

**A IMPORTÂNCIA DO AGRONEGÓCIO PARA O BRASIL – REVISÃO
DE LITERATURA**
**THE IMPORTANCE OF AGRIBUSINESS IN BRAZIL-LITERATURE
REVIEW**

PACHECO, Alessandro Mendes

Discente do curso de medicina veterinária da FAMED/ACEG – Garça – SP

SANTOS, Izabella Ribeiro Cardozo

Discente do curso de medicina veterinária da FAMED/ACEG – Garça – SP

HAMZÉ, Abdul Latif

Discente do curso de medicina veterinária da FAMED/ACEG – Garça – SP

MARIANO, Renata Sitta Gomes

Discente do curso de medicina veterinária da FAMED/ACEG – Garça – SP

SILVA, Thiago Ferreira

Docente do curso de medicina veterinária da FAMED/ACEG – Garça – SP

ZAPPA, Vanessa

Docente do curso de medicina veterinária da FAMED/ACEG – Garça – SP

E-mail: profvanessazappa@yahoo.com.br

RESUMO

O agronegócio no Brasil vem incorporando progressos técnicos no setor agropecuário sem precedentes ao longo das últimas décadas, impulsionada pela combinação dos insumos químicos como fertilizantes, nutrientes e defensivos devido à melhoria genética vegetal e animal. As transformações pelas quais passa a sociedade aprofundam a interdependência da agricultura com as funções de insumos, equipamentos e máquinas

Revista Científica Eletrônica de Medicina Veterinária é uma publicação semestral da Faculdade de Medicina veterinária e Zootecnia de Garça - FAMED/FAEF e Editora FAEF, mantidas pela Associação Cultural e Educacional de Garça - ACEG. CEP: 17400-000 - Garça/SP - Tel.: (0**14) 3407-8000

agropecuárias, processamento e transformação, distribuição e consumo, surgindo daí o termo agronegócio. Existem vários segmentos que compõem o agronegócio brasileiro, sendo caracterizado pelo termo antes da porteira, dentro da porteira e depois da porteira.

Palavras Chaves: Agronegócio, Brasil, Mercado Consumidor.

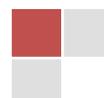
ABSTRACT

The agribusiness in Brazil comes incorporating progresses technician in the farming sector without precedents throughout the last decades, stimulated for the combination of the insumos chemical as fertilizing, nutrient and defensive due to vegetal and animal genetic improvement. The transformations for which it passes the society deepen the interdependence of agriculture with the functions of insumos, equipment and farming machines, processing and transformation, distribution and consumption, appearing from there the agribusiness term. Some segments exist that compose the Brazilian agribusiness, being characterized for the term before the portière, inside of the portière and after the portière.

Keywords: Agribusiness, Brazil, Consuming Market

INTRODUÇÃO

O setor mais importante da economia nacional brasileira é o agronegócio representando em torno de um terço do PIB brasileiro. O Brasil é um país com grandes perspectivas satisfatórias para o agronegócio, em face de suas características e diversidades, tanto de clima quanto de solo, possuindo ainda áreas agricultáveis altamente férteis e ainda inexploradas. Com o aumento da demografia mundial e sua consequente demanda por alimentos nos leva a uma previsão de que o Brasil alcançará o patamar de líder mundial no fornecimento de alimentos e commodities ligadas ao agronegócio, solidificando sua economia e catapultando seu crescimento (BACHA, 2000).



O agronegócio brasileiro compreende atividades econômicas ligadas, basicamente, a insumos para a agricultura, como fertilizantes, defensivos, corretivos, a produção agrícola, compreendendo lavouras, pecuária, florestas e extrativismo, a agroindustrialização dos produtos primários, transporte e comercialização de produtos primários e processados (MAPA, 2011).

O presente trabalho possui a ênfase de descrever o agronegócio no Brasil, os seguimentos de suas cadeias produtivas e sua grande importância para o mercado consumidor.

DESENVOLVIMENTO

O Brasil possui inúmeros produtos agropecuários que possuem um significativo valor estratégico em nossa economia, sendo os principais o álcool e açúcar, café, carnes e couro, produtos de origem bovina, suína e de aves, soja, fruticultura e produtos florestais. O agronegócio é o motor da economia nacional, registrando importantes avanços quantitativos e qualitativos, que se mantém como setor de grande capacidade empregadora e de geração de renda, cujo desempenho médio, tem superado o desempenho do setor industrial, ocupando, assim, a posição de destaque no âmbito global, o que lhe dá importância crescente no processo de desenvolvimento econômico, por ser um setor dinâmico da economia e pela sua capacidade de impulsionar os demais setores (MAPA, 2011).

O conceito de agronegócio implica na ideia de cadeia produtiva, com seus elos entrelaçados e sua interdependência. A agricultura moderna extrapolou os limites físicos da propriedade. Dependendo, cada vez mais, de insumos adquiridos fora da fazenda, e sua decisão do que produzir, quanto e como está fortemente relacionada ao mercado consumidor. Há diferentes agentes no processo produtivo, inclusive o agricultor, em uma permanente negociação de quantidades e preços (BACHA, 2000).

