

06. A expansão do agro no MATOPIBA e sua contribuição para o crescimento brasileiro entre 2006 e 2017

Carina Padilha¹

Paulo André Camuri²

INTRODUÇÃO

Matopiba compreende o bioma do cerrado dos estados do Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia e responde por grande parte da produção brasileira de grãos. Esta região chamou atenção pela crescente produtividade. A topografia plana, os solos profundos e o clima favorável ao cultivo das principais culturas de grãos e fibras possibilitam o crescimento vertiginoso da região.

O presente trabalho mostra o crescimento da atividade agrícola na região do Matopiba entre 2006 e 2017, e seu desempenho comparativamente à evolução da produção agrícola no Brasil. Para isso, o trabalho pauta-se nos dados dos censos agropecuários de 2006 e 2017 que são utilizados no cálculo inédito de indicadores específicos para os municípios da região, permitindo mensurar a importância da atividade na região e seu desempenho comparado ao Brasil.

OBJETIVOS

Objetivo Geral: Compreender a evolução da produção e do faturamento da agropecuária no MATOPIBA entre 2006 e 2017.

Objetivos Específicos:

1. Calcular indicadores específicos da agricultura de soja e algodão do conjunto de municípios do MATOPIBA.
2. Compreender a dinâmica e evolução econômica do setor agrícola no MATOPIBA entre 2006 e 2017
3. Comparar o desempenho agrícola do MATOPIBA ao do Brasil

¹Graduando em Gestão do Agronegócio pela Faculdade CNA.

²Docente na Faculdade CNA. E-mail: pcamuri@hotmail.com

METODOLOGIA

- ✓ Pesquisas bibliográficas.
- ✓ Filtrar e cruzar dados dos censos agropecuários de 2006 e 2017
- ✓ Calcular indicadores econômicos e realizar cálculos estatísticos do setor agrícola na região do MATOPIBA

RESULTADOS

- ✓ A participação do MATOPIBA tanto na produção como no VBP agropecuário brasileiro manteve-se próxima a 10% entre 2006 e 2017. Mas as taxas de crescimento, tanto da produção como do VBP, foram maiores no MATOPIBA do que a média brasileira.
- ✓ Entre 2006 e 2017, o VBP agropecuário cresceu mais que a produção, revelando a alta média de preços, em Reais, dos produtos agropecuários. Parte desse aumento está associado ao aumento do preço em Dólares dos alimentos, que segundo a FAO teve alta de 35% no período. O índice de preços da FAO, que era de 72,6 pontos em 2006 alcançou 98 pontos em 2017.
- ✓ A produção de algodão entre 2006 e 2017 cresceu tanto no Brasil como no MATOPIBA, mas no MATOPIBA o ritmo de crescimento foi menor. Parte disso, parece estar relacionado a um salto de produção captado pelo Censo Agro que em muito difere das estatísticas oficiais da CONAB, que mostram ligeira queda.
- ✓ Observa-se também que o VBP do algodão subiu (120%) mais que o dobro do aumento da produção (50%), o que revela o incremento muito significativo no preço do produto no mesmo período.

Resultados - ALGODÃO

| Algodão | | | | | | | | |
|---------|------------------|-------|-------------------|------------|-----------------------------|-------|-------------------|------------|
| UF | Produção (mil t) | | | | Estabelecimentos Produtores | | | |
| | 2006 | 2017 | variação absoluta | variação % | 2006 | 2017 | variação absoluta | variação % |
| MT | 1.318 | 2.398 | 1.080 | 82% | 147 | 251 | 104 | 71% |
| BA | 675 | 904 | 229 | 34% | 2.611 | 1.516 | -1.095 | -42% |
| MS | 68 | 144 | 75 | 110% | 167 | 22 | -145 | -87% |
| PI | 19 | 15 | -3 | -18% | 55 | 165 | 110 | 200% |
| MA | 98 | 89 | -9 | -9% | 2 | 8 | 6 | 300% |
| Brasil | 2.492 | 3.747 | 1.256 | 50% | 6.794 | 3.224 | -3.570 | -53% |

Resultados - SOJA

| 2006 | | 2017 | | Crescimento (%) | |
|--------------|------------------|--------------|------------------|-----------------|------------------|
| produção (t) | VBP (R\$milhões) | produção (t) | VBP (R\$milhões) | produção (t) | VBP (R\$milhões) |
| MATOPIBA | 4.170.777 | 10.343.131 | 10.653.253 | 147,99 | 475,59 |
| BRASIL | 46.195.497 | 103.155.139 | 104.053.661 | 123,30 | 433,45 |

