

O Nordeste Em Busca do Ouro Adoçante¹

Osmil Galindo

* *Economista*

* *Pesquisador Titular da Coordenadoria Geral de Estudos Econômicos e Populacionais da Fundação Joaquim Nabuco (FJN).*

Resumo

O artigo intente analisar o desenvolvimento da apicultura na região sob o ponto de vista da competitividade visando a sua inserção no mercado internacional. Numa tentativa de contribuir para a formulação de políticas para o segmento, identifica aspectos exitosos, entraves e potencialidades, e aborda questões referentes à mão-de-obra, formas de controle e gestão das empresas, características de mercado, formas de articulação internacional, fatores de êxito e insucessos na competição, uma visão do conjunto das estratégias das empresas e as tendências principais do segmento internamente. Buscando definir as características da demanda internacional quanto aos produtos apícolas, o texto leva em conta o resultado de uma prospecção do mercado externo, considerando aspectos como fatores que influenciam a demanda, exigências dos consumidores, o regime legal de importação, as tendências, os canais de distribuição e que medidas deveriam ser tomadas para tornar os produtos nacionais mais competitivos internacionalmente.

Palavras-chave:

Apicultura; Brasil – Nordeste; Desenvolvimento Sustentável; Prospecção de Mercado; Políticas Públicas; Planejamento Regional.

¹ Extraído de estudo elaborado pela Macrotempo – Consultoria Econômica S/C Ltda. e pela Consultoria Econômica e Planejamento (Ceplan), para o Ministério das Relações Exteriores e o Sebrae, executado pelo autor em 1998 e atualizado em 2002.

1 - INTRODUÇÃO

O presente texto procura analisar o desenvolvimento recente da apicultura nordestina, levando em consideração as condições de competitividade e de inserção das micro e pequenas empresas desse segmento no mercado internacional. A intenção é contribuir para a formulação de políticas públicas, identificando aspectos exitosos, possíveis pontos de estrangulamento e potencialidades do setor. O trabalho baseia-se em dados secundários de fontes oficiais, em investigação bibliográfica, em depoimentos de especialistas em apicultura na região e com micro e pequenos produtores, com empresas e com lideranças empresariais do setor. Considera também o resultado de uma prospecção de mercado externo em diversos países, realizada pelo Departamento de Promoção Comercial do Ministério das Relações Exteriores, visando definir as características da demanda internacional e as exigências desse mercado quanto aos produtos apícolas.

As entrevistas contemplaram o levantamento de informações referentes à mão-de-obra, formas de controle e gestão das empresas, características de mercado (perfil produtivo e perfil do mercado), formas de articulação internacional, fatores de êxito e insucessos na competição nos mercados, e uma visão do conjunto das estratégias das empresas quanto aos mercados e às tendências principais do segmento no mercado interno.

O segundo instrumento, referente à prospecção de mercado, baseou-se em relatórios que contemplaram informações sobre a situação dos produtos, enfocando apenas o mel natural e o extrato de própolis, nos mercados de diversos países (Argentina, Chile, Colômbia e Uruguai, na América do Sul; Canadá e Estados Unidos, na América do Norte; Alemanha, Bélgica, Inglaterra, Itália, França e Noruega, na Europa; e Japão, na Ásia), suas importações globais, fatores que influenciam a demanda, o regime legal para importação dos produtos, tendo em conta a base de imposição, as tendências de mercado nos seus diversos aspectos – padronização, embalagem, rotulagem -, os canais de distribuição, além de comentários acerca dos produtos

brasileiros e que medidas deveriam ser tomadas para tornar os produtos nacionais mais competitivos no mercado internacional.

2 - CARACTERIZAÇÃO GERAL DO SETOR

A apicultura brasileira, ao longo do tempo, tem passado por várias fases de desenvolvimento. A primeira baseou-se no aproveitamento das abelhas nativas; a segunda iniciou-se com a chegada das raças de abelhas européias; e a terceira coincide com a introdução, em território brasileiro, da subespécie africana, que se adaptou facilmente ao clima nordestino, chegando a atingir uma produtividade considerável.

Até recentemente, o setor apícola nordestino não possuía qualquer estratégia de mercado. Os negócios se davam de forma empírica e os apicultores pouco se pautavam por uma estratégia comercial. A apicultura era praticada de forma difusa, e mesmo os grupos empresariais itinerantes do Piauí e da Chapada do Araripe, entre Pernambuco e Ceará, praticavam uma apicultura primitiva e até mesmo predatória, embora de forma menos irracional que a exercida pelos pequenos produtores. Isso contribuiu para diminuir bastante a qualidade do mel nordestino e para reduzir a eficiência econômica desse setor na região. São fatos que ocorreram principalmente nos Estados do Piauí, Ceará e Pernambuco, maiores produtores apícolas do Nordeste, na década de 50 e na primeira metade dos anos 60. Em lugar de capturar os enxames para explorá-los com racionalidade, ateava-se fogo aos cortiços, após o que se praticava uma espremedura manual sem qualquer processo de centrifugação destinado a separar as impurezas.

As maiores dificuldades da apicultura brasileira foram sendo superadas à medida em que o manejo das abelhas africanizadas se aperfeiçoava. A produção de mel e a oferta no mercado interno ampliaram-se de tal forma que possibilitaram ao Brasil tornar-se um grande produtor de mel e dos demais produtos apícolas que interessam ao mercado mundial. No Nordeste, as abelhas africanizadas adap-

taram-se totalmente ao *habitat* natural, tendo em vista as semelhanças das características climáticas da região com as do seu local de origem, tornando a apicultura uma atividade de grande importância socioeconômica para a região, não só pela produção do mel, que ainda é o principal objetivo dos apicultores, mas também pela exploração de outros produtos como o pólen, a geléia real, a apitoxina (veneno) e, principalmente, a própolis, de maior demanda pelos mercados asiático e europeu.

Contudo, a produção de mel do Brasil ainda é bastante inferior à da China, Argentina e México, maiores fornecedores do produto em nível mundial, e mesmo à de alguns países da Comunidade Européia, a exemplo da Espanha e Alemanha, e até à dos Estados Unidos, um dos países líderes no mercado importador. Segundo relatório da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (Fao) (COUTO; COUTO, 1996), a produção mundial de mel para 1993 correspondeu a 1,176 milhão de toneladas, enquanto a América do Sul processou 84,8 mil toneladas, quantidade equivalente a apenas 7,2% daquele volume. Por sua vez, o Brasil responsabilizou-se por 23,7% da produção sul-americana (20,1 mil toneladas). Situava-se, então, como o 16º produtor apícola no cenário mundial, posição que chegou a se modificar sensivelmente em 1994 devido aos efeitos da ‘varroa’, um parasito que dizimou inúmeras famílias de abelhas em vários países apicultores. O Brasil apresenta a vantagem de dispor de um pasto silvestre, variado e abundante, como é o caso do nordestino, o que viabiliza o manejo migratório, permitindo uma produção sem interrupções. A produtividade aferida em muitas áreas da região corresponde a quase duas vezes a do melhor desempenho mundial, atingindo 100 kg/ano contra apenas 55 kg/ano obtidos no Canadá.

Nas condições do semi-árido nordestino, se praticada em bases racionais, a apicultura surge como mais uma opção econômica para o pequeno produtor rural. O grande potencial apícola da região, aliado à adaptação da abelha africanizada, necessita apenas de tecnologia apropriada para tornar a apicultura mais uma fonte de renda para o proprietário rural do Nordeste.

O Nordeste é uma das duas regiões do mundo (a outra localiza-se no México) que apresenta condições ideais e privilegiadas para produzir mel orgânico, sem quaisquer resíduos de defensivos agrícolas, utilizados nos grandes centros produtores rurais. Embora o mel produzido no Nordeste encontre alguns similares, em termos de nutrientes, no Sul e Centro-Oeste do País, a região possui uma vantagem importante pelo fato de a sua flora ser nativa. Enquanto, no Nordeste, as floras típicas são predominantemente silvestres, a exemplo da algaroba, angico, angelim, cipó-branco, cipó-uva, catanduba, marmeiro, umburana-de-cheiro, vassourinha-de-botão, entre outros, ou provêm de culturas que não requerem o uso de agrotóxicos, como o caju, nas outras regiões, as culturas mais utilizadas na produção apícola sofrem com a utilização de agrotóxicos, como é o caso da laranjeira e da macieira entre outras.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil produziu em 2000 cerca de 21,9 mil toneladas de mel de abelha, tendo o Nordeste sido responsável por 3,7 mil toneladas (17,1% da produção nacional). Destas, o Piauí respondeu por 49,7% do total produzido (ver TABELA 1), correspondente a 8,5% da produção nacional, seguido pelo Ceará e Bahia. Embora tenha produzido quase a metade do mel de abelha nordestino, o valor da produção do Piauí correspondeu a pouco mais de $\frac{1}{4}$ do volume de recursos oriundos do setor (26,4%), ao passo que, na Bahia, essa proporção equivaleu a 38,1%. Em 1995, a região possuía 391 municípios que produziam mel de abelha e, em 2000, já havia 544 municípios nessa condição.

A Bahia apresentou maior número de municípios produtores de mel de abelha no Nordeste (24,3%), seguida pelo Piauí (23,9%) e pelo Ceará (17,3%). Apesar de a Bahia possuir um número significativo de municípios produtores de mel (132), apenas 3 apontavam produção que excedia as 30 toneladas/ano, ao passo que, no Piauí, foram 16 os com produção acima desse nível. Além desses, anotaram-se 6 municípios no Ceará e apenas um no Rio Grande do Norte, em Pernambuco e no Maranhão (TABELA 2).

TABELA 1

NORDESTE: QUANTIDADE PRODUZIDA, VALOR DA PRODUÇÃO E NÚMERO DE MUNICÍPIOS PRODUTORES DE MEL (2000)

Estados	Qtde. Produzida (t)		Valor da Produção (R\$1.000)		Municípios Produtores	
	Nº ABS.	%	Nº ABS.	%	Nº ABS.	%
Maranhão	132,5	3,5	363,9	3,0	23	4,2
Piauí	1.862,7	49,7	2.827,1	31,9	130	23,9
Ceará	654,8	17,5	1.441,6	24,2	94	17,3
R. G. do Norte	171,1	4,6	702,2	4,3	50	9,2
Paraíba	30,0	0,8	206,0	4,0	24	4,4
Pernambuco	344,3	9,2	891,8	7,8	61	11,2
Alagoas	13,9	0,3	60,8	2,4	9	1,6
Sergipe	17,8	0,5	133,5	1,8	21	3,9
Bahia	520,9	13,9	4.073,1	20,5	132	24,3
Nordeste	3.748,0	100,0	10.700,0	100,0	544	100,0
Sul	12.670,1	-	45.327,8	-	-	-
Sudeste	4513,5	-	22.538,6	-	-	-
Brasil	21.865,1	-	86.640,3	-	-	-

FONTE: IBGE, Produção Pecuária Municipal, 2000

A atividade apícola comercial do Piauí é recente. Contudo, com a organização dos produtores em cooperativas e associações, o Estado vem apresentando resultados extraordinários nestas duas últimas décadas. Segundo o IBGE, a produção piauiense de mel de abelha atingiu, em 1995, cerca de 1.020 toneladas. Em 2000, a produção estadual registrou um crescimento de 177% em relação a 1995 no tocante à quantidade produzida (TABELA 1). Contando com inúmeras cooperativas e associações, o Piauí registra ainda a presença das maiores empresas apícolas da região. A história da produção apícola piauiense tem passagem obrigatória por três apicultores paulistas, os irmãos Arlindo e Arnaldo Wenzel e Américo Bende, que, em 1977, implantaram no Estado uma apicultura levada a cabo em moldes racionais.

