

Ações e projetos da Abrapa foram destaques do Clube da Fibra 2010

Páginas 6 e 7



Agência paulista vai executar plano de comunicação - Página 3

Correios e Embrapa lançam selo alusivo ao algodão - Página 12

Christian Schindler fala sobre a conferência anual da ITMF - Página 11

Produção integrada do algodão

Em um cenário de economia globalizada, as barreiras tarifárias deixaram de ser preponderantes para a inserção de produtos no mercado internacional pelos países exportadores. O mesmo não se pode dizer das barreiras que criam entraves ao comércio entre as nações, e que se baseiam em normas que provocam restrições de natureza social, ambiental, sanitária e de padrões de qualidade que envolvem conceitos diversos. Neste sistema de concorrência nem sempre os menores custos de produção significam garantia de competitividade.

A certificação agrícola emerge nesse contexto como um conceito aplicado aos produtos, visando estabelecer relações entre entidades produtoras e consumidores que garantam segurança e respeito a normas técnicas predeterminadas.

Considerando que os agroecossistemas que fornecem ao homem alimentos, fibras e energia estão presentes em todo o planeta, é importante compatibilizar a produção com a conservação dos recursos naturais, com o bem-estar dos trabalhadores rurais e com a saúde humana e animal, garantindo a sustentabilidade de todo o sistema, de modo a assegurar a sua preservação para as futuras gerações.

Nesse contexto surgem os sistemas de produção integrada (SPI) definidos como aqueles que se submetem a um controle permanente e, por isso, levam à obtenção de produtos caracterizados pela segurança oferecida ao consumidor e aos trabalhadores rurais e pela conservação do meio ambiente.

Esse sistema surgiu na Europa na década de 70 para a produção de frutas e se baseia em normas que atendem a princípios básicos, como a definição dos agrotóxicos que devem ser permitidos ou proibidos, o manejo do solo e da água, o sistema de colheita e beneficiamento e o registro de todas as atividades do sistema de produção. No final da safra, a análise dos cadernos de campo permite saber se o produtor atendeu às exigências do sistema, tornando-se apto a receber o selo de SPI.

Os principais países da Europa, Austrália, Nova Zelândia e África do Sul adotaram o SPI para frutas de clima temperado e produtos derivados. No

Brasil, a Produção Integrada de Frutas (PIF) já envolve diversas fruteiras como banana, maçã, manga, maracujá, pêssego e uva, entre outras, e tem um programa de avaliação de conformidade desenvolvido entre o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro) e o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa).

A estratégia de ampliação da produção integrada para hortaliças e cereais, desenvolvida pelos países que já adotam para frutas, fez o Brasil se antecipar e fomentar a criação de SPIs para grãos, incluindo o algodão.

O Mapa, por meio da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), vem conduzindo um projeto para estabelecer um SPI para o algodão, envolvendo diferentes segmentos da cadeia produtiva, como pesquisadores, técnicos, fundações de apoio à pesquisa, consultores, produtores e associações que os congregam nos estados, assim como a Abrapa. Foram definidas 16 linhas temáticas a serem seguidas pelo sistema, desde a capacitação de recursos humanos, passando pelos tratamentos culturais, até a rastreabilidade do produto. Propostas de normas técnicas para cada tema estão sendo formatadas e compatibilizadas para definir aquelas que compõem o sistema, com base nas quais serão implementadas áreas piloto para validação.

É importante lembrar que o SPI visa à melhoria do sistema produtivo, objetivando torná-lo economicamente viável, ambientalmente correto e socialmente justo. A adesão é recomendável, mas voluntária, e o produtor não estará sujeito a restrições de qualquer natureza nos órgãos oficiais se não aderir.

O SPI pretende ser mais um instrumento de apoio ao produtor, com uma ação participativa dos atores envolvidos na cadeia produtiva, visando tornar a produção sustentável, gerando um produto diferenciado, e reforçando a imagem de profissionalismo, competência e qualidade do algodão construída pelos produtores brasileiros.

Alderi Emídio de Araújo é Eng. Agro., doutor em Fitopatologia e pesquisador da Embrapa Algodão

05/08

- O grupo de marketing da Abrapa e representantes dos fundos de incentivo à cultura do algodão se reuniram, em Brasília, para selecionar a agência de publicidade que trabalhará no plano estratégico de marketing institucional e na divulgação do algodão brasileiro.

09/08

- O presidente da Abrapa representou a entidade no 9º Congresso da ABAG (Associação Brasileira do Agronegócio), em São Paulo.

10/08

- Representantes do grupo de marketing da Abrapa se reuniram, em São Paulo, com o comitê de organização que está articulando o lançamento de uma campanha institucional para reforçar a imagem do agronegócio.

11/08

- Abertura, no Rio de Janeiro, da 16ª edição do Clube da Fibra, promovido pela FMC. O evento foi realizado de 11 a 14 de agosto.

12/08

- Haroldo Cunha expôs a atuação e os projetos da entidade para os participantes do Clube da Fibra, no primeiro painel do evento.

- A Abrapa apresentou, durante o evento, o projeto "Algodão – Caminhos do Brasil: Fashion Rio".

17/08

- Início dos trabalhos de implantação do projeto de comunicação estratégica da Abrapa e do algodão brasileiro, com ênfase, num primeiro momento, nos preparativos para o "Bureau de Negociações em Liverpool".

18/08

- Encaminhamentos em relação ao Programa Socioambiental da Produção de Algodão (Psoal).

- Monitoramento das estaduais sobre a fase de autoavaliação (aplicação de checklist), elaboração do plano de melhorias e preparação para a certificação do Psoal.

23/08

- Reunião entre a Abrapa, GS1 do Brasil e Planeje. Na pauta, a reformulação da etiqueta SAI (sistema de leitura – código de barras universal) e atualizações do sistema para a safra 2010/11.

24/08

- Reunião entre Abrapa, Anea e Abita. Na pauta, o abastecimento de algodão para o mercado interno.

