



ASPECTOS DO SISTEMA AGROINDUSTRIAL DO AMENDOIM DO BRASIL

Jair Júnior Sanches Sabes¹; Alexandre Florindo Alves²

RESUMO: O objetivo geral do presente trabalho é identificar os aspectos ligados e envolvidos ao sistema agroindustrial (SAG) brasileiro do amendoim. Mas, para que isso ocorresse, de fato, uma sorte de tarefas foi realizada com vistas a atingir o objetivo geral deste estudo. Os dados e as informações usados neste estudo foram levantados a partir de fontes secundárias de notória reputação e confiabilidade. Percebeu-se que o sistema agroindustrial (SAG) do amendoim tem se organizado e fomentado ações que possam desenvolver produtos e serviços de qualidade diferenciada para o pronto atendimento de um mercado consumidor mais exigente e, procurado incentivar o maior consumo de amendoim e seus derivados no mercado doméstico também. No ano de 2005, essa cadeia produtiva movimentou cerca de R\$ 1,6 bilhão e, com certeza a participação do segmento que congrega as indústrias agroalimentares foi expressivo nesse faturamento, haja vista que tal setor fabricou aproximadamente 127 mil toneladas de produtos à base de amendoim.

PALAVRAS-CHAVE: Agronegócio Brasileiro; Amendoim; Gestão Agroindustrial; Sistema Agroindustrial.

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, estratégias têm sido implementadas para alavancar mercadológica e financeiramente os segmentos que compõem o sistema agroindustrial (SAG) brasileiro do amendoim. Dessa forma, os agentes que formam esse sistema têm executado ações (por exemplos: incentivar a segurança do alimento e incentivar a adoção de novos processos tecnológicos ao longo das operações que compreendem o sistema) que estimulem e aumentem o consumo doméstico de amendoim, seja *in natura* ou industrializado ou ambos.

O sistema agroindustrial do amendoim é muito importante para o Complexo Agroindustrial Brasileiro, haja vista que o valor movimentado por essa modalidade de arranjo agroindustrial, no Brasil, no ano de 2005, pode ser considerado um tanto quanto significativo, pois foi da ordem de R\$ 1,6 bilhão. Nesse mesmo período, o setor que congrega a indústria processadora/transformadora do amendoim produziu algo próximo de 127 mil toneladas de produtos derivados.

Sendo assim, o presente trabalho pretende responder a seguinte pergunta: “*quais são os aspectos ligados e envolvidos ao sistema agroindustrial (SAG) brasileiro do amendoim?*”. Quanto ao objetivo geral do referido estudo, o mesmo é: “*identificar os aspectos ligados e envolvidos ao sistema agroindustrial (SAG) brasileiro do amendoim*”.

¹ Graduado em Administração pela UEM/PR, Pós-graduado (Especialista) em Economia e Gestão do Agronegócio pela UEM/PR, Professor do Departamento de Administração da FANP/CESUNE, de Nova Esperança/PR e Professor dos Departamentos de Administração e de Turismo das Faculdades NOBEL, de Maringá/PR. E-mail: jair.sabes@gmail.com.

² Graduado em Agronomia pela UFV/MG, Doutor em Economia Aplicada pela Esalq-USP/SP e Professor do Departamento de Economia da UEM/PR, de Maringá/PR. E-mail: afalves@uem.br.

MATERIAL E MÉTODOS

Uma sorte de atividades foi realizada com o intuito de atingir o objetivo geral apontado neste trabalho. Os dados e as informações que formatam o corpo deste estudo foram coletados de maneira fácil e rápida, com custo de obtenção relativamente baixo e tempo de coleta curto, mas não proporcionam um contato direto com a fonte primária, podem ser “viesados”. Os dados e as informações utilizados neste trabalho foram levantados a partir de consultas a livro, trabalhos de cunho acadêmico, periódicos e sítios da internet que versam sobre o supracitado tema, sendo todos esses dados e informações oriundos de fontes de notória reputação e confiabilidade.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O sistema agroindustrial (SAG) do amendoim é configurado pelos seguintes agentes econômicos: indústria de insumos/serviços ► produção agrícola ► indústria processadora ► distribuição (atacado e varejo) ► consumidor final (Figura 1)³.

