que a exportação é o caminho para melhorar o destino da produção regional mas isso não é unanimidade. *c)Éeserá um dos expoentes do crescimento brasileiro?*

Para alguns dos entrevistados o agronegócio 8,8% com importância 2, não é mais o principal expoente; para outros ele continua sendo ainda um expoente: 8,8% com importância 3; já 23,5% apontaram a importância 4, ou seja considerando um importante expoente e 58,8% deram importância 5, ou seja consieram o agronegócio com o nível máximo de importância no quesito expoente do crescimento brasileiro.

d) Tende a aumentar ainda mais as exportações ?

Dos questionados 2,9% deram importância 1 e 5,9% deram importância 2, ou seja não acreditam muito na possibilidade de que

o agronegócio deve crescer ainda mais as exportações; mas 20,6% deram importância 3, 26,5% deram importância 4 e 44,1% deram importância 5, ou seja a grande maioria acredita que o agronegócio tem a aumentar ainda mais o seu jábom desempenho exportativo.

e) Já atingiu seu auge de produção na região ?

Nessa pergunta destaca-se existe esperança de melhoria para muitos, pois 38,2% deram importância 1 e 14,7% deram importância 2 o que perfaz 52,9% das pessoas vendo grandes perspectivas de melhores resultados no agronegócio regional; e outros 20,6% deram importância 3 (meio termo); já 14,7% deram importância 4 e 11,8% deram importância 5, ou seja 26,5% acreditam que já atingiu o auge (não sobe mais).

j) Falta uma política especificada para a agronegócio?

Apesar dos Pronafs e outras poliíticas voltadas ao agronegócio apenas 2,9% com importancial e 8,8% com importância 2 acreditam que o agronegócio já tem uma política específica capaz e suficiente. Outros 23,5% deram importância 3 ao fato enquanto 29,4% deram importância 4 e 35,3% deeram importância 5, apontando para o tato de que falta uma política específica para o agronegócio.

g) Faltam incentivos por parte do governo ?

Muitos acreditam que no agronegócio não falta mais muito incentivo (ou já existem) pois 11,8% deram importância 1, e 14,7% deram importância 2, totalizando 26,5%. Outros 11,8% deram importância 3 que significa algo intermediário; 14,7% deram importância 4 e 47,1 % deram importância 5, evidenciando que praticamente a metade aponta como falta evidente de incentivos do governo para o agronegócio e se considerar a importância 4 esse número sobe para 61,8%.

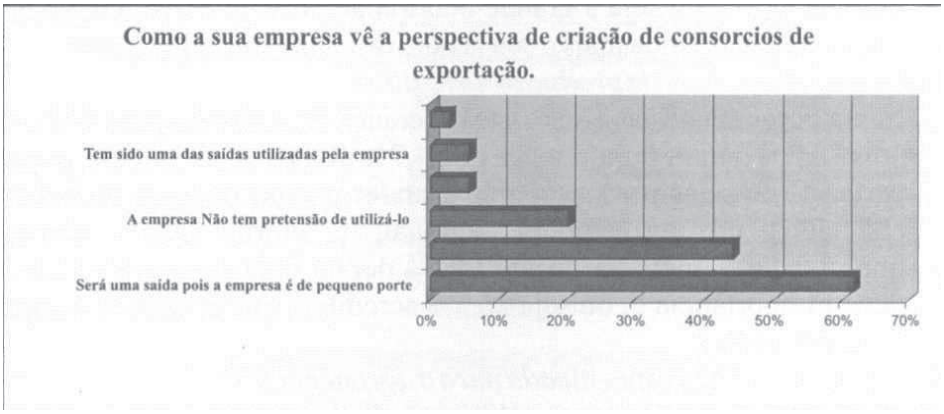
h) Tem espaço para aumentar ainda mais a produção?

Essa pergunta referia-se principalmente ao agronegócio da região onde 2,08% deram importância 2 e nenhum deu importância 1 signficando que são poucos os que acreditam não ser possível aumentar a produção do agronegócio na região. Dos demais 8,8% deram importância 3, outros 41,2% deram importância 4 e 47,1% deram importância 5, confirmando o fato de que a absoluta maioria considera possível aumentar a produção do agronegócio na região.

i) Tem que melhorar muito?

Mas um recado também foi dado com 2,9% apontando importância 1, mais 9% apontando importância 2, outros 17,6% dando importância 3, também 20,6% dando importância 4 e 55,9% apontando importância 5. Ou seja a absoluta maioria apontou que este setor, se quiser continuar crescendo e sendo competitivo na região precisa melhorar.