- Reunião entre presidente e vice-presidentes da Abrapa e representantes do Projeto Imagem do Agronegócio.

- Reunião entre representantes da Abrapa e estaduais e Vetor C. Na pauta, o processo de certificação do Programa Socioambiental da Produção de Algodão (Psoal).

25/08

- Reunião do Conselho Gestor do Instituto Brasileiro do Algodão. Na pauta, a estruturação da entidade.

- Representantes da Abrapa e estaduais reúnem-se para avaliar propostas de órgãos certificadores para o Programa Socioambiental da Produção de Algodão (Psoal).

- Representantes da Abrapa e estaduais reúnem-se com representantes da Itaú Seguros para discutir proposta de seguros para usinas de beneficiamento de algodão.

Expediente



Publicidade mensal ABRAPA - Associação Brasileira dos Produtores de Algodão - Endereço para correspondência: SGAN - Quadra 601 - Módulo K - Térreo - Edifício Antônio Ernesto de Salvo - Asa Norte - Brasília/DF - 70.830-903 - Fone: (61) 2109.1606 - Fax: (61) 2109.1607 - **Haroldo Rodrigues da Cunha**, Presidente; **Eduardo Silva Logemann**, Vice-Presidente e Conselheiro Consultivo; **Sérgio De Marco**, Vice-Presidente; **Gilson Ferrúcio Pinesso**, Vice-Presidente; **Almir Montecelli**, 1º Secretário; **Walter Yukio Horita**, 2º Secretário; **Paulo Kenji Shimohira**, 1º Tesoureiro; **Rudy Scholten**, 2º Tesoureiro; **Sérgio Pitt**, 1º Conselheiro Fiscal; **Darci Agostinho Boff**, 2º Conselheiro Fiscal; **Luiz Renato Zapparoli**, 3º Conselheiro Fiscal; **Mário Maeda Ide**, Conselheiro Fiscal Suplente; **Paulo Henrique Piaia**, Conselheiro Fiscal Suplente; **João Luiz Ribas Pessa**, Conselheiro Consultivo; **Jorge Maeda**, Conselheiro Consultivo; **João Carlos Jacobsen Rodrigues**, Conselheiro Consultivo. **Projeto Gráfico e Diagramação**: Fábio dos Santos ABRAPA - Fone: (61) 2109.1606 - **Jornalistas responsáveis**: Miguel Bueno (DRT 02606/DF), Marcio Vieira (DRT 3037/13/80-DF) e João Carlos Rodrigues (DRT 5178/19/08-RS) - **Coordenação**: Fabiana Feldkircher, Miguel Bueno, Marcio Vieira e Silmara Salvati Ferraresi - **Revisão Ortográfica**: Paulo Henrique Castro - **Impressão**: GH Comunicação Gráfica - Fone: (61) 3344.2666 - Brasília-DF **Tiragem**: 3.000 exemplares.

Agência paulista é selecionado para executar projeto de mídia

Stap Comunicação & Marketing venceu a licitação promovida pela Abrapa

Anova fase do projeto de Comunicação Estratégica da Abrapa e do Algodão Brasileiro deve começar a ser executada ainda neste segundo semestre. A Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa) já selecionou a empresa que vai desenvolvê-lo. É a Stap Comunicação & Marketing, de São Paulo, que venceu a seleção realizada pela entidade. Outras três agências também participaram da concorrência.

A seleção da agência ocorreu no dia 5 de agosto, durante reunião do grupo de marketing da Abrapa e dos representantes dos fundos de incentivo à cultura do algodão, em Brasília. Na reunião, as quatro agências expuseram suas propostas de trabalho. Ao final, a escolha recaiu sobre a Stap, por apresentar uma proposta mais adequada às necessidades da Abrapa.

O plano de comunicação da Associação tem duas frentes: campanha institucional e projeto estratégico de divulgação do algodão brasileiro. Ele prevê o planejamento e

a implementação de ações integradas que identifiquem, segmentem e alcancem os principais grupos de stakeholders (grupos interessados ou de influência), usando várias ferramentas de comunicação e marketing.

Essa nova fase do plano deverá ser desenvolvida num período de seis meses. A Stap Comunicação & Marketing ficará encarregada de elaborar peças publicitárias e promocionais da Abrapa e do algodão Brasileiro, além de indicar as mídias mais adequadas para veiculá-las. A agência também contará com a colaboração das assessorias de imprensa, de imagem e de promoção internacional da entidade para ajudá-la nas suas atividades.

Ao final dessa fase, a execução do projeto será avaliada pelo grupo de marketing da Abrapa e dos representantes dos fundos de incentivo à cultura do algodão. A partir dessa análise será definida a viabilidade do desenvolvimento de novas etapas do plano de comunicação e marketing.

Campanha institucional

- ▶ Consolidar a imagem sólida que a Abrapa já tem perante a cadeia produtiva
- ▶ Melhorar a comunicação com o cotonicultor brasileiro para que ele tenha maior conhecimento do trabalho desenvolvido pela entidade em parceria com as associações estaduais
- ▶ Divulgar os resultados dos projetos executados pela entidade e suas parceiras
- ▶ Reforçar o trabalho de divulgação do algodão brasileiro

Divulgação do algodão

- ▶ Promover o algodão brasileiro, destacando que é uma fibra é natural e tem outras qualidades
- ▶ Despertar no consumidor o desejo de adquirir peças feitas com o algodão nacional
- ▶ Incentivar a discussão sobre o consumo do algodão e sobre a preferência pelo produto nacional

CARLOS RUDINEY/ABRAPA



Grupo de marketing da Abrapa e representantes dos fundos de incentivo à cultura do algodão avaliaram propostas das agências de comunicação



Evento promovido pela entidade reúne dezenas de representantes do setor

Congresso da Abag discute comunicação e governança

Lideranças rurais definiram as metas do setor

Promover uma campanha de comunicação voltada à valorização da imagem do agronegócio brasileiro. Essa foi uma das decisões tomadas durante o 9º Congresso Brasileiro do Agronegócio: Cenários 2011 – Comunicação e Governança, promovido pela Associação Brasileira do Agronegócio (Abag), no dia 9 de agosto, em São Paulo. As lideranças do setor definiram ainda os seis pilares para o crescimento sustentável da agropecuária do país nos próximos anos: garantia de renda para o agricultor; infraestrutura e logística; comércio exterior; pesquisa, desenvolvimento e inovação; defesa agropecuária; e institucionalidade do Poder Público.

