

Perspectivas de mercados para a comercialização sustentável de produtos do Vale do São Francisco - * João Ricardo F. de Lima

Para se entender um mercado é necessário definir suas três dimensões: a) **produto**; b) **local** – mercado interno ou mercado externo e; c) **tempo** em que as transações ocorrem. Em seguida se deve observar quais as características da oferta e da demanda. Oferta não é igual a produção. A produção é uma relação física que depende da tecnologia utilizada. A quantidade individual ofertada é função de um conjunto de variáveis (preço do produto, oferta de insumos, tecnologia, preços de bens correlacionados, características da natureza, impostos ou subsídios). A quantidade demandada é função principalmente do preço do produto, dos preços de bens substitutos, da renda do consumidor, além do gosto e de gastos com propaganda.

Finalmente, mas tão ou mais importante, é preciso analisar como os preços são formados, ou seja, qual a estrutura do mercado. Os produtores tem poder de influenciar o preço ou são tomadores de preço? Existe uma grande quantidade de produtores e compradores ou não?

O primeiro passo de um projeto de investimentos, então, é a análise de mercado. O que geralmente ocorre, contudo, é que os empresários só analisam alguns aspectos do mesmo, principalmente, os preços de venda do produto. Esta atitude é justificada, dado o papel dos preços na equação de lucros. Quando os preços estão acima de uma média histórica, estimula o aumento na oferta e na produção. A produção é a parte em que o produtor gasta a maior parte dos esforços, buscando elevar a produtividade e qualidade com aquisição de insumos modernos, materiais genéticos de alta qualidade, manejo adequado que siga os mais rigorosos padrões dos diversos protocolos de qualidade existentes (PIF, GLOBALG.A.P, Tesco, APPCC, BRC, IFC, *Fairtrade*, *Rainforest*, *Ecocert*, *Fair for Life*, *Supplier Ethical Data Exchange*, etc.). O objetivo é alcançar um produto de excelência.

Em muitas situações, o cuidado com os custos de produção é negligenciado. Por si só a combinação de preços favoráveis e produtividade (mesmo que existam ineficiências técnicas e econômicas) gera um lucro positivo. Os problemas aparecem quando os preços voltam ao patamar de equilíbrio ou estão abaixo do ponto. Neste momento afloram as preocupações com inovações tecnológicas que gerem redução de custos e permitam aumento de receita total.

Esta é a atual fase vivenciada de boa parte dos produtores do Submédio do Vale do São Francisco, que não se prepararam adequadamente para o período de baixa do ciclo da atividade econômica. Nos pontos de alta do ciclo mesmo os ineficientes ganham, mas quando a tendência se inverte, apenas aqueles mais organizados conseguem se manter na atividade. É o momento em que a preocupação com a sustentabilidade ambiental passa para o segundo plano e o carro chefe passa a ser a sustentabilidade do ponto de vista econômico. O produtor que não consegue aumentar a taxa de lucro paralisa a produção e sai do mercado. Qual a explicação? Faltou entender melhor o funcionamento do mercado. O que se sabe sobre a atual situação do mercado de frutas para a exportação, ou seja, sobre a demanda, oferta e formação dos preços? * **Doutor em Economia Aplicada – UFV. Pesquisador A da Embrapa Semiárido. Prof. Titular na FACAPE-Petrolina e do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da UFT-Palmas/Tocantins.**