GRÁFICO 13: COMO A EMPRESA VÊ A PERSPECTIVA DE CRIAÇÃO DE CONSÓRCIOS DE EXPORTAÇÃO



Fonte: Pesquisa de campo.

As empresas entrevistadas na região de Frederico Westphalen tiveram a oportunidade de marcar uma ou mais alternativas de uma questão sobre consórcio, como resultado da pergunta "como a sua empresa vê a perspectiva de criação de consórcio de exportação?". As respostas apontaram que 3% acreditam que seria interessante pois teria mais força no mercado; 6% que tem sido uma das saídas utilizadas pela empresa, 6% que não acha interessante unir-se ao concorrente, 21 % que a empresa não tem pretensão em utilizá-lo, 44% que não daria certo e 62% que seria uma saída pois a empresa é uma PME. Nessa pergunta fica evidente a diversidade de opinião pois enquanto 71% indicaram o consórcio e o restante (29%) não vê com simpatia nessa alternativa.

GRÁFICO 14: A TENDÊNCIA QUANTO AS EXPORTAÇÕES



Fonte: Pesquisa de campo.

Com base na pesquisa realizada nas empresas de Frederico Westphalen e região 30% das empresas tendem a começar a exportar, 34% não possuem interesse em exportar, 15% voltar-se apenas ao mercado nacional, 15% ampliar sem abandonar o mercado nacional, 6% manter-se no patamar que se encontram; enquanto não houve empresas apontando a possibilidade de reduzir as exportações ou outros. Isso significa que 45% das empresas tendem ainda a ingressar no mercado externo, sem necessariamente ficar somente neste, outros 6% manteriam apenas o desempenho atual enquanto 49% descartaram a possibilidade de exportar.

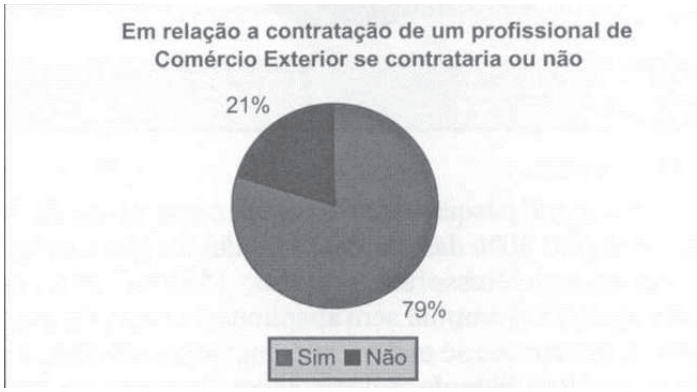
GRÁFICO 15: GANHOS E PERDAS PARA A EMPRESA



Fonte:Pesquisa de campo.

As empresas entrevistadas na região de Frederico Westphalen acreditam que quanto aos ganhos e perdas ao exportar tendem a ter ganhos pela maior experiência e mais dinamismo de mercado diversificado (68%), tendem a ter mais lucro (68%), terão maior capacidade de competir no mercado (58%) e será obrigada a se modernizar (58%). Das empresas ouvidas, nenhuma apontou que a exportação pode resultar em mais perda do que ganho.

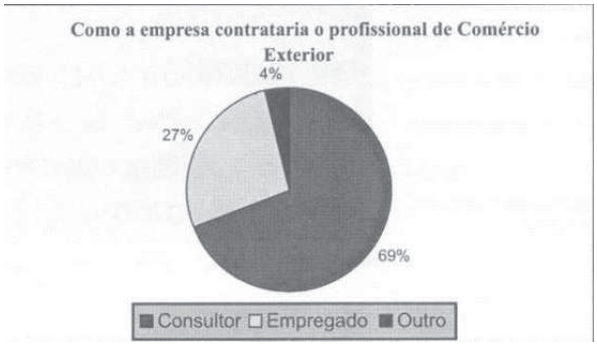
GRÁFICO 16: EM RELAÇÃO SE A EMPRESA CONTRATARIA OU NÃO UM PROFISSIONAL DA ÁREA DE COMÉRCIO EXTERIOR



Fonte: Pesquisa de campo.

Em relação à pesquisa feita na região de Frederico Westphalen as empresa têm tendência a contratar profissionais na área de Comércio Exterior (79%) e apenas não possuem interesse (21%), percebendo-se um bom indicativo para o profissional nesse mercado.

GRÁFICO 17: FORMA DE CONTRATAÇÃO DE UM PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR



Fonte: Pesquisa de campo.

Ao perguntar de que forma o profissional de comércio exterior atuaria na empresa segundo o interesse de fins diretores 69% disseram que a melhor forma seria como consultor e 275 prefeririam como empregado.