“A questão da comunicação é uma demanda antiga que temos recebido, porque o setor é tratado com muita bipolaridade: ou é ambientalista ou é ruralista, ou é patronal ou é familiar, ou é de exportação ou é de abastecimento interno”, diz Luiz Antonio Pinazza, diretor da Abag. “Na verdade, o agronegócio é a visão da agropecuária sob a ótica das cadeias produtivas.” Segundo ele, esse conceito foi distorcido no Brasil. “De repente, o agribusiness acabou

sendo entendido aqui como coisa de rico.”

A comunicação, observa Pinazza, é um tema complexo. “Precisamos fazer um trabalho profundo com relação à imagem do agronegócio. Temos que sensibilizar as lideranças rurais sobre a importância da comunicação e da informação e destacar a agenda positiva do setor para valorizá-lo.” Para tanto, a Abag reuniu profissionais de comunicação e marketing para falar sobre a valorização da imagem do segmento. Eles sugeriram a realização de uma pesquisa para definir a estratégia a ser adotada.

“Será que a população brasileira urbana sabe que hoje o peso dos alimentos no orçamento é de 13% e há 30 anos era de 50%?”, pergunta Pinazza, ao enfatizar a necessidade da realização da campanha para valorizar a imagem do setor. Além disso, acrescenta, as projeções indicam que o Brasil será protagonista no cenário mundial do agronegócio. “Temos que ter uma estratégia e um plano de marketing [para os mercados interno e externo].”

A previsão da Abag é que o país incorpore 15 milhões de hectares de áreas degradadas ao processo produtivo até 2020,

Campanha institucional

Aproximar a população urbana e o homem do campo, buscando maior compreensão sobre as atividades desenvolvidas pelos empreendedores da área agropecuária e pelos trabalhadores rurais. Com esse objetivo, um grupo de entidades do setor – entre elas, a Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa) – está discutindo o lançamento de uma campanha institucional de valorização da imagem do agronegócio perante a sociedade, principalmente nas grandes cidades. A expectativa é que a campanha seja lançada ainda neste ano ou no início de 2011.

quando as exportações do setor devem somar US\$ 130 bilhões. As previsões indicam ainda que haja, até o final da próxima década, a inclusão de cerca de 800 mil pequenos produtores rurais ao mercado e a capacitação dos filhos dos agricultores.

De acordo com os participantes do congresso, a governança é essencial para a expansão do agronegócio. Por isso, defendem que o país aumente os investimentos em infraestrutura e logística; pesquisa, desenvolvimento e inovação; defesa agropecuária; e em ações voltadas ao crescimento das exportações. Para tanto, consideram fundamental a institucionalidade do Poder Público. “Precisamos ter uma gestão matricial, o que exige um arranjo institucional que tenha eficiência”, destaca Pinazza.



FOTOS: CARLOS RUDINE/ABRAPA

Programa inicia nova fase na próxima safra

País vai inovar sistema de classificação do algodão feitos em laboratórios

O Programa Standard Brasil, que começou a dar os primeiros passos este ano, deve ser implementado definitivamente já na próxima safra de algodão. A expectativa é do consultor de marketing internacional da entidade, Andrew Macdonald. Ele é um dos profissionais que estão trabalhando no desenvolvimento de um sistema padrão de classificação por instrumentos das qualidades intrínsecas do algodão brasileiro. Isso reforçará ainda mais a imagem do produto nacional no mercado mundial.

O Standard Brasil deverá envolver todos os laboratórios que fazem classificação do algodão no país. A ideia é implementar um modelo já usado nos Estados Unidos para classificar o produto com instrumentos. Os instrumentos, conhecidos genericamente como HVI (High Volume Instrument), permitem verificar o comprimento da fibra, a uniformidade, a resistência, o micronaire, a cor (verificando a refletância e o grau de amarelamento), o *trash* (aquilo que não é fibra), entre outras particularidades do produto.

Neste ano, já foram realizados dois testes, seguindo as normas do Commercial Standardization of Instrument Testing of Cotton (CSTIC): um em abril e outro em julho. Eles serão usados pela Abrapa para discutir o Standard Brasil. Os resultados já estão disponíveis, segundo Andrew Macdonald. “Vamos fazer uma avaliação desses resultados e esperamos publicar os padrões ainda nesta safra.” Com isso, os laboratórios que atuam com classificação do algodão terão um padrão de avaliação para adotar a partir da temporada 2010/2011.

Na fase de pré-implementação do programa, a Abrapa incentivou os laboratórios a participarem dos testes quadrimestrais do CSTIC para verificar o desempenho de cada um. Paralelamente, a entidade criou um grupo para definir os parâmetros aceitáveis de classificação a serem adotados pelos laboratórios no Brasil, com base nas normas do CSITC.

“Esse modelo de classificação dá informações confiáveis sobre o algodão para os compradores, que são as fiações”, diz Andrew Macdonald. “Dessa forma, elas podem ajustar as suas máquinas para obter maior aproveitamento das características do algodão. Isso permite às fiações fazer a mistura certa para produzir o fio que desejam oferecer ao mercado.”

Esse é um modelo extremamente técnico, mas é cada vez mais usado em todo o mundo, afirma o consultor de marketing internacional da Abrapa. “Hoje, toda a exportação do algodão está sujeita a esses testes. Então, a ideia é termos um padrão de classificação confiável das propriedades e da qualidade do algodão para todos os laboratórios que atuam no Brasil.”