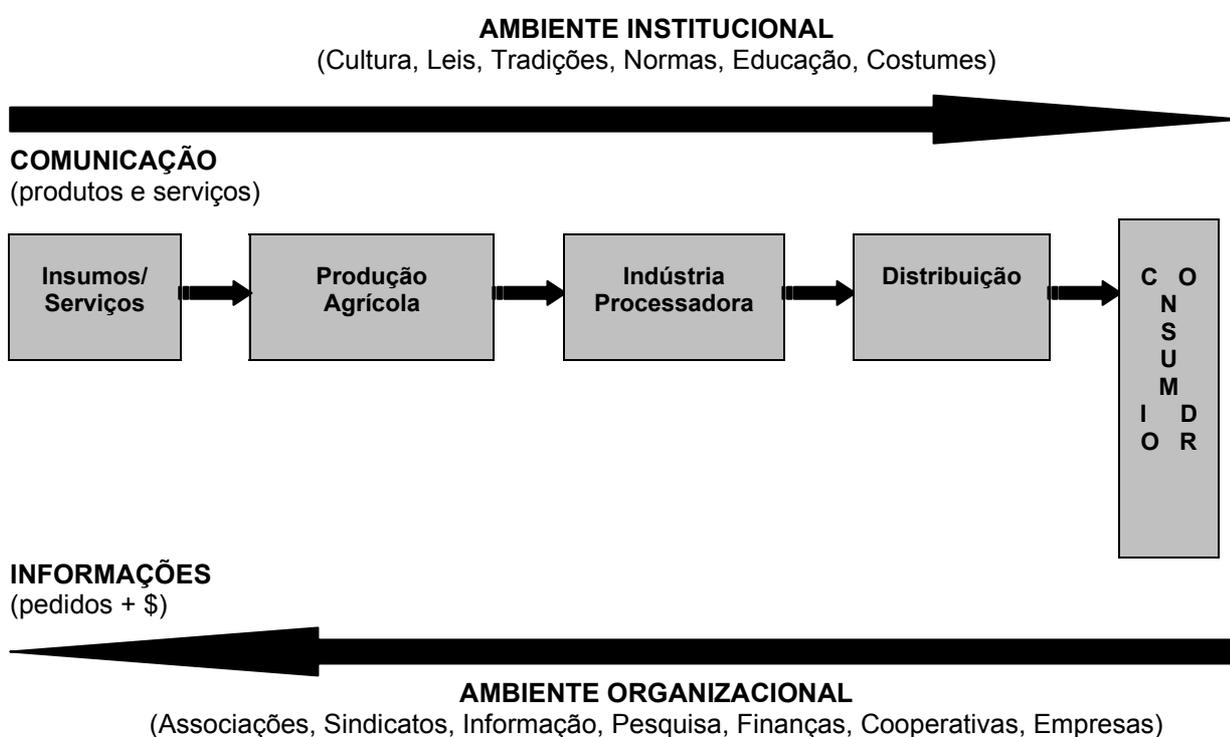


Figura 1. Sistema agroindustrial do amendoim

Fonte: Elaboração dos autores, com base em ZYLBERSZTAJN (1995).

O segmento de produção de insumos/serviços é muito importante, pois o sucesso do sistema agroindustrial do amendoim depende de tecnologia que propicie um cultivar de amendoim que tenha boa produtividade e qualidade. No entanto, esse setor não tem dirigido esforços de pesquisa e desenvolvimento (P&D) para a geração de inovação tecnológica (insumos/serviços inovadores) no agronegócio do amendoim do Brasil. (MACHADO, 2006).

O processamento dessa *commodity* agrícola está dividido em dois estágios: processamento primário; e processamento secundário. O processamento primário compreende tarefas de limpeza e secagem do produto. Esse estágio é, basicamente,

³ O valor movimentado pelo sistema agroindustrial (SAG) do amendoim e seus derivados, no Brasil, no ano de 2005, pode ser considerado um tanto quanto significativo haja vista que foi da ordem de R\$ 1,6 bilhão. A indústria transformadora do amendoim produziu algo próximo de 127 mil toneladas de produtos derivados da oleaginosa, como, por exemplos: paçoca; pé-de-moleque; pasta/manteiga de amendoim etc. (ZEPPEL, 2006).

implementado pelos seguintes atores: atacadistas; cooperativas agrícolas/agroindustriais; e empresários rurais. Quanto ao processamento secundário, o mesmo é executado pela indústria agroalimentar que utiliza o amendoim como matéria-prima (MP) no processo de fabricação dos seguintes produtos: amendoim salgado; doces; confeitos; pasta/creme de amendoim; amendoim *in natura* etc. (Quadro 1). (MACHADO, 2006).

| Categories de produtos | Confeitos de amendoim | Snacks de amendoim (condimentado) | Doces de amendoim | Outros tipos |
|---|---|--|--|---|
| Tipos de produtos à base de amendoim | -amendoim colorido; -amendoim de chocolate; -amendoim branco. | -amendoim tipo japonês; -amendoim frito com pele; -amendoim frito sem pele; -amendoim salgado temperado; -amendoim torrado com casca; -amendoim torrado bijú; -salgadinho de amendoim; -ovinhos de amendoim; -amendoim doce pralinê. | -paçoca; -paçoca rolha; -pé-de-moleque; -doce de amendoim gibi. | -crocantes granulados de amendoim; -pasta de amendoim torrado; -recheio cremoso de amendoim; -amendoim cru (<i>in natura</i>). |

Quadro 1. Produtos industrializados à base de amendoim

Fonte: elaborado a partir de Machado (2006).

Saindo da indústria de alimentos, a produção segue em direção a dois destinos: atacado; e intermediário (leia-se empacotador). Os produtos são distribuídos ao mercado atacadista, quando o mercado é doméstico, que o redistribui ao mercado varejista, onde ficam, prontamente, disponibilizados para a venda ao consumidor final nas inúmeras modalidades de equipamentos de varejo (leia-se supermercado, padaria, mercearia, doceiro, vendedor ambulante etc.). O agente econômico denominado empacotador executa o seguinte papel nesse sistema, adquire a produção de várias micros e pequenas empresas (MPEs), que mantêm seus empreendimentos econômicos instalados em localidades rurais, embalando-as, novamente, sob uma grife diferente (marca própria do empacotador), em porções diferentes. Depois, esses produtos seguem direto ao varejo, em um raio de operação com limites restritos. (MACHADO, 2006).