QUADRO 1: MÉDIA DE SALÁRIO E COMISSÃO QUE SERIA PAGO AO PROFISSIONAL DE COMÉRCIO EXTERIOR

ITEM	VALOR MEDIO
Em % - Comissão	6,21
Salário em R$	R$ 1.642,86

Fonte: Pesquisa de campo.

Como pode ser visto na Tabela 1 a comissão em porcentagem que a empresaria estaria disposta a dar seria de 6,21% e/ou o salário seria de R$1642,26 na média.

Como podemos ver as empresas de Frederico Westphalen e região não estão muito interessadas em exportar ou importar seus produtos neste momento tendo por fim específico atender apenas a região. Porém existem empresas que estão praticando exportação ou importação, sendo a minoria.

Como a maioria dessas empresas são de micro e pequeno porte tendo um pequeno número de funcionários, dimensões físicas pequenas, com faturamento mensal menor que cem mil reais, com algumas exeções, acareta um giro de capital na região muito inferior às outras regiões que correspondem ao Rio Grande do Sul e que possuem um currículo de exportação excepcional comparados à região de Frederico Westphalen.

A maioria dessas empresas estão inseridas na zona urbana dos municípios onde está concentrado maior número de pessoas.

Os agentes da mudança, administradores ou especialistas na área não são muito procurados pelos proprietários das empresas para a exportação, já que esta é pouco praticada na região e as empresas que já exportam ainda não faturam o suficiente nessa área que as anime a contratar profissionais. Assim a empresa não cresce na área por falta de qualidade, ousadia e conhecimento no assunto e os profissionais não ocupam seus espaços porque as empresas não perceberam ainda a sua importância.

Por outro lado, algumas empresas que não exportam estão começando a se interessar por perceberem que é um meio de ampliar a empresa e os negócios desta, com resultado; dando prestigio a sua marca em outros países e na própria região.

4. CONCLUSÃO

O desafio do agronegócio é grande na região, no Brasil e no mundo. Embora tenha sido uma atividade importante ao longo das décadas esse setor ainda não conta com a profissionalização, o desempenho e o respeito que deveria ter. A primeira atitude passa pela mudança da mentalidade, fato possível mas que exige ações e esforço nesse sentido.

4.10 Brasil e Agronegócio

No Brasil em 2002/2003 as exportações de micro e pequenas empresas, no total do faturamento apurado na Balança Comercial foi baixo mas no quesito número total de que exportam por porte foi de 47,9% com micro e pequenas empresas, 28,5% em médias empresas, 21,3% grandes empresas e 2,3% pessoas físicas. Dessas 21,3% grandes empresas exportadoras representaram 89,5% do volume financeiro total exportado.

A transformação, o beneficiamento, a comercialização e outras formas de atividades são fundamentais para a produção pois é um processo que se deve ter para que o consumidor fique satisfeito com o produto e que esse por sua vez seja de excelente qualidade. Na região correspondente a Frederico Westphalen as atividades mais praticadas são a transformação e o beneficiamento posteriormente a comerciaização e outras relativas a produção. 4.2

O agronegócio brasileiro é o que mais gera divisas para o país, pois é um meio que tem se destacado no mercado internacional, pelo fato do país ter um solo fértil e clima diversificado. O Brasil se encontra no terceiro lugar no ranking dos maiores exportadores do agronegócio com uma taxa de crescimento de 6% ao ano.

A novidade do momento no agronegócio brasileiro são os trangênicos (plantas geneticamente modificadas) que geraram e estão gerando grandes polêmicas pelas dúvidas quanto ao fato de serem ou não um meio saudável de produção e consumo. Muitos estão utilizando este produto pois reduz os gastos ampliando mais a produção, por outro lado os ambientalistas e ecologistas dizem que essa planta geneticamente modificada altera o equilíbrio e a sustentabilidade do ecosistema por falta de informações sobre os benefícios e o malefícios que pode ocassionar ao ser humano.

Outro meio de produção são os produtos orgânicos onde através de adubos naturais e sem o uso de produtos químicos são cultivados. São

mais saudáveis pois não se utilizam agrotóxicos que envenenam e prejudicam o solo. Sem a utilização desses agrotóxicos os produtos orgânicos ficam mais expostos exigem maior mão-de-obra e mais cuidados, fato que os torna mais caros.

A região produz para a subsistência familiar ou grãos utilizando na maioria dos casos agrotóxicos para a produção o que polui a terra e produtos, afetando o ecosistema em geral. Porém nada está perdido pois as novas técnicas, como é o caso dos produtos orgânicos possibilitariam a restruturação em parte do ecossistema, pois essa técnica tem por base o uso de insumos naturais o que faz com que o produto seja mais saudável e não prejudique o meio ambiente.