Na mesorregião do sudeste Piauiense, mais especificamente nas microrregiões do Alto Médio Canindé (municípios de Campo Grande do Piauí e Paes Landim), de Picos (municípios de Colônia do Piauí e Picos) e de Pio IX (municípios de Monsenhor Hipólito e Santo Antônio de Lisboa), concen-

tram-se os maiores produtores de mel de abelha do Piauí, responsáveis por 33% da produção do Estado. No que diz respeito ao valor da produção, representam 37%. Outra área produtora de mel de abelha no Estado é a da microrregião de São Raimundo Nonato, localizada na mesorregião do sudeste Piauiense (municípios de Bonfim do Piauí, São Raimundo Nonato e Várzea Branca), que produziu 243,1 toneladas de mel em 2000 (TABELA 2).

Em 1997 estatísticas da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) indicavam a existência de 5.135 apicultores no Piauí, os quais operavam cerca de 282,5 mil colmeias. Destas, aproximadamente 47,4% (133,85 mil) achavam-se em produção naquele ano, sendo responsáveis por 4.564,8 toneladas de mel, o que correspondia a uma produtividade média de 34,1 kg/colmeia/ano.

O Ceará, segundo maior produtor de mel de abelha do Nordeste, tem nas mesorregiões do Jaguaribe - mais especificamente na microrregião do Baixo Jaguaribe (municípios de Alto Santo e Limoeiro do Norte) - e do sul cearense (microrregião do

Cariri, municípios do Crato e Santana do Cariri), as suas maiores áreas produtoras. Esses municípios responsabilizaram-se, em seu conjunto, por 8,8% do mel produzido no Nordeste e por 50,5% do mel produzido no Estado. Cumpre destacar, no plano municipal, os municípios de Santana do Cariri, que produziu 3,4% do mel regional e gerou recursos equivalentes a 3,2% do volume verificado na região (TABELA 2), e de Alto Santo, com participação de 2,6% do produto processado e 1,5% do respectivo valor da produção regional.

Além do Piauí, o Ceará e a Bahia estão a revelar, atualmente, um maior potencial para a exploração apícola no Nordeste, o que é fruto de toda uma ação voltada para o fortalecimento do setor. A realidade da apicultura cearense hoje chega a ser mais animadora até mesmo do que aquela referida pelas TABELAS 1 e 2, cujos dados correspondem ao ano 2000. Com o advento do Projeto Rainha, a apicultura cearense vem despertando o interesse principalmente dos pequenos produtores rurais. Nesse sentido, o município de Mombaça contava, em julho de 2002, com 220 apicultores, com 10.000 colmeias, apresentando uma capacidade instalada de produção anual de mel de abelha em torno de 300 toneladas, exportadas na sua maioria para a Europa. Como se pode observar, a produção desse município em 2000, segundo o IBGE, era de 40 toneladas, o que representa um incremento de 6,5 vezes.

Na raiz dos determinantes endógenos do êxito da apicultura cearense, afiguram-se a organização dos municípios, a estruturação das atividades em associações e cooperativas e a vontade dos produtores em prosperar. Como determinantes exógenos mencionam-se as ações do Projeto Rainha, a atuação da Cooperativa dos Criadores de Abelhas Melíferas do Ceará (Coopermel), os financiamentos do Banco do Nordeste à produção e implantação do projeto e a própria concepção do programa, organizado em comunidades com alguma oferta de infra-estrutura. Dentro os principais efeitos, destacam-se a melhoria da qualidade de vida das comunidades beneficiadas, a elevação da renda das famílias envolvidas e o consequente aumento do nível de consumo. O impacto externo de maior relevância reside no fato de o modelo de exploração apícola do projeto tornar-se uma referência para outros Estados que exploram a api-

cultura, a exemplo de Minas Gerais, Bahia, Tocantins, Mato Grosso e Maranhão.

Em Pernambuco, quarto produtor de mel de abelha do Nordeste, a região do Araripe vem se destacando como a mais promissora. Embora exista nessa área apenas o município de Araripina, que apresenta produção expressiva (acima de 30 toneladas), observou-se na região do Sertão Pernambucano, em 2000, uma produção de 279,3 toneladas de mel centrifugado. Estima-se que essa região conte atualmente com cerca de 120 apicultores que movimentam em torno de 5.000 colmeias, sem levar em consideração os apiários migratórios oriundos dos Estados do Piauí e do Ceará, nos períodos de grandes floradas.

Na Zona da Mata do Estado de Pernambuco, embora a apicultura se apresenta de forma pouco expressiva, a descoberta, por alguns produtores, da possibilidade de explorar as abelhas para aproveitamento de outros produtos, como própolis, geléia real e pólen, poderá servir como fator impulsionador do incremento da apicultura na área.

Outra zona promissora é a microrregião do São Francisco Pernambucano, que abrange os municípios de Petrolina, Santa Maria da Boa Vista, Cabrobó, Belém do São Francisco e Petrolândia. Ela possui grande potencial para a exploração apícola, tendo em vista as condições climáticas e a vegetação xerófita, que oferece vigor florístico, rico em néctar e pólen, além de uma exploração agrícola irrigada durante todo o ano. O principal fator limitante ao desenvolvimento apícola nessa área é o uso indiscriminado de defensivos agrícolas, de alta toxidez para as abelhas.

Devido ao crescimento apresentado pelo setor no Nordeste nos últimos cinco anos, a expectativa é de que, em futuro próximo, a região passe a contar com, aproximadamente, 40 mil pequenos apicultores. Levando-se em conta, como base para estimativa, que cada produtor possua 100 colmeias e que cada uma delas produza o equivalente a 50kg de mel/ano significaria uma produção de mel correspondente a cerca de 200 mil toneladas/ano, o que tornaria o País o maior produtor de mel da América do Sul e um dos maiores do mundo, podendo concorrer em pé de igualdade com a China.

TABELA 2
**NORDESTE: MUNICÍPIOS QUE PRODUZEM MAIS DE 20 TONELADAS
 DE MEL DE ABELHA (2000)**

Municípios	Quantidade Produzida		Valor da Produção	
	t	% s/NE	R\$1.000,00	% s/NE
Maranhão	93,00	2,5	232,50	2,2
• Santa Luzia do Paruá	93,00	2,5	232,50	2,2
Piauí	1.145,52	30,6	1.756,65	16,4
• Bonfim do Piauí	38,76	1,0	32,95	0,3
• Campo Grande do Piauí	215,00	5,7	408,50	3,8
• Colônia do Piauí	52,58	1,4	47,32	0,4
• Conceição do Canindé	54,63	1,5	71,02	0,7
• Esperantina	44,21	1,2	44,21	0,4
• Itainópolis	45,63	1,2	73,00	0,7
• Jaicós	48,24	1,3	72,35	0,7
• Luís Correia	30,00	0,8	75,00	0,7
• Monsenhor Hipólito	95,00	2,5	180,50	1,7
• Paes Landim	32,30	0,9	41,99	0,4
• Pedro II	35,99	1,0	79,18	0,7
• Picos	126,40	3,4	192,13	1,8
• Pimenteiras	30,45	0,8	42,63	0,4
• Santo Antônio de Lisboa	92,00	2,4	165,60	1,5
• São Raimundo Nonato	171,46	4,6	202,33	1,9
• Várzea Branca	32,87	0,9	27,94	0,2
Ceará	402,98	10,7	887,09	8,3
• Alto Santo	98,00	2,6	163,66	1,5
• Chorozinho	32,40	0,9	64,80	0,6
• Crato	45,16	1,2	132,32	1,2
• Limoeiro do Norte	60,40	1,6	102,08	1,0
• Mombaça	40,00	1,1	80,00	0,7
• Santana do Cariri	127,02	3,4	344,23	3,2
Rio Grande do Norte	89,86	2,4	404,35	3,8
• Apodi	89,86	2,4	404,35	3,8
Pernambuco	189,00	5,0	264,60	2,5
• Araripina	189,00	5,0	264,60	2,5
Bahia	202,00	5,3	1.856,80	17,4
• Caravelas	32,00	0,8	156,80	1,5
• Ribeira do Pombal	80,00	2,1	800,00	7,5
• Tucano	90,00	2,4	900,00	8,4
Total municípios maiores produtores	2.122,36	56,5	5.401,99	50,6
TOTAL NORDESTE	3.748,00	100,0	10.700,00	100,0

FONTE: IBGE, Produção Pecuária Municipal, 2000

3 - PRINCIPAIS PRODUTOS

A apicultura nordestina vem-se expandindo a cada ano, o que se deve ao interesse pelos bons preços alcançados pelos seus produtos, como mel, pólen, própolis, geléia real, principalmente para os adeptos da medicina natural, e à conscientização do papel polinizador sobre as plantas exercido pelas abelhas. A qualidade dos produtos, por sua vez, é fator fundamental, sendo essencial que os apicultores os conheçam e adotem manejos adequados.

O mel de abelha é um produto complexo e seus componentes químicos transformam-no em um elemento natural de altíssimo valor nutritivo. Como principal matéria-prima utilizada para produção do mel destaca-se o pólen, composto de proteínas, gorduras, minerais, água, carboidratos, antibióticos, enzimas, vitaminas e hormônios de crescimento.

Outro produto em grande ascensão no mercado é a própolis, que tem uso bastante difundido na medicina natural. Atualmente, é objeto de pesquisas científicas, tendo em vista suas propriedades biológicas: antibiótica, antiinflamatória, anestésica, cicatrizante, imunológica, antioxidante, entre outras. O consumo mundial de própolis vem aumentando ano a ano, despertando cada vez mais o interesse das nações produtoras de fármacos, que têm feito propostas para adquirir no Brasil quantidades sempre maiores do produto.

Apesar de vir-se destacando como uma área de excelência apícola, o Nordeste não tem tradição na exploração da própolis. Não existe um sistema de produção dirigido, mas apenas o aproveitamento através de raspagens. Porém, já há alguns produtores que aproveitam as reservas de própolis e comercializam-nas na forma *in natura* ou em solução alcoólica, usufruindo, assim, mais uma alternativa de renda.

Outro produto em expansão é a geléia real, rica em proteínas, açúcares reduzidos (frutose e glucose), minerais, todas as vitaminas, com destaque para a vitamina E, e hormônios sexuais. A produção da geléia real é um trabalho de laboratório e requer mão-de-obra especializada, exigindo dos apiculto-

res cuidados especiais para seu sucesso tanto na produção como na comercialização.

Porém, o mais recente e promissor produto da atividade apícola é a exploração da apitoxina (veneno da abelha), cuja dificuldade maior reside na sua extração, o que explica o alto valor comercial que esse produto atinge. O veneno da abelha é hoje bastante estudado no mundo, principalmente pela indústria de fármacos. Possui efeitos benéficos, atuando com resultados positivos comprovados nos casos de artrite, reumatismo, tonificação das células cerebrais e da musculação cardíaca, neurite e hipertensão. Devido a tais fatores, a apitoxina vem despertando, a cada dia, mais interesse de laboratórios internacionais. Um dos subprodutos da apitoxina, a dolapina, que equivale a uma fração correspondente a 2% do veneno da abelha, é 70% mais poderoso do que o mais forte antiinflamatório existente, a edometafina. Um miligrama desse produto era cotado no mercado, em 2000, em aproximadamente US\$ 400.