O consumidor final é um ator econômico, extremamente, importante e ativo do sistema agroindustrial (SAG) do amendoim. Alguns estudiosos e pesquisadores pontuam a sazonalidade (leia-se oscilação) de preços, a ausência de contratos e os comportamentos oportunistas como os principais desafios à competitividade do sistema agroindustrial do amendoim. (FARIA JR., 2001; FREITAS; AMARAL, 2002; MARCELINO et al., 2003).

Outro desafio para a competitividade do sistema agroindustrial do amendoim é o baixo nível tecnológico empregado na sua produção. Isso gera problemas ligados à segurança do alimento (*food safety*). Por exemplo, a contaminação por aflatoxina impede o consumo do amendoim nas formas *in natura* e processada. Tais fatores e aspectos denigrem e corroem a reputação dos agentes econômicos inseridos no sistema agroindustrial do amendoim e seus derivados. (MACHADO, 2006).

A conjunção desses desafios e fatores somados a uma forte concorrência pressionam de modo significativo a indústria do amendoim e seus derivados, que se mantêm em atividade, basicamente, devido à venda de produtos com perfil mais popular, sendo que a venda desses produtos populares está, principalmente, concentrada nas zonas periféricas dos grandes centros urbanos brasileiros. No entanto, os atores que compõem o mercado do amendoim e seus derivados já visualizaram uma janela de negócios para o setor, os mesmos buscarão explorar e atender um mercado consumidor diferenciado, o do auto-serviço. (MACHADO, 2006).

Por isso, o segmento processador/transformador do sistema agroindustrial do amendoim tem investindo no *layout* e no *design* das embalagens dos produtos. Tal linha

de produtos presenciou um declínio no volume de transações comerciais, alguns dos motivos, é a acirrada competição com outros tipos de produtos, que apresentam preços competitivos, bem como a falta de um planejamento de marketing com perfil mais ofensivo, que contemple o desenvolvimento de inovações e o pronto atendimento dos desejos e dos anseios do consumidor final. (SALGUEIRO, 2005). Atualmente, empresas que não se relacionam, diretamente, com seus mercados consumidor e fornecedor, têm amargado desempenhos insatisfatórios. (SOBRINHO; PRADO, 1999).

CONCLUSÃO

Percebeu-se que o sistema agroindustrial (SAG) do amendoim tem se organizado e fomentado ações que possam desenvolver produtos e serviços de qualidade diferenciada para o pronto atendimento de um mercado consumidor mais exigente e, procurado incentivar o maior consumo de amendoim e seus derivados no mercado doméstico também. No ano de 2005, essa cadeia produtiva movimentou cerca de R\$ 1,6 bilhão e, com certeza a participação do segmento que congrega as indústrias agroalimentares foi expressivo nesse faturamento, haja vista que tal setor fabricou aproximadamente 127 mil toneladas de produtos à base de amendoim.

REFERÊNCIAS

FARIA JR., P.A.J. Amendoim: uma alternativa para exportação. **Revista Coopercitrus**, n. 180, out. 2001. Disponível em: <<http://www.revistacoopercitrus.com.br/index.php/818?>>. Acesso em: 27 jul. 2006.

FREITAS, S.M.; AMARAL, A.M.P. Alterações nas variações sazonais dos preços de amendoim nos mercados primário e atacadista, 1990-2001. **Informações Econômicas**, n. 5, v. 32, 2002.

MACHADO, J.G. de C.F. Análise das estratégias de marketing das indústrias de processamento de amendoim da região de Tupã-SP. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 44., 2006, Fortaleza, Ceará, Brasil. **Anais...** Fortaleza: Sober, 2006. CD-ROM.

MARCELINO, M.C.S. et al. Fluxo de distribuição do amendoim na região de Ribeirão Preto. In: CONGRESSO DA SOCIEDADE BRASILEIRA DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, 41., 2003, Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil. **Anais...** Juiz de Fora: Sober, 2003.

SALGUEIRO, S. Pensando grande: renovação das embalagens e linhas de produção dão aos doces tradicionais a força para duelar com *candies*. **Revista Doce**, n. 131, p. 9-16, jun. 2005.

SOBRINHO, Z.A.; PRADO, P.H.M. Gestão de marketing. In: BULGACOV, S. (Org.). **Manual de gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 1999.

ZEPPER, P. O amendoim brasileiro: empresários se organizam, ampliam o consumo no mercado interno e voltam a exportar, ajudados pelo boom da cana. **Revista Dinheiro Rural**, São Paulo, ano 3, edição 019, p. 58-59, mai. 2006.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de governança e coordenação de sistemas agroindustriais**: uma aplicação da nova economia das instituições, 1995. Tese de Livre-Docência — Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, São Paulo.