Moderno, eficiente e competitivo, o agronegócio brasileiro é uma atividade próspera, segura e rentável. Com clima diversificado, chuvas regulares, energia solar abundante e quase 13% de toda a água doce disponível no planeta. O Brasil tem 388 milhões de hectares de terras agricultáveis férteis e de alta produtividade, dos quais 90 milhões ainda não foram explorados, fatores que fazem do país um lugar perfeito para desenvolvimento da agropecuária e todos os negócios relacionados às suas cadeias produtivas, sem a necessidade de agredir o meio ambiente.

4.2 A região de Frederico Westphalen e agronegócio

Esse trabalho teve como fonte dados bibliográficos e uma pesquisa de campo para uma visualização das atividades praticadas na região de Frederico Westphalen e mostrou a realidade dessa região que possui empresas de micro e pequeno porte voltado para a comunidade regional, onde poucas praticam a exportação ou importação sendo a grande maioria constituída como empresas familiares.

Está perfeitamente provado que com o conhecimento de novas técnicas de produção e a melhoria do conhecimento em comércio exterior (com o uso de profissionais formados na área que a região já dispõe) é possível diversificar e aprimorar a produção e os resultados das empresas regionais, inclusive no agronegócio. Isso porque o Brasil apresenta condições favoráveis para a produção agrícola. Tal qualidade tomou o país um dos maiores exportadores de produtos do agronegócio no mundo. Somado ao fato do Brasil ter condições de desenvolver diversos produtos e em diversas formas. Desse modo é perfeitamente possível dizer que no Brasil pode produzir mediante plantio convencional ou plantio direto, mediante técnicas braçais e/ou tração animal ou agricultura de precisão, produtos orgânicos, convencionais e transgênicos, entre outras formas.

Com modificações no modo de pensar poderia se expandir cada vez mais tendo na exportação uma nova e melhor fonte de ampliação de seu mercado, lucro, emprego e renda que fariam da região, aos poucos, um local desenvolvido e mais capitalizado, com melhor qualidade de vida e mais atraente para as pessoas que nela vivem. É urgente que a região de Frederico Westphalen, em especifico seu setor de agronegócio, repense sua forma de atuar no mercado cada vez mais competitivo e utilize do conhecimento disponível (profissionais) para crescer especialmente no mercado externo de preferência agregando valor aos produtos que serão exportados.

REFERÊNCIAS

ADMINISTRAÇÃO NO MILÊNIO. Safra de avanços: como o agronegócio evoluiu e cresceu no Brasil. 10 ed. Ano 4. Porto Alegre: Ed. UFRGS, outubro de 2005.

AGRO EXAME. O Futuro do agronegócio. São Paulo: Ed. Abril, setembro de 2004. (Ed. Especial, Exame, 825)

ARAÚJO,M. J. Fundamentos de agronegócio. São Paulo: Ed. Atlas S.A.,2003.

BRUMA. J. Desenvolvimento econômico brasileiro. 23 ed. Ijuí: Ed. Unijuí,2003.

BRUM A.L. A Economia internacional na entrada do século XXI: transformações irreversíveis. 2 ed. Ijuí: Unijuí, 2002.

CONTINI, E. Dinamismo do agronegócio brasileiro. Agronline.com.br. Disponível em: <http://www.agronline.com.br/artigos/artigo.php?id=22>. Acesso em: 15 de agosto de 2005.

GAZETA MERCANTIL. Balanço comércio exterior: O desafio de exportar mais. São Paulo: Ed. JBS. A., Julho de 2005.

GLOBO RURAL.Agropecuária e negócios. Ed. 231. Ano 20. Rio de Janeiro: Ed. Globo, janeiro de 2005.

GUIA EXAME. Agronegócio. São Paulo: ED Abril, Ed 849, agosto de 2005. (Ed. Especial, Exame)

NANTES J. F. D. Gerenciamento da empresa rural, *in* BATALHA. O. M. Gestão agroindustrial. São Paulo: Ed. Atlas S. A., v. 1,1997.

QUALIDADE TOTAL NO AGRONEGÓCIO. Agronline.com.br. Disponível em: <http://www.agronline.com.br/artigos/artigo.php?id=183>. Acesso em: 17 de agosto de 2005.

VEJA, R. Agronegócio & exportação. São Paulo: Ed. Abril, n. 36. Ano 37, outubro de 2004. (Edição Especial, Veja 1877)