O problema ainda consiste em extrair a apitoxina em quantidade que traga ganhos de escala ao produtor. A Cooperativa Nacional dos Produtores de Apitoxina (Conap), com sede em Belo Horizonte/MG, tem-se utilizado de sistema praticado nos Estados Unidos e adaptado no Brasil pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), de Rio Claro, que corresponde a uma caixa de madeira coberta por chapa acrílica, com o piso composto por duas placas de vidro, por onde correm filamentos de metal ligados a uma bateria de automóvel. Essa caixa, colocada estratégicamente na entrada da colmeia, torna-se passagem obrigatória para as abelhas. A bateria é ligada e os filamentos emitem choques. As abelhas, para se defenderem da agressão, ferroam os filamentos e, não conseguindo penetrá-los, descarregam o veneno sobre eles, o qual escorre para as placas de vidro. A extração do veneno não causa mal algum às abelhas, deixando-as apenas agitadas. A colheita, no entanto, só deve ser feita a cada três dias. Em cada extração, a quantidade de veneno colhida é diminuta, somente 10 a 15 mg/colmeia e, desse total coletado, cerca de 20% se perdem no processo de purificação. Assim, para se obter ape-

nas um grama de veneno, necessita-se de algo em torno de 100 coletas, o que torna elevado o seu preço. No Brasil, apenas os laboratórios de farmácia de manipulação usam a apitoxina para desenvolver antiinflamatórios, utilizados no tratamento da artrite e do reumatismo. No entanto, é pretensão da Conap aumentar a produção através de difusão tecnológica entre os apicultores, inclusive do Nordeste, para alcançar o mercado externo. A Conap produzia em 2000 cerca de 3 gramas de veneno por mês, vendido na sua totalidade a laboratórios e farmácias de manipulação do país a um preço de US\$ 200 por grama.

No Nordeste, poucos são os apicultores que se interessam pela produção de apitoxina, principalmente por falta de conhecimento. Há apenas alguns produtores, no Piauí e no Ceará, que já produzem a pomada de apitoxina utilizada externamente como ungüento.

4 - CONSIDERAÇÕES SOBRE A PRODUÇÃO APÍCOLA NO NORDESTE: A VISÃO DOS PRODUTORES

Este item baseia-se em informações obtidas de entrevistas semi-estruturadas com 28 produtores do setor apícola nordestino, 32% representativos de pequenos apicultores, 22% de médios produtores e 46% de grandes apicultores. As entrevistas foram realizadas nos Estados do Piauí (municípios de Picos e Jaicós), Ceará (municípios de Crato, Barbalha e Pacajus), Pernambuco (municípios de Salgueiro e Petrolândia), Rio Grande do Norte (município do Apodi) e Bahia (município de Juazeiro).

A maioria dos produtores trabalha apenas com produtos *in natura*, registrando-se alguns que operam com o chamado mel composto, ou seja, o mel misturado em proporções predeterminadas com componentes produzidos pela própria abelha, como a própolis, geléia real e pólen e/ou outros elementos da flora medicinal, como agrião, alho, aroeira, co-paíba, eucalipto, guaraná, hortelã, malva, menta e romã, dentre outros.

A média de produção é de 50kg/colmeia/ano, quantidade que pode ser melhorada através de assistência técnica, orientação da distribuição dos apiários e número de colmeias por apiário para um aproveitamento adequado do pasto apícola. Um manejo adequado, com troca de cera no momento certo e substituição de rainhas de linhagens selecionadas com aptidão para maiores produções, baixa agressividade e resistência a doenças, é também um caminho correto para a melhoria da produtividade.

Um problema observado diz respeito à mão-de-obra utilizada no trato com as colmeias. Não existe seleção de pessoal e os próprios produtores se consideram auto-suficientes para desempenharem todo o manejo das abelhas, mesmo sem conhecerem quase nada sobre a sua biologia. Por outro lado, quando há necessidade de pessoal, contratam pessoas sem experiência, treinadas por eles próprios. A apicultura, mesmo sendo uma atividade antiga, ainda é desconhecida para a maioria dos homens do campo que, quando querem obter algum mel, fazem-no de maneira predatória, através da caça aos enxames, que muitas vezes são totalmente destruídos com fogo ou veneno. Tentando minimizar essa situação, alguns produtores utilizam uma parte do tempo dos trabalhadores, retirando-os provisoriamente das tarefas agrícolas para treinamentos voltados à exploração apícola.

Quanto ao perfil tecnológico, as empresas maiores dispõem de uma infra-estrutura que atende às exigências do Ministério da Agricultura. Algumas possuem, no seu quadro de pessoal, veterinários e farmacêuticos para os serviços de inspeção sanitária e operam com maquinários e utensílios adequados para todo o beneficiamento dos produtos que se dispõem a explorar.

As cooperativas, por sua vez, estão bem estruturadas para beneficiar os produtos para o mercado interno. Porém, se pretendem ter acesso ao comércio externo, necessitam de investimentos para aquisição de equipamentos mais sofisticados, a exemplo do desumidificador, que serve para desidratar o mel, e do descristalizador, que retorna o

mel cristalizado ao estado líquido, tornando o produto compatível com os padrões exigidos internacionalmente.

Quanto ao manejo, a apicultura nordestina ainda deixa muito a desejar, principalmente no que se refere ao melhoramento genético, à substituição de rainhas, à distribuição das colmeias, no caso da apicultura migratória, e à exploração de outros produtos apícolas, como pólen, própolis e geléia real, que exigem mão-de-obra especializada para tornar os produtos competitivos em qualquer mercado.

No que diz respeito ao faturamento, um produtor de pequeno porte, com apenas 100 colmeias, cada uma apresentando uma produtividade de 50kg de mel por ano, colhe, no seu conjunto, um volume correspondente a 3.570 litros (levando-se em conta que 1 litro de mel equivale a 1,4 kg). Considerando-se um total de 70% das colmeias em atividade produtiva, esse produtor dispõe de cerca de 2.500 litros para comercializar, o que significa um faturamento bruto de R\$ 5.000,00, com o litro do mel cotado a R\$ 2,00. Um apicultor de médio porte, com um apiário composto por 350 colmeias, apresenta uma produção média de aproximadamente 875 litros (mantidas as mesmas proporções acima determinadas), faturando algo em torno de 17,5 mil reais. Por sua vez, os grandes apicultores, aí incluídas as empresas apícolas nordestinas, apresentam, segundo as informações coletadas pela pesquisa, receita bruta que varia de 50 mil a mais de um milhão de reais, como é o caso das grandes empresas, cuja linha de produção contempla, além do mel, da geléia real, da própolis e da cera, a extração da apitoxina e a geração de abelhas rainhas.

É responsabilidade do apicultor levar ao consumidor um produto de qualidade e, para isto, é preciso contar com uma infra-estrutura adequada para o seu manuseio. Os produtos devem ser analisados quanto à sua qualidade, devidamente embalados em potes, garrafas ou frascos de "boca" larga, com rótulos e etiquetas atrativas. Alguns produtores destacaram a importância de se investir na imagem do mel nordestino, mostrando-o como produto de qualidades especiais, salientando o fato de

o mesmo originar-se de plantas nativas que não utilizam agrotóxicos ou defensivos agrícolas - o chamado "mel orgânico" - podendo-se alcançar, no mercado externo, preços superiores aos obtidos pelo mel comumente comercializado.

Quanto ao processo produtivo, este se relaciona diretamente com o manejo adequado do apiário, ou seja, com todos os trabalhos realizados nas colmeias direcionados para o tipo de produto a ser explorado. No manejo, deve-se observar a sanidade, a alimentação artificial, quando for necessária, a colocação ou retirada de melgueiras², a união e/ou divisão de família, a coleta de mel ou de outros produtos, a troca de cera, a substituição de rainhas e outras práticas. Esses trabalhos devem ser feitos de acordo com a época do ano e as necessidades da criação, com o objetivo de se conseguir uma boa produção, o que ocorre quando se obtêm de 40 a 50 kg de mel/colmeia/ano, com 70% das colmeias do apiário em produção (MOREIRA, 1993). Este resultado, porém, pode ser aumentado com a utilização de melhores técnicas e maior conhecimento sobre a vida das abelhas.

No semi-árido nordestino, verificam-se apenas duas estações climáticas anuais: a chuvosa, que geralmente ocorre no primeiro semestre do ano, e a seca, a partir do segundo semestre. A caatinga é a principal formação vegetal, apresentando grande número de espécies herbáceas, cujas freqüências e densidades dependem do período chuvoso, e espécies arbustivas e arbóreas, que são menos dependentes do regime pluvial. Como a grande maioria das plantas floresce durante a estação chuvosa, explica-se a presença de apicultores migratórios na caatinga nesta época do ano, o mesmo acontecendo com a grande produção de mel por parte da apicultura fixa.

As empresas que praticam apicultura migratória e colhem maiores quantidades de produtos, geralmente dirigem-se a cooperativas, a associações ou a comerciantes atacadistas para escoamento da

² Cortiços com favos de mel.

sua produção. Nas regiões com boa produção de mel, o associativismo vem-se fortalecendo. Micro, pequenos e até médios apicultores têm procurado reunir-se em torno de entidades associativas, de uso comunitário, principalmente no que concerne a atividades como a centrifugação, a pasteurização e o envase do mel, mediante o pagamento de taxa de administração. Por sua vez, é significativa a presença do comerciante atacadista nas grandes cidades – onde se localiza a expressiva maioria dos consumidores do mel e de outros produtos apícolas –, uma vez que ele atua como elo entre os produtores e os consumidores finais.

A empresa Wenzel, uma das precursoras da apicultura no Nordeste, ao se transferir de Bauru, em São Paulo, para Picos, no Piauí, teve como base sua experiência em conhecer e avaliar as floradas nativas. Para explorar essa descoberta, que inclui, no mínimo, seis floradas, a empresa pratica apicultura migratória, assim distribuída: de janeiro a abril, as colmeias permanecem em Picos (PI); de maio a agosto vão para Pacajus (CE); e no último quadri-mestre, as abelhas são levadas para a Chapada do Araripe, na região do Crato (CE). Com esse manejo apicultura/flora, essa empresa conseguiu, no início, com duas mil colmérias, uma média de 100kg/colmeia/ano. Hoje, devido ao grande número de apicultores na área e à má distribuição dos apiários, o que leva, em alguns casos, à saturação da pastagem apícola, a produção média é da ordem de 50kg/colmeia/ano.

A maioria dos apicultores entrevistados faz o manejo mínimo necessário, mas, mesmo assim, consegue-se uma produção média de 50 quilos/colmeia/ano. Isto demonstra a capacidade da flora local e, ao mesmo tempo, chama a atenção para a necessidade de uma boa orientação técnica que, certamente, aumentará em muito a produtividade.