De acordo com Andrew Macdonald, a adoção de um modelo padrão de classificação com instrumentos do algodão brasileiro representará redução de custos para os produtores, que hoje arcam com as despesas da vinda dos técnicos enviados para verificar a qualidade do produto. Além disso, destaca ele, as fiações pagam um preço melhor pelo algodão originário de um mercado com um padrão de classificação por instrumentos.

Laboratórios terão um único padrão para atestar a qualidade do algodão nacional



País adotará sistema internacional de classificação do produto por instrumentos

Abrapa apresenta ações e projetos durante o evento

Atuação da entidade foi tema do primeiro painel realizado no encontro



FOTOS: DIVULGAÇÃO/FMC

Haroldo Cunha falou sobre o trabalho da Abrapa durante o Clube da Fibra

A atuação e os projetos da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa). Esse foi o tema do painel apresentado pelo presidente da entidade, Haroldo Cunha, na abertura do Clube da Fibra 2010, realizado de 11 a 14 de agosto, no Rio de Janeiro. Promovida pela FMC Agricultural Products, a 16ª edição do evento reuniu representantes de todos os elos da cadeia produtiva do algodão das diferentes regiões do país.

Na abertura do painel, Haroldo Cunha informou que a Abrapa tem sua atuação baseada em três pilares: 1º) Projetos e ações ligadas à sustentabilidade (responsabilidade socioambiental); 2º) Projetos e ações estruturais para a modernização e acompanhamento de assuntos de interesse do setor; 3º) Projetos e ações de comunicação institucional da Abrapa e reforço da imagem do algodão brasileiro.

Primeiro painelistas do Clube da Fibra 2010, Haroldo Cunha disse que um dos projetos desenvolvidos pela Abrapa na área de sustentabilidade é o Better Cotton, em parceria com as associações estaduais e a Better Cotton Initiative (BCI) – organização internacional cujo objetivo é melhorar a produção mundial do algodão para os produtores, o meio ambiente no qual é cultivado e o futuro do setor.

O sistema Better Cotton começará a ser implementado no Brasil na próxima safra. Para fazer parte do projeto, os produtores devem atender os seguintes critérios mínimos: proteção de plantas, água, solos, habitat e qualidade de fibras. Cinco áreas foram selecionadas para a primeira fase do projeto: norte de Minas Gerais (agricultura familiar); sudoeste da Bahia (agricultura familiar); Bahia (agricultura empresarial); Goiás (agricultura empresarial); e Mato Grosso (agricultura empresarial).

Haroldo Cunha mencionou ainda outra ação de sustentabilidade desenvolvida pela Abrapa: o Programa Socioambiental da Produção de Algodão (Psoal). O programa tem o objetivo de

intensificar a orientação e a conscientização dos produtores de algodão sobre as necessidades e vantagens de ampliar a adoção de práticas de cultivo socioambientalmente corretas. Isso passa pela observância à legislação trabalhista, especialmente no que se refere à proibição de trabalho infantil e trabalho forçado, degradante ou indigno e danoso ao meio ambiente de trabalho.

O presidente da Abrapa também citou os projetos e ações estruturais para a modernização e acompanhamento de assuntos de interesse do setor, como, por exemplo, os mecanismos de comercialização do algodão e o contencioso com os Estados Unidos na Organização Mundial do Comércio (OMC). Segundo ele, a entidade atua para que a política do governo federal para a comercialização do algodão atenda os interesses do setor, garantindo renda ao produtor, a geração de emprego no campo e investimentos para o fortalecimento da cadeia produtiva.

Durante o painel, Haroldo Cunha falou sobre o Instituto Brasileiro do Algodão (IBA), criado a partir do acordo feito entre o Brasil e os EUA no contencioso aberto na OMC. Na negociação, os americanos se comprometeram a enviar ao Brasil US\$ 147,3 milhões anuais para manutenção de um fundo que será administrado pelo IBA.

Os recursos serão aplicados pelo IBA em ações de controle e erradicação de pragas e doenças nas lavouras brasileiras de algodão; de aplicação de tecnologia pós-colheita; e de promoção para incentivar o uso da fibra, entre outras. O IBA conta com um conselho fiscal e um conselho gestor, formado por representantes da Abrapa e do governo federal. Os integrantes dos dois conselhos já foram indicados pelo governo e pela entidade.

A Abrapa também expôs os seus projetos e ações para reforçar a imagem do algodão brasileiro. O assunto foi abordado pela assessora da Presidência da entidade, Silmara Salvati Ferraresi.

Palestrantes traçam cenário político e econômico do país

Um dos principais eventos sobre cotonicultura do país, o Clube da Fibra deste ano teve em sua programação palestras, mesas-redondas e workshops que trataram de questões como o avanço tecnológico da agricultura brasileira, empreendedorismo, riquezas naturais e ações necessárias para aumento da produtividade e rentabilidade.

O economista Eduardo Giannetti da Fonseca foi um dos palestrantes do evento. Ao falar sobre o cenário macroeconômico brasileiro, ele citou o crescimento da economia durante o governo do presidente

Luiz Inácio Lula da Silva. Para Giannetti, o próximo presidente do Brasil terá pela frente dois grandes desafios: manter a expansão da economia e, ao mesmo tempo, resolver sérios problemas, como os de infraestrutura.

A jornalista Lucia Hippolito também fez palestra no Clube da Fibra 2010. Ao abordar o tema cenário político e eleições, ela comentou os bastidores das campanhas dos principais candidatos à Presidência da República nas eleições deste ano. Na sua avaliação, os acordos feitos pelo PT com as siglas que compõem a base do governo Lula fortaleceram a candidatura de Dilma

Rousseff. Para a jornalista, a candidatura de José Serra (PSDB) apresenta algumas fragilidades. Lucia disse ainda que os eleitores devem valorizar o voto para o Senado, porque a Casa tem se mostrado independente do Poder Executivo.