Marcas e diferenciação de cortes de carne bovina começaram a surgir e tanto a indústria frigorífica quanto o produtor ficaram a contemplar parcialmente a nova realidade. Algumas iniciativas de alianças mercadológicas, integrando desde o produtor

Revista Científica Eletrônica de Medicina Veterinária é uma publicação semestral da Faculdade de Medicina veterinária e Zootecnia de Garça - FAMED/FAEF e Editora FAEF, mantidas pela Associação Cultural e Educacional de

Garça - ACEG. CEP: 17400-000 - Garça/SP - Tel.: (0**14) 3407-8000

www.revista.inf.br - www.editorafaef.com.br - www.faeff.edu.br

até o varejo, foram desenvolvidas, mas a maioria delas teve vida curta. Quem deseja comprar estabelece os padrões requeridos e quem produz deve atendê-los, diferentemente daqueles que desejam apenas vender sem qualquer especificação (BACHA, 2000).

Em relação aos problemas “fora da porteira” que afetam diretamente o produtor, surge a necessidade de investir novamente na identificação de outros mecanismos que possibilitem aumentar sua margem de lucro, uma vez que os aumentos em produtividade não foram suficientes para fazê-lo. Adequar-se às exigências do mercado para alcançar melhores remunerações ou oferecer produtos diferenciados (OLIVEIRA e SPERSE, 2010).

Quanto ao consumidor final começaram a surgir algumas definições das características ou requisitos de qualidade exigida da carne bovina. No entanto, parece que somente o varejo percebeu esta realidade e agilmente aproveitou a oportunidade ampliando suas margens de lucro. Marcas e diferenciação de cortes de carne bovina começaram a surgir e tanto a indústria frigorífica quanto o produtor ficaram a contemplar parcialmente a nova realidade (OLIVEIRA e SPERSE, 2010).

Os objetivos do Plano Agrícola e Pecuário de 2011 e 2012 é expandir de 161,5 milhões para 169,5 milhões de toneladas a produção de grãos, fibras e oleaginosas. Esse aumento de 5% vai assegurar o abastecimento interno, contribuindo para maior regularidade nos preços, bem como para ampliar os excedentes exportáveis, com consequente geração de divisas para o País; estimular o desenvolvimento sustentável da agropecuária, incentivando especialmente as práticas agronômicas que assegurem a mitigação dos gases causadores de efeito estufa (MAPA, 2011).

A agricultura de baixo carbono irá incentivar a recuperação de pastagens, fomentar o aumento da produtividade pecuária e renovação do plantel, como forma de aumentar a oferta de carne bovina; estimular a renovação e ampliação das áreas cultivadas com cana-de-açúcar. Isso permitirá aumentar a produção e, conseqüentemente, a estabilização da oferta de etanol; garantir apoio à comercialização para os citricultores; garantir volume adequado de recursos do Sistema Nacional de

Crédito Rural (SNCR), sobretudo a taxas controladas; reforçar o apoio ao médio produtor rural; manter e aperfeiçoar os programas específicos de investimento (MAPA, 2011).

Em relação ao agronegócio brasileiro podemos perceber algumas particularidades. Ainda que os consumidores de produtos alimentícios, fibras e bioenergia sejam tradicionalmente menos sensíveis a este tipo de ligações com marcas, e que esse processo de estabelecimento de identidade seja feito dentro de parâmetros particulares, novas demandas têm transformado esse quadro (NETO e NASCENTE, 2005).

Aspectos que até então eram pouco discutidos, valorizados como procedência como produtos de regiões específicas como queijos, vinhos, entre outros, modo de produção, cultivo orgânicos, bem estar animal entre outros fatores, rastreabilidade e segurança de alimentos têm hoje uma relevância inédita. Episódios como a ocorrência do mal da vaca louca, surtos de salmonelose e outras doenças relacionadas ao consumo de alimentos, bem como fatores ligados à questão ambiental, impulsionaram esta tendência de comportamento (NETO e NASCENTE, 2005).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Brasil é considerado o celeiro do mundo, por ter em mãos um solo de qualidade, clima favorável e grande mão de obra. Possui grandes distritos industriais, e com isso forma os cluster para melhorar a demanda do mercado nacional e possíveis vendas para o exterior.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Plano Agrícola e Pecuário 2011-2012 / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. Secretaria de Política Agrícola. – Brasília: Mapa/SPA, pág. 92. ISSN 1982-4033, 2011.

BACHA, C. J. C. **Economia e Política Agrícola no Brasil** - São Paulo: Atlas, 2004.

VIEIRA, W. C. (Ed.). *Agricultura na virada do milênio: velhos e novos desafios.*

Viçosa, pág. 93-116, 2000.

OLIVEIRA, R. O e SPERSE. E. **Utilização de Estratégias de *Branding* em *Commodities* Agropecuárias: Uma Revisão da Literatura e Proposições de Pesquisa.** VII Congresso de Administração da ESPM - São Paulo, 13 e 14 de outubro de 2010.

NETO, C. R. e NASCENTE, A. S. **O agronegócio da fruticultura na Amazônia: um estudo exploratório.** *Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA. ISSN 0103-9865)*, Porto Velho, RO; 2005.