Como pontos positivos da apicultura no Nordeste, destacam-se o clima quente, a flora rica em espécies vegetais fornecedoras de matéria-prima para as abelhas e a abundância de enxames. Uma das vantagens da apicultura é a facilidade para a sua implementação. Dependendo basicamente da

flora existente e das condições edafoclimáticas, os produtos apícolas apresentam uma alta produtividade e seu rendimento, havendo comercialização bem feita, chega a ser maior do que o obtido pela agricultura. Nota-se, por exemplo, que o homem do campo, com um pequeno apiário fixo e trabalhando apenas 30 horas/mês, pode obter um lucro maior do que o adquirido na atividade agrícola, dependendo, na tarefa apícola, muito menos tempo e dinheiro. Ademais, a exploração apícola não só eleva a renda como também se apresenta como um valioso componente da melhoria alimentar das famílias de baixa renda. O aspecto mais importante dessa atividade é a polinização das culturas agrícolas, responsáveis pela preservação de muitas espécies de plantas nativas que dependem da polinização cruzada. A produção de diversas culturas pode ser aumentada em até 300% apenas com a distribuição de colmeias próximas às áreas de lavoura durante a florada.

A apicultura regional não é reconhecida como fonte de emprego e renda, como um negócio empresarial, embora, em alguns Estados, como no Ceará e na Bahia, esse quadro tenha apresentado uma reversão. No Ceará, a infra-estrutura de processamento é a mais bem formada do Nordeste. O governo estadual, juntamente com o Banco do Nordeste do Brasil (BNB), tem incentivado os pequenos apicultores a ampliarem sua atuação, mostrando que a atividade é uma excelente oportunidade econômica para a área rural, mais rentável até do que outras preconizadas com certa ênfase, como a caprino-ovinocultura e a piscicultura. No Estado da Bahia, está se implantando o primeiro pólo apícola na região da Chapada Diamantina, através de uma parceria entre a Escola de Agronomia e a Escola de Medicina Veterinária da Universidade Federal da Bahia (UFBA), a Associação dos Apicultores da Bahia e o Banco do Nordeste, que está viabilizando recursos pela linha de crédito do Programa de Geração de Emprego e Renda (Proger). A meta dos apicultores baianos era, através de uma apicultura migratória, produzirem, já em 1999, 360 toneladas de mel, a serem, em larga parcela, exportadas para o Canadá. De acordo com estimativas da Federação dos Apicultores da Bahia, esse Estado respon-

sabiliza-se por cerca de 8% da produção nacional de mel, atingindo, anualmente, as 3 mil toneladas, movimentando 9 milhões de reais e ocupando cerca de 1,5 mil pessoas. Segundo essa fonte, a Bahia tem capacidade para produzir 100 mil toneladas de mel por ano, por ser a vegetação da zona semi-árida estadual bastante rica em plantas xerófilas, com elevada concentração de néctar e pólen. O que falta para tanto é mais incentivo governamental mediante financiamentos e fomento à assistência técnica.

No caso do acesso ao crédito, no Ceará, o segmento beneficiou-se pelo Projeto Rainha, o maior programa apícola do continente americano. Consiste em uma parceria entre a Cooperativa dos Criadores de Abelhas Melíferas do Ceará (Coopermel), o Núcleo de Tecnologia Industrial do Ceará (Nutec), o Serviço Brasileiro de Apoio à Pequena e Média Empresa (Sebrae-Ce) e o Banco do Nordeste. Atuava em torno de 200 comunidades em 2000, distribuídas em 50 municípios, tendo beneficiado 1.119 pessoas ou entidades de forma direta e 4.476 indiretamente, além do que proporcionou financiamento, por meio de convênio com o referido banco, a 78 associações comunitárias, envolvendo recursos no valor de R\$ 7,3 milhões.

Trata-se de um programa de fusão tecnológica que objetiva transformar o pequeno proprietário rural, que é, por natureza, um caçador e extermínador de abelhas, em apicultor. Visa dotar esse elemento de conhecimento básico sobre apicultura, de modo que ele possa criar abelhas racionalmente e tornar essa atividade uma fonte de emprego e renda para si e sua família. Em pouco tempo, a meta é transformar as pequenas unidades produtivas no sentido de levá-las a um padrão de qualidade adequado à comercialização interna e externa.

A despeito do Projeto Rainha, o segmento como um todo ressente-se da dificuldade para obter crédito. Deve-se salientar que, no contexto mais geral, as condições de financiamento para o setor são precárias, sobretudo para os apicultores de pequeno porte. As instituições bancárias fingem que estão disponibilizando recursos para a apicultura e o apicultor supõe estar recebendo um grande benefício.

Na realidade, não existe uma política de crédito que contemple o segmento de modo que se possa confirmar a existência de um consistente programa de financiamento. Existem apenas casos pontuais em que poucos produtores conseguem créditos específicos para a apicultura, oriundos do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE), Profat e Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf).

A condição de precariedade da população residente no semi-árido nordestino, bem como a dos produtores que lidam com a apicultura, não permite acesso da grande maioria deles a inovações tecnológicas no processo produtivo, sobretudo em face da agravante da falta de perspectiva de inserção em um mercado mais amplo. Salvo exceções para as empresas formalizadas, o processo produtivo é generalizadamente artesanal.

No que tange às questões mais gerais, parcela significativa das empresas do setor (71%) utiliza o controle de qualidade em todo o processo produtivo, demonstrando preocupação com a qualidade dos seus produtos. Quanto ao uso dessa técnica em relação aos insumos ou componentes, a prevalência das respostas recai sobre o controle no recebimento de todas as entregas (67%).

No que diz respeito às normas técnicas, 2/3 das unidades produtivas apícolas não as utilizam, ora por desconhecerem sua existência, ora por não terem interesse em usá-las. Acerca das normas técnicas empregadas no que se refere ao produto, ocorre praticamente o mesmo quadro relacionado ao processo, ou seja, pouco menos de 2/3 das empresas desconhecem ou, mesmo sabendo de sua existência, não as utilizam. Cerca de 29% valem-se das normas tradicionais do Ministério da Agricultura e apenas 10% praticam os padrões da série Norma Brasileira (NBR), ou seja, neste último caso, as empresas adotam um pouco mais as normas avançadas do que no aspecto referente ao processo.

Em referência às técnicas de organização da produção, destaca-se o fato de parcela significativa dos empreendimentos apícolas da região (57%) não

adotar nenhum procedimento nesse sentido, e que a prática mais utilizada é a de rodízio, de preferência nos postos de trabalho, empregada em 19% das unidades entrevistadas. Por sua vez, aparece em 9,5% das respostas a aplicação da técnica de círculos de controle de qualidade, aparecendo também o registro de 5% das empresas valendo-se de controle estatístico de processos, de células de produção e de (SIF).

5 - O MERCADO PARA OS PRODUTOS APÍCOLAS

5.1 - Inserção no Mercado Externo

Há aproximadamente 10 anos, todo o mel produzido na região era vendido para o Sul do país, mas, a partir da década de 1990, boa parte da produção passou a ser comercializada no próprio Nordeste e nas regiões Sudeste e Norte. Hoje, o mercado se estende por todo o país, sendo os maiores consumidores os Estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. Para os produtores entrevistados, o período correspondente ao segundo semestre do ano não é muito benéfico para essa comercialização. Isso, porém, se deve a uma questão cultural, visto que as pessoas associam o consumo de produtos apícolas ao período de inverno, que geralmente ocorre no primeiro semestre, quando se usam remédios preventivos ou corretivos contra afecções respiratórias ocasionadas pela instabilidade climática.

A pureza do mel e o seu sabor contribuem para que os produtos apícolas nordestinos sejam cobiçados no mercado externo. Países como Japão, Itália, Alemanha, França, Estados Unidos, Canadá, Nova Zelândia, Austrália, Chile e Argentina, dentre outros, têm demonstrado interesse em adquirir o produto da região. Embora sejam constantes as propostas para comercialização de produtos apícolas da região para fora do país, existe o fato de as empresas não apresentarem condições de atender o volume da demanda. Normalmente, essas propostas solicitam um volume de mel equivalente a 30 toneladas/mês, mas, dificilmente, qualquer empresa nordestina possui condições para atender tal demanda. Por isso, é importante pensar em trabalhos as-

sociativos, em cooperativas, em parcerias, pois, sozinhos, os apicultores da região não têm a mínima condição de chegar a níveis razoáveis de competitividade.

O setor tem dúvidas sobre o que fazer para que o seu mel e outros produtos apícolas sejam comercializados fora do país. Por outro lado, questiona-se a facilidade com que o mel de outros países chega aos supermercados locais, com preços bem menores que os do produto brasileiro, o que já começa a incomodar os apicultores nordestinos. Por isso, os produtores da região precisam rever seus custos, melhorar a produtividade e buscar incremento tecnológico, objetivando competir em todos os mercados, tanto em termos de quantidade como de qualidade dos produtos. Para que isto ocorra, é muito importante a união do setor, principalmente dos pequenos e médios apicultores, em associações e cooperativas, o que facilitará a comercialização e, principalmente, proporcionará um aumento na produção. Essa conjunção de esforços possibilitará, inclusive, a realização de pesquisas de mercado de interesse do setor e trará mais confiança aos consumidores, que passarão a dispor de mais informações sobre os produtos que estarão adquirindo.

Hoje, a participação das empresas do setor no comércio externo é diminuta (14% dos estabelecimentos pesquisados) e as empresas que possuem, no máximo, 2 anos de atividade comercial com o Exterior destinam apenas 10% de sua produção a esse mercado.

Os principais mercados para o mel regional correspondem aos blocos do Acordo de Livre Comércio da América do Norte (Nafta) (fundamentalmente Estados Unidos e Canadá) e da União Européia (Alemanha, França e Itália). O bloco asiático é representado essencialmente pelo Japão, para o qual 67% das empresas exportadoras da região vendem seus produtos, com destaque especial para o extrato de própolis, refinado ou na sua forma bruta.

As relações comerciais do segmento apícola nordestino com o mercado externo passam por uma

série de exigências que recaem sobre os produtos, sendo a mais recorrente a questão do padrão de embalagem. Sobre este aspecto, o mercado externo é muito rígido, exigindo que o mel seja envasado em *containers* (200 kg) de chapa galvanizada e que determinados artefatos utilizados na produção sejam de polipropileno ou de polietileno. Também pedem amostras para análise, de cuja aprovação condicionam-se os pedidos. Acontece que a legislação brasileira relativa ao setor é dúbia e pouco consistente, devido ao desconhecimento sobre o segmento apícola. Até bem pouco tempo, não existia na apicultura um controle de qualidade quanto à embalagem dos produtos, principalmente em referência aos equipamentos utilizados no processo produtivo.

Um dos caminhos para viabilizar a inserção do segmento no mercado externo é a participação em eventos internacionais de alimentos. É nessas rodadas de negócios, marcando presença em debates, em mesas redondas ou em estandes, que surgem as oportunidades de as empresas exporem seus produtos, e, geralmente, os apícolas ocupam um lugar de destaque nesses encontros. Quanto ao conhecimento do mercado externo por parte das empresas exportadoras de produtos apícolas, 37,5% delas acompanham as tendências do mesmo através da participação em feiras e congressos e da leitura de revistas técnicas.