O evento teve ainda a mesa-redonda sobre Modelos de Negócios das Corporações Agrícolas no Brasil, que reuniu os palestrantes Júlio de Toledo Piza Jr, CEO da Brasilagro S. A.; Gustavo Barbeito, CIO do Grupo Los Grobo; e Oscar Alvarado, CEO do Grupo El Tekar, além do debatedor Walter Horita, CEO do Grupo Horita.



Giannetti da Fonseca: desafio do novo presidente é manter o crescimento do país

Área de algodão deve crescer na próxima safra

A área de algodão no Brasil para o período 2010/2011 será ampliada e deverá ficar entre 950 mil hectares e 1 milhão de hectares, segundo especialistas do setor. Atualmente, o país tem 830 mil hectares e quase 70% do plantio da temporada 2009/2010 já estão colhidos. Cerca de 600 mil toneladas da fibra da safra atual estão com contratos acertados com os mercados externo e interno. As informações foram divulgadas durante o 16º Clube da Fibra, no Rio de Janeiro.

De acordo com o presidente da Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (Abrapa), Haroldo Cunha, as primeiras estimativas do setor apontavam para um aumento de área para 1 milhão

de hectares. "Agora, será um pouco menos, aproximadamente 950 mil hectares, embora a decisão final só saia em outubro. O clima não favoreceu e houve quebra da cultura na atual safra", afirmou. Em 2011, prevê Cunha, o mercado interno será forte e promissor.

A FMC espera que a ampliação na área de plantio nacional seja de 1 milhão de hectares. A aposta, segundo o diretor de Vendas Diretas da FMC, Carlos Alberto Baptista, baseia-se em um tripé: os contratos já fechados, cerca de 400 mil toneladas, com o mercado internacional; o atual bom momento da commodity e os estoques de passagem, que já estão praticamente esgotados. "O con-

sumo brasileiro de algodão é de 900 mil toneladas."

Segundo o diretor presidente da FMC América Latina, Antônio Carlos Zem, a multinacional do setor de defensivos agrícolas espera ter, em 2010, um faturamento de cerca de US\$ 500 milhões no Brasil em cima dos gastos do mercado de agronegócios, algo em torno de US\$ 7 bilhões.

Baptista prevê que o mercado brasileiro gaste com defensivos agrícolas US\$ 9,5 bilhões em 2014. Com isso, acredita, a empresa poderá faturar US\$ 1 bilhão. Em 2009, os gastos do mercado com defensivos foram de US\$ 6,2 bilhões, e a empresa faturou US\$ 420 milhões.

Giro Tecnológico, incentivo à cotonicultura em Minas

A Associação Mineira dos Produtores de Algodão (Amipa) programou três dias de campo, chamados Giro Tecnológico do Algodão, para incentivar a cultura do algodão em Minas Gerais. O primeiro ocorreu em Tupaciguara (MG), no mês de junho. O segundo foi realizado no dia 22 de julho, na Fazenda Farroupilha, em Presidente Olegário, na região do Alto Paranaíba, também no interior mineiro. Ambos os eventos tiveram como foco a introdução do algodão na rotação de culturas. O terceiro ocorrerá em Catuti, no norte de MG.

De acordo com o diretor executivo da Amipa, Lício Pena, o Alto Paranaíba foi escolhido porque lá predominam grandes propriedades. “É uma região de chapada, com produtores de sementes, tendo um perfil diferente de público. Por estar mais perto do norte de Minas, o evento acabou alcançando também os produtores dali.”

Inácio Carlos Urban, presidente da Amipa e proprietário da fazenda Farroupilha, sede do 2º Encontro do Giro Tecnológico do Algodão, comentou os resultados do evento: “Tivemos a oportunidade de mostrar a cultura do algodão para os demais colegas, vizinhos e possíveis cotonicultores. Por isso, nos dedicamos a esse dia de campo para que todos pudessem confirmar que o algodão é



Inácio Urban, presidente da Amipa, e o deputado federal Paulo Piau durante evento

realmente uma cultura rentável”.

O evento contou com um grande número de participantes, entre cotonicultores, agrônomos, pesquisadores, estudantes, políticos e também vários produtores de milho e soja. Por isso, o objetivo do evento foi mostrar especificamente o produto para esses produtores, apresentando as vantagens do algodão na rotação de culturas, e provar que esse sistema é uma ferramenta a mais para ser usada pelo cotonicultor. Isso porque vai melhorar o solo, a produção de soja na rotação e ainda trazer rentabilidade, já que o mercado mineiro é forte comprador. Foram realizadas palestras sobre biotecnologia e transgenia e algo

dão adensado.

O deputado federal Paulo Piau esteve no 2º Encontro do Giro Tecnológico do Algodão e elogiou os produtores mineiros. Ele citou o exemplo de Inácio Urban, que está viabilizando a cultura para que ela seja lucrativa. “O Brasil só ganha com isso, pois substitui a importação.”

Lício Pena disse que o 3º Encontro do Giro Tecnológico do Algodão, programado para Catuti, será voltado à agricultura familiar. “Esse será o último evento do Giro Tecnológico e ocorrerá no próximo trimestre. O estado de Minas Gerais apresenta a característica da grande diversidade de produtores em regiões distintas, e a Amipa tem de saber lidar com isso.”



Encontros regionais orientam produtores em São Paulo

Dar mais informações aos produtores sobre a próxima safra no momento de decisão do plantio. Com esse objetivo, a Associação Paulista dos Produtores de Algodão (Appa) promoveu dois encontros regionais no mês de julho. O primeiro ocorreu em Miguelópolis, no dia 10 do mês passado, e o segundo, em Presidente Venceslau, no dia 16.