Fonte: Censo Agropecuário de 2017, IBGE. Elaboração dos autores

Resultados – Algodão Herbáceo

| 2006 | | 2017 | | Crescimento (%) | |
|--------------|------------------|--------------|------------------|-----------------|------------------|
| produção (t) | VBP (R\$milhões) | produção (t) | VBP (R\$milhões) | produção (t) | VBP (R\$milhões) |
| MATOPIBA | 743.424 | 790.973 | 1.504,80 | 6,40 | 77,37 |
| BRASIL | 2.491.582 | 3.747.407 | 7.479.779 | 50,40 | 120,23 |

Fonte: Censo Agropecuário de 2017, IBGE. Elaboração da Autora.

| BRASIL | 2006 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------|---------|--------|---------|---------|---------|---------|
| | 2.383,6 | 1937,1 | 2.298,3 | 3.007,1 | 4.217,1 | 4.371,3 |

Fonte: CONAB. Elaboração da Autora.

-3,5%

Fonte: Censo Agropecuário de 2017, IBGE. Elaboração dos autores

CONSIDERAÇÕES FINAIS

1. Entre 2006 e 2017 o Brasil observou um enorme salto na produção (+123%) e no faturamento da soja (+433%). O crescimento do MATOPIBA foi ainda maior: produção (+148%) e VBP (+475,5%). Ou seja, o crescimento excepcional da soja no MATOPIBA puxou para cima o desempenho da cultura no Brasil.
2. A participação do MATOPIBA na produção de soja passou de 9% para 10%, um incremento anual de 6,2 milhões de toneladas de soja.
3. A participação do MATOPIBA no valor bruto da produção de soja passou de 9,5% para 10,2%, um incremento anual de R\$8,8 bilhões.
4. Embora a produção e VBP do algodão no MATOPIBA tenham crescido (6,5% e 50% respectivamente), o MATOPIBA perdeu participação relativa na produção e VBP nacional do produto. As exigências de alto nível tecnológico e de Investimento na atividade, têm deslocado a produção para o Mato Grosso, que já responde por 63% da produção brasileira de algodão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB), 2020. Série Histórica da Safra de Grãos. Website: <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/serie-historica-das-safras>

Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), 2020. Nota Técnica n. 2/2020: Análise do Censo Agropecuário 2017 – Dados Finais.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2019. Censo Agropecuário 2017. Website: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/censo-agropecuario/censo-agropecuario-2017>

Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), 2020. Índice Internacional de Preço de Alimentos. Website: <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>

07. Estudo de caso sobre o Marketing de uma rede de franquias da área de alimentação com unidades em Brasília-DF

Aristéa Stefhani Santos da Cunha¹

Alberto Abadia dos Santos Neto²

INTRODUÇÃO

O Marketing está condicionado por quatro elementos fundamentais para o seu desenvolvimento, que são as variáveis do chamado mix de marketing ou 4P's: Produto, Preço, Praça e Promoção (KOTLER, 2009).

Para Peattie (1995), de forma objetiva, podemos conceituar o marketing verde como um processo de gestão integral e estratégica, onde visa satisfazer atender os desejos e necessidades dos consumidores e da sociedade com foco na relação à sustentabilidade. Com o marketing verde as empresas potencializam informações e conceitos sobre as suas práticas ambientalmente corretas e socialmente justas, a fim de gerar valor aos seus produtos e serviços.

Já para Prakash (2002), o marketing ambiental é a redução de impactos sobre o meio ambiente que tem como importância a satisfação dos consumidores e a realização dos objetivos da empresa.

O foco do Marketing estratégico é a expertise em monitorar o ambiente e facilitar na tomada de decisão em grupos de clientes. Para um melhor desempenho organizacional em aumento de vendas e obtendo um marketing com responsabilidade e sucesso.

Com base nisso, vale investigar: como uma empresa de alimentação fast-food baseando numa lógica de oferta de alimentos naturais e orgânicos vem desenvolvendo as suas ações de marketing no mercado de Brasília-DF?

¹Graduando em Gestão do Agronegócio pela Faculdade CNA.

² Docente na Faculdade CNA. E-mail: alberto.santos@faculdadecna.edu.br