O mercado externo segue um padrão de mel homogeneizado, tanto no que diz respeito à coloração quanto ao sabor, o que, no Nordeste, poderia contar pontos negativos. Por outro lado, é favorável o fato de o produto regional possuir umidade baixíssima. Isto impressiona muito por ser um mel que se assemelha à geléia, não sendo tão líquido quanto os demais. Pode ser consumido de várias formas, e uma característica fundamental e rara é que, apesar de possuir diversos sabores, de acordo com as florações, não modifica o sabor de um suco, de uma vitamina ou de uma fruta. Ele melhora o valor nutritivo dos alimentos sem mudar seu paladar, o que é um traço de extrema importância.

As empresas mais organizadas do setor só vislumbram a chance de a apicultura nordestina se in-

serir no mercado externo se houver, de fato, algum sistema de organização de transposição de fronteiras, dentre os quais os mais conhecidos são as parcerias, ou seja, as franquias, as *joint ventures* e o sistema multinível. Na medida em que essa organização, em rede, se consolide, o comércio exterior estará garantido, pois o mel nordestino, além de possuir alta qualidade, tem uma produção contínua durante o ano, o que não acontece nos países de clima temperado. Para que isso aconteça, será necessário um esforço concentrado no sentido de se organizar uma estrutura de produção apícola atomizada. Quando os órgãos de fomento governamentais, em todas as instâncias, puderem organizar a apicultura como empresa, estimulando os atuais produtores a terem uma consciência organizativa e empresarial, não há qualquer dúvida de que esse setor poderá inserir no mercado externo, mesmo conservando a fatia interna, que é ampla e cujos preços superam em mais de 40% aqueles praticados no Exterior.

É preciso ter-se uma visão da apicultura inserida no contexto de agronegócio e, dentro dessa perspectiva, há que se ver tudo o que está antes da "fronteira", o que está dentro dela e o que vem depois. O que está antes deixa muito a desejar porque os equipamentos utilizados no setor apícola são artesanais e de baixa qualidade. Na apicultura francesa, ou mesmo na que é praticada na República Tcheca, encontra-se toda uma cadeia de empresas que trabalham com uma verdadeira parafernália de insu- mos para o setor. Tem-se, nesses casos, um sistema horizontalizado, que, se fosse aplicado à região Nordeste, permitiria uma apicultura racional. Desse modo, haveria condições de proteger mais os produtos apícolas da região frente aos congêneres estrangeiros, como é o caso do mel argentino.

Apesar de os pequenos apicultores não vislumbrarem de imediato maiores perspectivas de se inserirem no mercado externo, para o Nordeste se consolidar como um grande exportador apícola, mesmo com todas as dificuldades encontradas, elas são bastante amplas. O que se precisa é diversificar a produção, inclusive no campo da química fina, através da exploração da apitoxina. Os subprodutos dela

derivados correspondem a essências de alto valor comercial, vislumbrando-se, a partir daí, um nicho de imenso potencial, na medida em que se organize a apicultura para esse fim. Isso, contudo, não se trata de tarefa fácil, pois, se o setor é desorganizado na elaboração dos seus produtos mais conhecidos, como são os casos do mel, da própolis, da geléia real e da cera alveolada, imagine-se uma linha que requeira tecnologia de ponta. É necessário que se tenha um laboratório que possa remeter para a “porteira” os padrões e a tecnologia imprescindíveis à exploração desse subproduto. O desafio, nesse caso, está muito mais na tecnologia de vanguarda, cujo domínio ocorre na França, no Japão e na Alemanha, e é um processo que custa caro.

É necessário que se faça uma reengenharia completa no setor, para que ele possa tornar-se competitivo, de modo a atender às exigências do mercado externo. Mesmo reconhecendo que a qualidade do produto não consista num problema, deve-se ressaltar que o próprio manuseio, a utilização adequada de insumos, a diminuição dos custos de produção e a existência de mão-de-obra especializada são desafios para um incentivo à competitividade no comércio exterior. Por sua vez, as fantásticas condições de produtividade do Nordeste esbarram na questão da comercialização, que é um dos maiores entraves ao desenvolvimento do setor. A prática comumente utilizada é a de negociação no chamado sistema “boca-a-boca”. Poucos são os produtores nordestinos que trabalham com distribuidores, como ocorre com algumas empresas localizadas, principalmente, nas Regiões Sul e Sudeste.

Quanto às barreiras tarifárias, é consenso entre os produtores apícolas que este é um dos maiores entraves ao desenvolvimento do ramo no Nordeste. O Estado não procura ver a apicultura como uma das saídas para melhorar as condições de vida do pequeno produtor rural e sim como um instrumento a mais de arrecadação de impostos. A carga de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), por exemplo, corresponde a 7% para a comercialização do produto mais conhecido, no caso, o mel. E isto porque se trata de um item da cesta básica. Se o mel for enriquecido com própo-

lis, esse tributo sobe para 17%. No cômputo geral, os impostos federais e estaduais consomem cerca de 20% do volume de recursos comercializados pelo setor. A única maneira que os apicultores vêm para poderem-se manter no negócio é atuar através do sistema clandestino de comercialização e, com isso, todos saem perdendo: o Governo, que se vê ludibriado pela sonegação; os apicultores que vêm aumentadas suas dificuldades de obter financiamento para o setor; os consumidores, que perdem em qualidade; e o setor apícola, de forma generalizada, que vê cair sua credibilidade.

5.2 - Perspectivas do Mercado Mundial

As prospecções de mercado, elaboradas pelo Ministério das Relações Exteriores através das embaixadas brasileiras localizadas em países considerados como mercados mais representativos, indicam que o mel destaca-se como o principal produto apícola demandado pelo consumidor externo. Sua procura é cada vez maior, principalmente devido ao movimento mundial em prol do consumo de alimentos naturais, em busca de uma melhor qualidade de vida e de um elevado padrão de saúde. O uso do mel se dá tanto como produto alimentar quanto como substituto do açúcar. Com o aumento do consumo de bebidas isotônicas, o mel é utilizado como adoçante em várias delas, uma vez que, além de um sabor distinto, oferece também frutose e glucose, importantes nutrientes contidos nessas bebidas. O mel entra, ainda, na composição de bebidas alcoólicas; em determinados segmentos das indústrias alimentícia e farmacêutica, devido a suas propriedades anti-sépticas, antibiótica e antibactericida; e na de cosméticos, onde se destaca pelo seu poder regenerador das células, por ser um elemento nutritivo para a pele, hidratando-a e aumentando sua elasticidade.

O comércio de mel apresentou uma escala crescente, a partir de 1993, de acordo com informações do International Trade Centre (1998). As importações mundiais do produto registraram, entre 1993 e 1996, um crescimento correspondente a 7,5% do volume exportado e de 71% no que respeita ao valor total dos negócios. O Mercado Comum Europeu responsabilizou-se, em 1996, por mais da metade da

importação do mel em nível mundial (54%), equivalente a quase 177 mil toneladas, seguido dos Estados Unidos, que mobilizaram pouco mais de 1/5 do volume dos negócios (68,3 mil toneladas).

Enquanto as importações de mel da União Européia mostraram um crescimento de 6%, entre 1993 e 1996, os Estados Unidos tiveram um volume de negócios 13% maior no mesmo espaço de tempo. O volume das importações da União Européia caiu de 55% do total das importações mundiais, em 1993, para 54% em 1996, ao passo que o mercado norte-americano elevou suas compras, entre esses mesmos anos, de 20% para 21%. Por sua vez, grandes países importadores aumentaram suas compras de mel, a exemplo do Japão, Canadá, Arábia Saudita, China e até do Brasil, que, em 1993, importava 1,8 mil toneladas, tendo passado a adquirir 4,3 mil em 1995.

Na União Européia, a Alemanha tem sido o maior importador de mel, responsável que foi por 59% das compras do produto naquele mercado em 1996 e 1997. No ranking dos demais importadores, situam-se, em ordem decrescente, o Reino Unido (15%), a Itália (8%), a Espanha (5%), a Bélgica (4%) e a França (3%). (INTERNATIONAL TRADE CENTRE, 1998).

Na União Européia, o produto mais procurado é o mel líquido, consumido na maioria dos países, principalmente na Alemanha. O mel sólido, mais cremoso, tem a Bélgica como seu principal consumidor, onde esse produto representa cerca de 70% da demanda total. Ele também é largamente consumido no Reino Unido e na Dinamarca, destinado basicamente ao consumo doméstico (85%), sendo o restante utilizado para fins industriais. Na Itália, a predominância da utilização do mel recai sobre as indústrias, principalmente a de gêneros alimentícios, que emprega 40% do produto importado na fabricação de “torrone”, um doce composto de mel, açúcar e nozes.

Os sete principais fornecedores de mel do mundo (China, Argentina, México, Alemanha, Hungria, Espanha e Canadá) movimentaram, em 1993, cerca de US\$ 230,5 milhões, equivalentes a 72,5% do valor total do mel comercializado em nível inter-

nacional. Em 1996, esse valor ascendeu a US\$ 397,1 milhões (73,2%).

No que diz respeito ao mercado norte-americano, estatísticas do *National Trade Data Bank* indicam que, em 1997, o país realizou importações de mel que totalizaram US\$103,7 milhões, dos quais 70,8% foram provenientes da Argentina, 17,3% vieram da China, 8,7% foram comprados ao México e 3,2% ao Canadá. Vale o registro de que o Brasil não exportou quantidade significativa de mel para os Estados Unidos.

De conformidade com dados estatísticos da FAO, a União Européia produziu 115 mil toneladas de mel, em 1996, principalmente nos países localizados na região mediterrânea (Espanha, França, Itália e Grécia), responsáveis por 60,9% do volume total (INTERNATIONAL TRADE CENTRE, 1998). A Alemanha, com 24 mil toneladas, foi o segundo maior produtor da União Européia (EU).

Na França, o mel é um produto bastante apreciado por ser um alimento natural, de consumo corrente, principalmente na alimentação infantil e dos idosos. Na Bélgica há cerca de 4.200 apicultores, com um total de colmeias estimado em mais de 200 mil. No que se refere à Noruega, a maior parte do mel que ali circula é originário da Argentina e do México. Na Itália, nota-se uma mudança progressiva na estrutura da base produtiva apícola, com a diminuição do número de operadores e o aumento da quantidade de colmeias por produtor. Há uma forte tendência ao fortalecimento das médias e grandes empresas do setor, em detrimento dos micro e pequenos produtores que não dispõem dos recursos técnicos necessários para superar problemas de ordem sanitária. O consumo aparente³ do mel na Itália equivaleu, em 1996, a 20,9 mil toneladas, quase o dobro da produção do país. Os principais fornecedores de mel para o mercado italiano são a Argentina, a Hungria e a Alemanha e, em menor escala, a Romênia e a Bulgária. Nos dois últimos anos, a

³ Volume produzido somado ao importado, e abstraindo as exportações.

China começou a oferecer um produto diferenciando a um preço bastante concorrente. No Reino Unido, o consumo de mel praticamente duplicou nos últimos dez anos, com o mercado apresentando-se bastante promissor, uma vez que a demanda por produtos naturais tende a aumentar. De 1994 em diante, a comunidade britânica importou cerca de 22 mil toneladas (90% do mel consumido), basicamente oriundas da China, México, Argentina e Austrália, que se responsabilizaram por 70% do mel consumido pelos ingleses a partir de então (EMBAIXADA DO BRASIL EM LONDRES, 1998).