“Nossa intenção foi informar o produtor sobre o comportamento da cultura para a próxima safra para que ele possa tomar suas decisões. São Paulo, com exceção de Holambra II, sofre muita influência do momento vivido pela cultura e isso, por vezes, pode obscurecer o planejamento”, diz o presidente da Appa,



Produtores participam de encontro em Presidente Venceslau

Ronaldo Spirlandelli.

Ele explica ainda como é feito o trabalho para orientar os produtores. “Promovemos palestras para mostrar técnicas e também para apresentar as expectativas de mercado em relação à área, ao consumo, ao plantio, à produção, à exportação, à importação etc.”

No encontro em Miguelópolis estive-

ram presentes 80 produtores e em Presidente Venceslau, mais de 200. As palestras foram feitas pelo professor Lucílio Rogério Aparecido Alves, da Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”, da Universidade de São Paulo; por Iuri Ivan Taffarel; da Monsanto; e Emerson Bernardes Peres Quereza, consultor em SP e MG.

Industriais da Ásia e Europa visitam MT para conhecer algodão brasileiro

Empresários da indústria têxtil de Taiwan, do Vietnã e da Turquia visitaram Mato Grosso para falar com lideranças da cotonicultura e conhecer lavouras de algodão no estado. Para o diretor executivo da Associação Mato-Grossense dos Produtores de Algodão (Ampa), Décio Tocantins, a presença dos industriais no Brasil é muito importante para o fortalecimento dos negócios.

O diretor executivo da Ampa disse que os produtores de Mato Grosso têm interesse em aumentar o volume de exportação para a Turquia e fechar acordos com os empreendedores de Taiwan e do Vietnã. “Nosso objetivo é sempre fornecer matéria-prima de qualidade.” Segundo ele, a constante melhoria da qualidade da pluma está relacionada aos investimentos em pesquisas por meio do Instituto Mato-Grossense do Algodão (IMAmt).

Apesar da longa estiagem, o MT deve produzir na safra 2009/2010 mais da metade do algodão brasileiro, ressaltou Décio Tocantins. “Além disso, a qualidade da nossa fibra é excelente e tem reconhecimento internacional.” O estado é



DIVULGAÇÃO/AMPA

Empresários turcos visitaram o Mato Grosso para conhecer a produção de algodão do estado

responsável por 58% das exportações de algodão do país. A matéria-prima produzida em MT leva o Selo de Conformidade Social da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Segundo Décio Tocantins, a finalidade do selo é informar aos clientes e ao mercado consumidor a origem social do algodão. Só entre as safras de 2007 a 2009, 7 milhões de selos foram emitidos em Mato Grosso.

O gerente-geral da Ha-Tex-Co, Tossef Ahmed Khalil, falou sobre a viagem de negócios feita pelos executivos. “O algodão produzido aqui é muito bom.” O grupo Ha-Tex-Co, com sede em Hanói, tem nove fábricas, e a décima unidade começará as atividades em novembro deste ano. A indústria é uma grande compradora de algodão dos EUA e do oeste da África. Agora quer comprar algodão brasileiro.

Eleita nova diretoria da Abapa

A Associação Baiana dos Produtores de Algodão (Abapa) elegeu sua nova diretoria no último dia 5 de agosto. A cotonicultora Isabel da Cunha será a nova presidente da entidade.

Isabel da Cunha disse que vai trabalhar para consolidar as conquistas da Abapa no mercado nacional e internacional: “Iremos dar continuidade aos projetos voltados à agricultura familiar, ao programa socioambiental e fitossanitário de combate ao bicudo e à busca de novos mercados.”

Os produtores presentes à assembléia geral que elegeu a nova diretoria destacaram o trabalho feito pelo atual presidente, João Carlos Jacobsen. Há dois anos, quando tomou posse na presidência da Abapa, Jacobsen iniciou ações importantes. Entre elas, a abertura de novos mercados na Ásia, o investimento em marketing e a integração com o mercado internacional.

Além disso, Jacobsen priorizou ações de

conscientização e capacitação do cotonicultor para o manejo ecologicamente correto das lavouras na região e para o cumprimento das normas trabalhistas estabelecidas pela NR31.

“Nossa ideia foi sempre manter as conquistas alcançadas pela fibra baiana, como a criação da entidade e ampliação da atuação em áreas como o comércio internacional do algodão da Bahia”, afirmou Jacobsen. Segundo ele, o reconhecimento internacional da qualidade contribui para a remuneração do produtor e para o fortalecimento da imagem do país como origem de excelência do produto.

Para a nova administração, dar agilidade às análises de plumas é outro ponto importante. “Disponibilizar as análises com rapidez é imprescindível para que o produtor não perca tempo na realização de seus projetos”, assinalou Isabel da Cunha, acrescentando que pretende buscar uma maior interação entre a Abapa e os produtores.



FOTOS: DIVULGAÇÃO/ABAPA

Isabel da Cunha, nova presidente da Abapa



Jacobsen deixa a presidência da entidade

Ampasul defende novo formato para o fundo do algodão do MS

Os cotonicultores de Mato Grosso do Sul querem a reativação do fundo estadual do algodão. Agora, com um novo formato, de caráter privado, e com a participação de representantes do Poder Público e do setor produtivo. Essa foi a solicitação apresentada pelos produtores durante audiência com o governador de MS, André Puccinelli, no dia 16 de agosto. No encontro, eles também fizeram outras reivindicações ao governo.

A reunião com Puccinelli contou com a presença do presidente da Associação Sul-Mato-Grossense dos Produtores de Algodão (Ampasul), Darci Agostinho Boff, do diretor executivo Adão Antonio Hoffmann e de outros dirigentes da entidade, além da secretária de Agricultura, Tereza Cristina Corrêa da Costa Dias, e do prefeito de Chapadão do Sul, Jocelito Krug.