No que se refere ao Japão, cerca de 90% do mel consumido no país é de origem estrangeira, sendo que 83% desse volume é oriundo da China. O Brasil participou, em 1997, com um volume de menos de 1% do valor das importações, o que evidencia um potencial imenso a ser explorado naquele país. A demanda japonesa pelo mel natural teve um crescimento significativo entre 1989 e 1990, com o surgimento do *honey drink*, refrigerante popular à base de mel com limão. Contudo, nos últimos 4 anos, a importação do produto vem decrescendo devido à reduzida demanda de mel de mesa e mel para uso industrial no mercado local. A aquisição do produto, que chegou a atingir 69,4 mil toneladas em 1990, viu seu volume, em 1997, reduzido a 50,6% relativamente ao daquele ano, totalizando apenas 34,3 mil toneladas.

Quanto ao mercado de cera, o Brasil situa-se no oitavo lugar no ranking de fornecedores do produto, tendo comercializado, em 1997, um volume correspondente a 3,3% das vendas totais em nível mundial. Os maiores produtores, em ordem decrescente, são: China, Alemanha, Estados Unidos, França, Federação Russa, Austrália, Tanzânia, Brasil, Holanda e Etiópia.

Outro produto apícola em que nosso País detém uma importância relativa no mercado mundial é o extrato de própolis, com ampla utilização nas indústrias de cosméticos e farmacêutica. A própolis tem no Japão o seu maior consumidor. É utilizada em cremes, xampus, cremes dentais, sabonetes e sachês de banho, produtos bastante popu-

lares no mercado local. A venda a varejo da própolis no mercado japonês envolveu recursos de US\$170 milhões, em 1997. Os japoneses consideram a própolis produzida no Brasil como a melhor do mundo, o que contribui para que as exportações brasileiras alcancem um volume anual de negócios de cerca de US\$30 milhões. De fato, 92% de todo o mercado de própolis japonês trabalha com matéria-prima do Brasil. Este desempenho tem levado outros produtores internacionais, como Argentina, Chile e China, a introduzirem primeiro seus produtos no Brasil, a fim de, posteriormente, exportá-los para o Japão, o que tem provocado inúmeras críticas dos produtores nacionais, pelo receio de que tal prática, entre outras coisas, venha a prejudicar o controle de qualidade do produto destinado ao Japão.

Grande número de países vem promovendo campanhas voltadas para a saúde, estimulando sua população a consumir produtos naturais, na busca, inclusive, de ter mais acesso ao lucrativo mercado de alimentos para esportistas. Aproveitando esse momento, o segmento apícola de alguns países tem lançado campanhas promocionais que apontam propriedades bactericidas nos seus produtos, auxiliares no tratamento de problemas digestivos e como fonte de energia facilmente digerível.

Os Estados Unidos, o maior país consumidor de produtos apícolas do mundo, após um ano bastante promissor, como o de 1996, no qual os preços se elevaram 31%, e as vendas, em termos quantitativos, atingiram aumentos de 22% relativamente ao ano anterior, alcançando uma cifra de US\$ 176 milhões, sofreram sensível retração de mercado, em 1997. Os preços reduziram-se em 15% e a produção local registrou queda de 3%. Isto foi provocado, em grande parte, pelas ações da Associação de Mel Sioux, cooperativa que controla aproximadamente ¼ do mercado de mel do país. A associação, após alguns anos ausente do setor, resolveu reingressar no mercado industrial baixando sensivelmente seus preços. As estatísticas oficiais indicam que o mercado para a importação do mel encontra-se em expansão, o que vem provocando um aumento da competição e a consequente queda geral nos preços.

O mercado norte-americano oferece aos seus consumidores uma extensa variedade de produtos à base do mel ou que o incluem na sua composição, tais como cereais, pães, carnes, pastas de amendoim, biscoitos, sorvetes, saladas, manteigas, além de iogurtes e outros. As perspectivas de consumo de produtos apícolas nos Estados Unidos baseiam-se em propaganda que se refere à base alimentar funcional, como fonte de energia, com várias vitaminas e aminoácidos, contendo menor teor calórico.

No Canadá, cuja população se conscientiza progressivamente sobre a importância do consumo de produtos naturais, um dos principais componentes na cesta de preferência dos consumidores tem sido o mel de abelha, o que contribuiu para que as importações desse produto quase duplicassem de 1994 para 1995.

O poder aquisitivo do povo francês, aliado à exigência de uma alimentação saudável, à base de produtos naturais, de preferência orgânicos, e o clima frio estão entre os fatores que influenciam bastante a demanda por produtos energéticos, naturais e de qualidade na alimentação cotidiana, como é o caso do mel de abelha. Outro fator que contribui de forma considerável para o desempenho do produto é a existência das indústrias de cosméticos, perfumaria e farmacêutica, extremamente desenvolvidas e prósperas, que utilizam de várias formas o mel de abelha na preparação de seus produtos.

No Reino Unido, cuja população é uma das mais conscientes quanto à importância do meio ambiente para a manutenção de uma boa qualidade de vida, houve campanha promocional maciça levada a cabo pela Associação de Importadores e Embaladores Britânicos de Mel (BHIPA), no sentido de mostrar o mel e seus derivados como produtos saudáveis e “amigos do meio ambiente”, o que fez crescer o uso do mel na indústria de alimentos e na confecção de “produtos naturais”. Ao longo dos últimos cinco anos, o Reino Unido tornou-se o único país da Europa a apresentar crescimento no consumo do mel, cuja demanda alcançou alto patamar, em que se deverá manter daqui por diante, numa faixa de consumo da ordem de 21 e 25 mil toneladas por ano.

Com relação à Argentina, o seu amplo território possui condicionamentos favoráveis à atividade apícola, tanto os ligados às condições climáticas quanto à flora ali existente, aliadas à experiência secular dos seus produtores. O país é o segundo maior produtor mundial, chegando a produzir entre 65 e 70 mil toneladas/ano, com 85% desse volume destinando-se à exportação, o que o torna também o 2º maior exportador mundial, com negócios que envolvem cerca de 59 mil toneladas/ano.

A boa aceitação do produto argentino no mercado internacional reside na sua qualidade no que diz respeito à coloração (branca ou âmbar extraclaro), ao aroma tênue e ao sabor suave, características fundamentais para que o mel possa ser utilizado como base para misturas. Ademais, o mel produzido no país apresenta valores de umidade de 16% a 17%, quando o limite internacional é de 20% a 22% de hidroximetilfurfural – HMF, equivalente a 9,7 mg/kg⁴ de acidez, correspondente a 12 mg/kg⁵, e de açúcares redutores de 71,2%⁶, padronização preponderantemente abaixo dos limites estabelecidos nas regulamentações internacionais. Tudo isto contribui para o forte poder de competitividade do produto argentino no mercado externo.

Na Argentina, existe um programa de apoio à atividade apícola, o “Programa Miel 2000”, no qual constam ações governamentais e privadas, objetivando a constituição de um Registro Apícola no qual todos os produtores sejam cadastrados, orientando-se também as empresas para que elas obtenham padrões de qualidade para a certificação dos produtos. Os órgãos participantes do programa responsabilizam-se pela coordenação da atividade, promoção da legislação específica, busca do crédito, além do treinamento no que diz respeito à gestão empresarial. Em 1995, iniciou-se o “Projeto Integrado de Desenvolvimento Apícola”, com a participação de órgãos governamentais vinculados à ci-

⁴ O limite internacional é de 40 mg/kg.

⁵ No mercado externo a exigência é de 40 mg/kg.

⁶ O limite inferior em nível mundial é de 65%.

ência e tecnologia, visando ao estabelecimento de normas de qualidade e certificação. Um dos objetivos do projeto é o estabelecimento de uma rede de informática que conecte, em todas as esferas, entidades, empresários e produtores comuns, fornecendo informações sobre preços de mercado (interno e externo) e de oportunidades comerciais, realizando levantamentos dos métodos e técnicas usados nas etapas de produção e promovendo a difusão de novas tecnologias.

O Serviço Nacional de Sanidade e Qualidade Agroalimentar (Senase) coordena a classificação do mel, normatiza sua habilitação e inspeciona os laboratórios que emitem os certificados. Existem 12 empresas registradas para essa atividade. No âmbito do Mercado Comum do Sul (Mercosul), as normas relativas aos produtos apícolas estão definidas na Resolução GMC nº 15/94, que aprovou o Regulamento Técnico sobre a identidade e qualidade do mel. No que diz respeito à própolis, a Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT) aguarda resolução do Governo para que possa promover o cadastramento dos produtos dela derivados.

6 - OS PRODUTOS BRASILEIROS E SUA COMPETITIVIDADE

A participação brasileira no mercado mundial de mel é ainda insignificante. Os dados levantados junto às Embaixadas do Brasil em diversos países apontam apenas a Argentina, a Noruega, a Alemanha e o Japão como compradores de produtos nacionais, mesmo assim em bases mínimas, ao se levar em conta a produção brasileira. As vendas para a Alemanha corresponderam, em 1998, a 6,2 toneladas (cerca de US\$ 10 mil), enquanto o Japão importou, entre 1993 e 1997, 17 toneladas do mel brasileiro (aproximadamente US\$ 66 mil). Sabe-se, inclusive, que as exportações brasileiras atualmente estão até aquém dos números constantes das prospecções de mercado enviadas pelo Ministério das Relações Exteriores, mas, mesmo assim, não têm maior representatividade diante do volume de negócios praticados no mundo no que diz respeito ao mel natural.

Quanto à cera, o Brasil detém alguma parcela do mercado mundial, situando-se na oitava posição como supridor do produto bruto e refinado. Chegou a arrecadar US\$ 1,12 milhões em 1997 com as vendas para o exterior.

Os produtos apícolas brasileiros, em especial o mel de abelha, possuem amplas chances de competitividade, desde que apresentem um *packaging* moderno e atraente. A inovação no desenho é prioritária para a inserção no mercado competitivo, concomitantemente a uma estratégia adequada de *marketing*. Esse é um dos fatores para o sucesso dos produtos apícolas argentinos. Os produtores desse país possuem uma visão clara da cadeia de distribuição, o que beneficia em larga escala o desenvolvimento das empresas locais e a comercialização dos produtos, comparativamente aos congêneres brasileiros.

Por sua vez, se for considerado o mercado do mel fracionado, comumente utilizado na grande maioria dos países, o brasileiro poderá competir em condições de igualdade e até levar alguma vantagem em termos de preço, decorrente tanto do seu tratamento tributário na exportação quanto dos custos dos fretes para a Europa, América do Norte e para o próprio continente sul-americano.

O mel produzido no Brasil é praticamente desconhecido na França. No entanto, como grande parcela da produção brasileira é originária de florestas do eucalipto e da laranja, dois tipos de mel importados em volume considerável por aquele país, bastante apreciados como antisséptico das vias respiratórias e como sedativo para os nervos, as chances de exportação do produto nacional são concretas. Trata-se mais de uma questão de *marketing* e de persistência.

Caso o Brasil passe a fornecer mel puro com garantia de qualidade, provavelmente contará com um bom mercado na Alemanha, principalmente no caso do mel originário de florestas nativas e de cafeeiras. Pelo seu paladar inconfundível e sua cor escura, é muito apreciado pelos alemães. Estima-se que as suas vendas poderiam alcançar um volume

entre 200 e 500 toneladas anuais. É necessário, porém, que o teor de resíduos químicos esteja de acordo com os padrões internacionais para o mel natural e que os preços cobrados sejam competitivos. O mel de florestas nativas, caso sua qualidade venha a convencer os importadores, provavelmente alcançará um preço melhor do que o praticado com relação às outras qualidades. Haveria, também, eventualmente, a possibilidade de colocação de mel de flores tropicais, tais como as de manga, maracujá e, principalmente, laranjeira, tendo em vista ser o Brasil o maior exportador de suco de laranja.