De acordo com a Ampasul, o novo fundo estadual do algodão é imprescindível para o fortalecimento do setor sul-mato-grossense, que precisa de investimentos em pesquisa, difusão de tecnologia, defesa vegetal, melhoramento e desenvolvimento de variedades, marketing, projetos socioambientais e infraestrutura, entre outras áreas. Hoje, o fundo recebe recursos da renúncia de uma parte do incentivo fiscal dado aos produtores na venda do algodão em pluma.

Outro pleito apresentado ao governador



Diretores da Ampasul se reúnem com Puccinelli para apresentar pedidos do setor algodoeiro

pelos produtores sul-mato-grossenses refere-se à ampliação da equivalência para a exportação. Atualmente, há um acordo que prevê a venda de 60% do produto para o mercado interno e 40% para a exportação. A proposta da Ampasul é elevar a exportação até 50%, ficando a paridade de um por um.

Também foi discutida na audiência a tributação nas operações estaduais. Hoje, o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) é deferido, impossibilitando que o produtor comercialize com as fiações do estado, uma vez que ele não aproveita o incentivo fiscal.

Os produtores propuseram ainda a

extinção da atual classificação e dos percentuais de incentivo por tipo. Eles defendem a criação um percentual único, independentemente do tipo do algodão produzido, já que o objetivo dos cotonicultores é produzir o melhor algodão possível, fator preponderante para a sua sustentabilidade.

Os assuntos discutidos na audiência serão analisados por Puccinelli e sua equipe de governo. A Ampasul espera que o setor algodoeiro tenha seus pedidos atendidos. Segundo a entidade, os temas analisados no encontro são críticos para a cadeia produtiva e, por isso, merecem uma resposta favorável do Poder Público.

DIVULGAÇÃO AMPASUL

Encerrado período de colheita em Goiás

Os produtores de algodão de Goiás encerraram em agosto mais um período de colheita. Em respeito à legislação, toda a colheita foi feita até o dia 15 de agosto e até o dia 31 do mesmo mês os produtores destinaram seu tempo à destruição dos restos culturais. Na safra 2009/2010 foram plantados 56,7 mil hectares, com uma produção média de pluma de 92,7 mil toneladas. A produtividade variou de região para região, ficando entre 240 a 300 arrobas por hectare. A diferença ocorreu devido às variações climáticas, como falta de chuvas em algumas regiões e geadas em outras.

Com a reviravolta do mercado, no qual o produtor de algodão presenciou uma oferta menor que a demanda, o

que provocou valores mais altos da pluma, a estimativa é positiva para a safra 2010/2011. A perspectiva é de aumento até 40% da área plantada em Goiás. Segundo o presidente da Associação Goiana dos Produtores de Algodão (Agopa), Marcelo Swart, com os preços melhores, se comparados aos dos anos anteriores, tradicionais produtores de algodão, que antes abandonaram a cultura devido à sua inviabilidade econômica, voltarão a produzir. “Enquanto outros cotonicultores que insistiram na cultura veem uma nova oportunidade de aumentar a sua área plantada e devolver à produção de algodão a sua importância para a economia do estado.”

Pesquisadores e produtores que par-

ticiparam da reunião promovida pela Agopa e pelo Fundo de Incentivo à Cultura do Algodão em Goiás (Fialgo), no dia 4 de agosto, em Rio Verde, definiram as prioridades das pesquisas que serão desenvolvidas para a safra 2010/2011. Entre as linhas de pesquisas estão novas variedades, com maior resistência às doenças e pragas e mais bem adaptadas ao bioma Cerrado, manejo mais eficiente e que garanta boa produtividade, biotecnologia e desenvolvimento da agricultura familiar. Com o cenário mais animador, as pesquisas, que são um importante aliado na busca pela sustentabilidade e rentabilidade do segmento, tornam-se mais importantes para atender as principais demandas do cotonicultor.

Christian Schindler, diretor-geral da International Textile Manufacturers Federation

Em 2004, o alemão Christian Schindler, então com 36 anos, entrou como economista na International Textile Manufacturers Federation (ITMF). Três anos depois, ele foi promovido para o cargo de diretor-geral da instituição, onde está até hoje. Nascido em Karlsruhe, na Alemanha, em 1968, ele se formou em economia na Universidade de Fribourg (Suíça). Schindler trabalhou por três anos como assistente pessoal de dois deputados alemães. Em 1998, juntou-se à Federação Alemã de Atacado e Comércio Exterior (BGA). Nesta entrevista, por e-mail, de Zurique, onde mora e preside a ITMF, ele conta ao **Jornal da Abrapa** o que será debatido na conferência anual em outubro no Brasil, faz uma análise sobre a recuperação do setor têxtil no mundo, sobre a importância dos países emergentes e, claro, sobre sustentabilidade.

Jornal da Abrapa: O tema sustentabilidade passou a fazer parte dos maiores debates mundiais que envolvem a agroindústria. Na avaliação da ITMF, o setor avançou nesse tema?

Christian Schindler: A sustentabilidade se tornou um dos termos mais usados simplesmente porque os princípios por trás do tema podem e devem ser aplicados em inúmeras áreas da vida no planeta. No que diz respeito à sociedade humana, ele representa um conceito de manutenção, no longo prazo, de nosso bem-estar, o que não é possível sem a preservação da natureza. Isso inclui o uso responsável dos recursos naturais. No que diz respeito à sustentabilidade global da indústria têxtil, há a necessidade de produção de têxteis em uma forma ambiental, social e economicamente responsável. Esforços neste sentido têm se intensificado e acelerado nos últimos 30 ou 40 anos. Agora que o aquecimento global é um fato científico aceito globalmente, o conceito de sustentabilidade tem recebido mais atenção e os seus princípios são utilizados para orientação de como se responder aos desafios que temos pela frente.

JA: Conformidade, sustentabilidade e rentabilidade serão os temas da Conferência Geral Anual que se realizará no próximo mês de outubro em São Paulo. Podemos afirmar que boa parte da indústria têxtil consegue trabalhar a partir da união dos três temas ou ainda está longe?

CS: A Conferência Geral Anual ITMF 2010, que ocorrerá em São Paulo, destacará a conformidade, sustentabilidade e a rentabilidade. O evento tentará refletir as diversas dimensões envolvidas no esforço de formar uma sociedade ambiental, social e economicamente responsável para si e para as

gerações futuras. Também será reforçada outra questão: a indústria têxtil – como qualquer outra indústria – não pode se tornar sustentável sem ser rentável. Há exemplos na indústria que têm demonstrado que essas três dimensões podem trabalhar juntas. Cada vez mais, os consumidores finais estão interessados em saber em que condições ambientais e sociais foram produzidos os produtos que consomem. Essa é uma tendência mundial.

JA: Em sua opinião, como a indústria têxtil conseguiu superar a crise econômica que deixou danos em vários setores da economia mundial?

CS: A crise econômica e financeira mundial tem deixado um pedágio grande em todos os setores, incluindo a indústria têxtil. Mesmo que a indústria têxtil global esteja se recuperando da crise, especialmente em países como China, Índia ou Brasil, como resultado de seu crescente mercado interno, ainda vai demorar algum tempo até que todos os efeitos negativos sejam superados. Há ainda muitas incertezas no mercado que impedem uma recuperação robusta e rápida para os níveis pré-crise. O que dificulta uma rápida recuperação refere-se, especialmente, às mudanças estruturais, tais como altas taxas de poupança, déficits orçamentários elevados, combinados com elevados níveis de endividamento ou superiores à taxa de desemprego em muitos países desenvolvidos, como os Estados Unidos, o Reino Unido ou a Espanha. No entanto, as condições fundamentais continuam a ser positivas, como o crescimento da população mundial, que aumenta o consumo per capita e traz o surgimento de novas aplicações para os produtos têxteis.

JA: Como o senhor avalia a imagem internacional da cadeia produtiva do algodão brasileiro?

CS: O algodão brasileiro já conta com uma reputação muito boa, que adquiriu em um período muito curto de tempo. Os produtores de algodão brasileiros estão competindo com êxito nos mercados de exportação. Portanto, o produto é hoje uma marca bem estabelecida no mercado internacional. O Brasil é conhecido por ser um país de consciência ambiental e que faz muito para enfatizar o tema e a coesão social entre indústria e meio ambiente, o que é uma atitude louvável. Portanto, os produtores de algodão brasileiros não só devem continuar a aplicar as melhores práticas na produção de algodão, mas também a difundi-la para o mundo.



DIVULGAÇÃO

Agora que o aquecimento global é um fato científico já aceito, o conceito de sustentabilidade tem recebido mais atenção



Os produtores brasileiros de algodão estão competindo com êxito nos mercados de exportação



FOTOS: ALEXANDRE MAGNO

Após palestra, Napoleão Beltrão, chefe-geral da Embrapa Algodão, e José Costa Filho, dos Correios, apresentam selos

Embrapa e Correios lançam selo do algodão



DIVULGAÇÃO

Selos com a planta de algodão na estampa já podem ser usados em cartas e outras correspondências postadas no país. No dia 12 de julho, a Embrapa Algodão, com sede em Campina Grande (PB), e a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (ECT) lançaram a série “Plantas Têxteis”, uma emissão comemorativa de selos com estampas de algodão, caíro (fibra de coco), juta e sisal. Com o lançamento, as duas empresas estatais mostram para a população a importância econômica e social das quatro fibras.

Impressos pela Casa da Moeda do Brasil e desenhados pela artista Cecília Langer, os selos mostram as matérias-primas e os produtos confeccionados derivados desses vegetais – bolsas, cordas, tecidos,

vasos. O bloco que circulará no Brasil e no exterior tem uma tiragem de 600 mil exemplares. Cada selo custa R\$ 2.

Durante a solenidade, o chefe-geral da Embrapa Algodão, Napoleão Beltrão, fez palestra sobre a história do algodão e a importância das demais plantas que são temas da emissão comemorativa. Em seguida, o diretor regional dos Correios na Paraíba, José Pereira da Costa Filho, conduziu o ato de obliteração dos selos com o carimbo do primeiro dia de circulação, convidando para que assinassem a cartela de lançamento o chefe-geral da Embrapa Algodão, o coordenador de pesquisa do Instituto Nacional do Semiárido (Insa), Pedro Dantas, e o representante da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), João Queiroz.

35 anos de pesquisa e geração de tecnologias

Criada em 1975, a Embrapa Algodão é uma das unidades descentralizadas da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. Com sede em Campina Grande (PB), atua em todo o país na geração de tecnologias, produtos e serviços para as culturas do algodão, mamona, amendoim, gergelim e sisal.

Inicialmente, suas atividades contemplavam duas linhas de atuação. A primeira é voltada à cultura do algodoeiro arbóreo, de grande expressão socioeconômica no Nordeste. A segunda é dirigida para o algodoeiro herbáceo, com maior ênfase no Centro-Oeste.

Em 1985, a infestação das lavouras de algodão pelo bicudo levou a unidade a buscar novas alternativas de pesquisa, lançando cultivares de algodão precoce e

integrando as culturas de amendoim, mamona, gergelim e sisal ao seu portfólio de pesquisa. Na década de 90, a Embrapa Algodão passou a promover pesquisas para o desenvolvimento de cultivares de algodoeiro adaptados às condições do Cerrado brasileiro – inicialmente no Mato Grosso, depois em Goiás e na Bahia.

A Embrapa Algodão também desenvolve pesquisas na área de controle biológico, biotecnologia, mecanização agrícola, qualidade de fibras e fios de algodão, prestando serviços de consultoria, assessoria, treinamento e análises laboratoriais. A unidade tem sete campos experimentais – Patos (PB), Barbalha (CE), Missão Velha (CE), Barreiras (BA), Irecê (BA), Primavera do Leste (MT) e Santa Helena (GO) – e 35 pontos de pesquisa.