Como o Brasil possui um clima favorável à apicultura, além da sua vastidão continental, composta por uma biodiversidade rica em espécies fornecedoras de matéria-prima, sua variedade de especialidades serve como um atrativo importante, que pode tornar o país um dos líderes do mercado apícola mundial. Essa diferenciação por origem botânica é um fator importante a ser levado em conta para incrementar as possibilidades de negócios com o exterior. É necessário que ações promocionais revelem as características da produção nacional no contexto das novas tendências de alimentação natural orgânica e saudável.

Os países consultados através da prospecção de mercado enfatizam ser imprescindível que se desenvolva uma política de *marketing*, projetada a médio e longo prazos, visando a incrementar os negócios para o mercado externo. Outro aspecto a ser considerado diz respeito à apresentação dos produtos, com embalagens mais atrativas do que as já existentes, em recipientes de vidro ou de “cartão”, e que contenham no rótulo especificações da sua origem e da flora utilizada. Por ser o Brasil um país tropical, onde as frutas e flores são abundantes, ricas e variadas, traz ele na sua própria natureza todas as vantagens de competitividade no mercado internacional.

As sugestões dos importadores para a inserção no mercado competitivo envolvem questões muito variadas, destacando-se o investimento na qualidade dos produtos, o pronto atendimento às consultas e às demandas dos importadores, o investimento no planejamento da produção, a manu-

tenção de preços competitivos frente à concorrência, a produção de vários tipos de mel, a redução dos custos de transporte e das tarifas de importação, além da garantia de que os produtos contenham os requisitos necessários de acordo com as regulamentações internacionais no que se refere ao nível de umidade, ao grau de acidez, ao teor de açúcares redutores, à coloração, ao hidroximetilfurfural (HMF), ao teor em cinzas e ao índice de diástase. Por fim, é fundamental a participação dos produtores em feiras, rodadas de negócios e congressos internacionais, oportunidades muito importantes para a efetivação de relações comerciais.

7 - PROPOSTAS DE POLÍTICAS PARA O SETOR APÍCOLA

Um dos pontos fundamentais para o estabelecimento de políticas para o segmento apícola nordestino, objetivando inseri-lo no mercado competitivo externo, diz respeito ao conhecimento do setor quanto à legislação. O Ministério da Agricultura, órgão regulamentador dessa atividade no país, desconhece os procedimentos que deveriam ser específicos para os produtos apícolas. O conjunto de leis referente aos produtos do setor é o mesmo que regulamenta os laticínios, a fruticultura, a fabricação de doces e até o segmento rapadureiro. Não se entende, por exemplo, que a legislação estabeleça que o mel tenha um prazo de garantia de dois anos, quando se sabe que esse produto não comporta tal prazo, visto que não se deteriora. O setor deveria ser tratado com regulamentações e legislações específicas.

Muitos produtores possuem infra-estrutura razoável que os torna aptos a atender às exigências do mercado, mas, por não atenderem determinados pré-requisitos da inspeção federal, não recebem certificado de registro para comercializar sua produção, o que os induz a negociar de forma clandestina, prejudicando a imagem do setor. Poucas são as empresas apicultroras do país que conhecem a fundo os procedimentos para atuarem nos mercados tanto interno quanto externo.

Os nós críticos no que se refere às questões legais podem ser resumidos: na ausência de normas

técnicas específicas para a maioria dos produtos derivados da apicultura; na inexistência de regras fitossanitárias relativas a determinados produtos derivados do mel e à dificuldade de obtenção dos respectivos certificados; na burocracia demasiada do órgão controlador para certificar os produtos; e na excessiva tributação, que torna o segmento bastante vulnerável à competição externa.

Por sua vez, as ações das instituições governamentais, em nível dos três poderes, no setor apícola regional, não têm complementaridade nem simultaneidade, dando-se numa escala mínima de operações, situação que se agrava ainda mais pela difícil acessibilidade. Os serviços voltados para o desenvolvimento da apicultura são escassos. Isso acontece em todas as esferas de atuação, sejam elas referentes ao crédito, à assistência técnica, ao desenvolvimento científico e tecnológico e à especialização de recursos humanos.

Em relação ao crédito, o mercado de capitais, os agentes financeiros e os órgãos de fomento discriminam de certa forma a apicultura do país. Embora existam linhas creditícias para a agropecuária, destina-se pouca importância à sua disponibilidade para a apicultura. Os principais elementos restritivos do acesso do pequeno apicultor ao crédito residem nas condições exigidas quanto à rentabilidade e ao risco. A grande dificuldade de se obter crédito institucional torna o apicultor dependente das fontes informais de crédito, às quais recorre quando precisa de atender suas necessidades básicas de consumo e produção. A falta de interesse dos estabelecimentos de crédito no atendimento aos pequenos apicultores e às pequenas e médias empresas do segmento vincula-se a fatores que vão desde o custo das operações para aquelas instituições financeiras à incapacidade de aqueles produtores cumprirem os compromissos assumidos.

Alguns programas de crédito, como o Profat, que incluem entre seus objetivos a criação de alternativas para absorção de mão-de-obra, o apoio a atividades rurais e agroindustriais, em espaços geoeconômicos pouco desenvolvidos (como é o caso do semi-árido nordestino) e a capacitação

de mão-de-obra, parecem ainda não ter despertado totalmente para a importância socioeconómica da apicultura na região. O Proger, que tem dentre suas atribuições financiar projetos mistos para pequenos produtores, pequenas empresas rurais/industriais e cooperativas/associações, também não se sensibilizou para apoiar o setor apícola. O Programa Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) Automático, que absorve uma série de segmentos produtivos em níveis agroindustrial e agropecuário, também não considera a apicultura como prioritária dentro do seu amplo leque de setores.

Devido à atomização do setor e à sua falta de organização, o mercado apícola apresenta uma estrutura oligopsonista, na qual o produtor, que, na sua grande maioria, corresponde a pequenos agricultores, depende exclusivamente do intermediário para negociar seus produtos. O monopólio das informações que esse agente detém influencia no preço que pagará ao apicultor, implicando uma redistribuição de renda profundamente desfavorável para este último. Essa estrutura oligopsonista do mercado apícola deve-se, em muito, ao fato de o produtor não ter acesso aos mercados terminais, devido à sua pequena escala de vendas e à irregularidade no fornecimento dos produtos, bem como à limitação dos mercados locais.

No que diz respeito ao gerenciamento e planejamento, o nó crítico detectado refere-se à insuficiente capacitação dos produtores apícolas, de modo geral, para gerenciamento da produção, administração e comercialização. É latente a ausência de conhecimento de administração de associações e de cooperativas, o que tem afastado os produtores de participar desse tipo de movimento, apesar de grande parcela dos apicultores do Nordeste estar convencida de que a divisão de poder entre eles tem contribuído para a fraca atuação do setor, servindo como entrave ao seu desenvolvimento. A questão impeditiva da participação em movimentos organizativos é que, na opinião dos produtores, as entidades precisam apresentar uma missão mais clara. Essas instituições, afirmam, visam, na grande maioria, ao bem-estar apenas das suas diretorias,

precisando voltar-se exclusivamente para o benefício da coletividade. Têm que ser mais profissionais e menos amadoras.

Dentre os principais problemas que afetam o setor apícola regional, destacam-se, com maior evidência, o atraso tecnológico e a irracionalidade dos tratos na produção. A utilização de tecnologias inadequadas, principalmente no âmbito dos pequenos produtores, implica baixa produtividade do setor. O problema é que raramente são realizados estudos e pesquisas que possam vir a proporcionar melhorias genéticas dos animais, elevação do índice de sanidade e adoção de práticas conservacionistas. Para alcançar poder de competitividade no mercado externo, o segmento exige uma modernização tecnológica da produção, de modo que possa ampliar sua capacidade produtiva e comercial. No caso das empresas de pequeno e médio portes, observa-se uma infra-estrutura que atende às exigências do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAA), mas as cooperativas e os pequenos apicultores, de modo geral, precisam estruturar-se para beneficiar os produtos visando ao mercado externo, necessitando de investimentos para aquisição de equipamentos, de maneira a tornarem seus produtos compatíveis com os padrões exigidos no mercado internacional. Por outro lado, é preocupante o fato da desvinculação de financiamentos a pacotes tecnológicos, o que significa um certo atraso na política de inovações do setor visando à sua inserção no mercado competitivo.

Quanto à comercialização, deve-se destacar o desconhecimento dos mercados. É bastante restrito a poucas empresas o acesso a informações sistemáticas no que diz respeito ao ambiente no qual elas atuam ou pretendem atuar, no que concerne a correntes locais ou internacionais, sobre novidades nos processos produtivos ou acerca de tecnologias avançadas, fornecedores, clientes, preços, tendências de mercado e índices econômicos conjunturais, setoriais ou globais. Outro problema remete ao cumprimento dos prazos de comercialização e ao compromisso de atendimento do volume dos produtos demandados, no que tange ao mercado externo, muitas vezes não atendidos pelos exportadores. Em

parte, esses problemas estão atrelados à organização da produção, ocasionados pela grande atomização dos produtores, desorganizados e sem consciência organizativa e empresarial.

Ainda referente aos aspectos comerciais, um dos maiores entraves ao desenvolvimento do setor apícola nordestino corresponde às barreiras tarifárias. Em nível do mercado interno, a carga tributária, tanto federal como as estaduais, consome um considerável volume de recursos, o que remete o pequeno produtor a manter um sistema clandestino de comercialização, onde todos saem perdendo.

Acerca da capacitação, o problema mais latente diz respeito à mão-de-obra, que, de modo generalizado, pratica um manejo inadequado, e à exploração de produtos que exigem pessoal especializado.

Como potencialidades do setor, destacam-se as condições climáticas da região nordestina, amplamente favoráveis à produção apícola orgânica, com um *habitat* ao qual as abelhas adaptaram-se totalmente, tornando a produtividade apícola relativamente considerável. Praticada em bases racionais, a apicultura regional possui todos os ingredientes para se tornar uma expressiva atividade para o pequeno produtor rural. Com floradas típicas predominantemente silvestres, isentas da utilização de defensivos, os produtos apícolas da região tornam-se bastante cobiçados no mercado externo. Ademais, o mel regional possui um baixo teor de umidade, característica fundamental e rara, e que só existe nos produtos de boa qualidade.

Um fator que pode ser considerado como vantajoso para a apicultura nordestina diz respeito à procura de informações sobre os produtos da região por diversos países, principalmente do mercado asiático (Japão, Malásia e Singapura), da União Européia (Alemanha, Itália, França, Dinamarca e Noruega); dos Estados Unidos e Canadá, no continente norte-americano; e das distantes Austrália e Nova Zelândia, com alguns dos quais já existem determinados contatos e contratos de fornecimento já firmados.

Deve-se enfatizar, embora não propriamente como potencialidade, e sim como benefício à atividade agrícola de modo geral, a importância da apicultura como agente polinizador, resultando numa frutificação mais abundante, assim como na melhoria genética dos frutos e sementes, podendo elevar em até 300% a sua produção. As abelhas de uma colmeia alimentam-se pousando em milhares de flores por dia, realizando dessa forma um eficiente trabalho de polinização cruzada, fato que tem gerado, por parte de grandes empresas agrícolas, uma demanda para que os apicultores instalem suas colmeias nas proximidades das culturas por elas exploradas.

É importante salientar, ainda, algumas ações que vêm sendo realizadas no Nordeste visando à melhoria do pólo apícola. Dentre elas, destacam-se a implantação do pólo na região da Chapada Diamantina, no Estado da Bahia, resultado de uma ação conjunta envolvendo produtores, entidades de ensino e de crédito, de cunho público e privado; e o Projeto Rainha, no Ceará, em pleno funcionamento e com êxito garantido, elaborado pelo Sebrae e contando com a participação de órgãos governamentais e da iniciativa privada, cujo objetivo maior é o de mobilizar e sensibilizar comunidades rurais para transformá-las em potenciais apicultoras, levando-as a um padrão de qualidade adaptado à comercialização interna e externa.

Um dos maiores potenciais da apicultura nordestina reside na possibilidade de uso, na química fina, da própolis e, principalmente, da apitoxina, devido às suas propriedades consideradas de excelência pelas indústrias de cosmético e farmacêutica, fundamentalmente no que se refere ao último produto, cujo potencial de exploração ainda é bastante incipiente e posto que a cada dia se amplia sua utilização.

A primeira providência a ser tomada para dinamizar o setor é inserir a apicultura, hoje praticada de forma amadora, artesanal, numa visão de agronegócio. Fora dele, não se vislumbra a mínima possibilidade de que essa atividade se torne comercial, rentável, empresarial e profissionalizada. O que precisa ser feito é redefinir a visão sim-

plista do setor, buscando atingir as metas do agronegócio, e verificar até que ponto é importante elaborarem-se políticas adequadas como: o crédito, a inovação tecnológica e a compreensão dos mercados; bem como aquelas de índole aceleradora, como a capacitação, a educação, a própria condição de saúde do elemento humano para poder lidar com a apicultura. Depois, devem-se contemplar políticas controladoras, que são aquelas que normatizam o setor, de modo que se alcancem padrões de qualidade que possam tornar o segmento competitivo no mercado.

A visão estereotipada de que os pequenos agricultores nordestinos são tradicionais e passivos não se aplica aos produtores apícolas, que têm respondido aos incentivos do mercado, buscando novas oportunidades, visando à sua promoção social, e adotando, embora ainda de maneira tímida, inovações tecnológicas. Porém, seu comportamento é condicionado pelas limitações de recursos. É importante que a política agrícola do país abra espaço à pequena e média apicultura, de forma transparente e objetiva, tratando o segmento com obrigações que se harmonizem com a sua importância social e econômica. A percepção, por parte do governo federal, do papel exercido pelos pequenos agricultores e pelas pequenas e médias empresas que praticam a apicultura propiciará as condições para sua auto-sustentabilidade.

O processo produtivo do setor apícola, praticado, na maioria dos casos, de forma artesanal/industrial, requer uma conjunção de esforços, de modo que se possam aliar baixos custos, qualidade dos produtos, alta produtividade e atendimento ágil aos compromissos assumidos, em harmonia com a dinâmica do mercado. Para que isso ocorra, faz-se mister diversificar e até ampliar o segmento via estímulo tecnológico, que passa, fundamentalmente, pela disponibilidade de processos que permitam a difusão ampla de tecnologias de domínio restrito, hoje, a poucos produtores, aliada ao apoio dos incentivos fiscais e financeiros.

Se houvesse uma qualificação mais criteriosa dos órgãos controladores da política apícola, paralelamente

a uma conscientização do produtor do ramo, certamente aconteceria uma melhoria substancial das condições de produção e comercialização, mudando completamente o quadro da apicultura nacional. O setor considera de fundamental importância a revigoração da Confederação Nacional dos Apicultores para, a partir, daí se passar à definição e elaboração de propostas de especificações técnicas para o segmento.

Outra ação diz respeito à elaboração e encaminhamento, através dos canais competentes, de normas fitossanitárias específicas para os produtos derivados da apicultura, principalmente do mel, além de se procurar simplificar os procedimentos para obtenção da certificação dos produtos junto ao Ministério da Agricultura. É imprescindível que se analise a proposta de legislação específica para o setor com vistas a melhorar suas vantagens competitivas no mercado externo.

Quanto ao gerenciamento e planejamento, o bom funcionamento do setor requer que sejam identificados, elaborados e implementados programas de treinamento que englobem apicultores, cooperativas e empresas, de conformidade com as reais necessidades para modernização de processos e procedimentos. Esses treinamentos se dariam, basicamente, nas áreas gerencial-financeira – custos de produção, preços de venda, custo do retorno financeiro – e administrativa, fundamentalmente no que se refere ao associativismo e cooperativismo. É importante que se informe, conscientize e treine o segmento para que se adote uma postura empreendedora, com a formação de parcerias nacionais e internacionais, visando à modernização tecnológica e à consequente abertura da atividade para o exterior.

Em referência à comercialização, é fundamental a sensibilização dos pequenos apicultores para a importância da mudança do caráter amadorístico para o empresarial, estimulando-os a dominarem o mercado interno e a se inserirem no internacional. É necessária a realização de uma pesquisa permanente e com certa constância em termos de periodicidade acerca dos mercados consumidores e potenciais compradores no exterior e das tendências mundiais, no que se refere aos produtos apícolas, atra-

vés dos instrumentos de informação disponíveis e de outros que podem ser criados.

A questão da comercialização passa pela promoção comercial do produto nordestino, no próprio país e no exterior, por meio de campanhas publicitárias através de missões empresariais, pela participação em eventos – feiras, rodadas de negócios, seminários e mesas redondas, além da divulgação através de folhetos, enfatizando a origem dos produtos locais, de plantas nativas, a sua qualificação como material orgânico isento de impurezas e da ação nociva de agrotóxicos ou defensivos agrícolas. É necessária a criação de um “selo verde” para certificar a qualidade natural do produto, que faz o seu diferencial em relação a outros competidores nacionais e internacionais. Cabe, ainda, promover o estímulo à rede de varejo local (nordestina) a valorizar os produtos regionais, principalmente devido à sua qualidade, comprovadamente superior aos de outras regiões brasileiras.

Para o bom desempenho do setor, deve-se minimizar o papel dos intermediários na distribuição e comercialização, sobretudo no que diz respeito à inserção do produto no mercado externo. Isso poderia ser atingido através do incentivo à formação de cooperativas, associações e *trades*.

Acerca da logística da comercialização, a ação requerida seria a de instrumentalizar o produtor para atender às exigências relativas à armazenagem, embalagem, transporte, documentação e outros aspectos referentes ao comércio exterior, através de informação e cursos ou mesmo via assistência técnica direta. Ainda sobre esta questão, é fundamental a identificação de parceiros comerciais para distribuição e facilitação da logística do produto.

A respeito do crédito, a principal ação que o setor exige é a criação de um Fundo de Aval. Por sua vez, é pertinente uma sensibilização das entidades financeiras para que elas passem a reconhecer a apicultura como uma atividade empresarial. A atual conjuntura busca uma atuação junto aos principais órgãos de financiamento e de fomento para adequar crédito, financiamento, prazos e garantias para

o segmento, procurando simplificar os procedimentos administrativos.

Uma exceção ao descaso com que o segmento apícola nordestino é tratado pelas instituições creditícias é o Banco do Nordeste, que apresenta, dentre as linhas de fomento ou opções de financiamento, o Proger e o Profat, ambos no âmbito do Fundo Constitucional de Financiamento do Nordeste (FNE). Contudo, a atuação desses benefícios no setor ainda é bastante incipiente. Assim, uma das ações exigidas é a elaboração de uma proposta para negociar a canalização de parte dos recursos de apoio ao micro, pequeno e médio produtores apícolas, como os já mencionados Proger e Profat, além de outros, a exemplo do Fat, do Pronaf e do Programa de Crédito Especial para a Reforma Agrária (Procera), dentre outros.

No que diz respeito à tecnologia, o papel dos governos federal e estaduais, através dos seus institutos tecnológicos, é de fundamental importância. As ações desses órgãos, se bem delineadas e executadas, impulsionarão a *performance* pouco dinâmica que o setor apresenta hoje. Para superar estas dificuldades, os órgãos de fomento deveriam preocupar com a melhoria da qualidade dos animais e com a elevação do seu estado sanitário. É importante que se promova uma oferta de crédito para a instalação de centros de excelência tecnológica em locais estratégicos. Deve-se instituir uma política que permita ao setor planejar e obter usos mais racionais dos recursos existentes, sua coordenação, bem como o acompanhamento da execução dos projetos de pesquisa, deveria ser atribuída a um organismo específico para o segmento apícola.

Dentre as principais ações, poderiam ser destacadas: a identificação de parcerias em universidades nacionais e/ou estrangeiras, institutos de pesquisa e empresas, visando ao intercâmbio e cooperação tecnológica; o estabelecimento de contatos com universidades e institutos de pesquisa, privilegiando aqueles que desenvolveram equipamentos para a exploração de produtos apícolas, com vistas à cooperação ou à aquisição dessas tecnologias; a elaboração de pesquisas sobre a melhoria de pro-

cessos produtivos e a qualidade dos produtos apícolas; a participação em programas de tecnologia do Sebrae ou de outros órgãos; e a promoção de seminários sobre inovação tecnológica no setor, tanto em nível nacional quanto internacional.

Ainda a respeito da tecnologia, é de bom alvitre a difusão de *know-how* para a produção de determinados produtos derivados da apicultura, tais como a própolis e a apitoxina, utilizados na química fina, com tecnologia de ponta, e que possuem grande potencial de comercialização tanto no mercado interno quanto no externo. É necessária também a implantação de laboratórios (incubadoras) para transferências de padrões e tecnologias, imprescindíveis, principalmente, à exploração da apitoxina. Por sua vez, é importante o intercâmbio, visando à realização de pesquisas de tecnologia de ponta desenvolvida pelo Japão, Alemanha e França, no campo da química fina, sobre a apitoxina e a própolis.

No que diz respeito à capacitação, as principais ações resumem-se em: realização de cursos básicos de comércio exterior e sobre manejo da produção; organização de palestras, *workshops*, seminários e visitas técnicas, dentre as quais poderia ser mencionada uma missão à China, maior produtor apícola do mundo, na busca de *know-how* sobre capacitação de pequenos produtores apícolas; e a participação em feiras, missões empresariais e rodadas de negócios no país e no exterior. Especificamente, poderiam ser realizados seminários que tratassesem de alternativas da produção do setor apícola nordestino e treinamentos para utilização e manejo de equipamentos modernos. Por sua vez, seria importante a elaboração de perfis sobre os produtos apícolas e seus derivados, principalmente no que diz respeito à própolis e à apitoxina.

Ainda no que se refere à capacitação, o desconhecimento acerca da administração de associações e cooperativas exige que seja providenciado treinamento específico sobre o assunto. Os produtores apícolas, principalmente os de pequeno porte, consideram que, concentrando-se associativamente, a fraqueza do segmento será eliminada e substituída por soluções compensatórias, tanto no

que diz respeito ao ponto de vista tecnoeconômico quanto da perspectiva do desenvolvimento integrado. Através da produção e comercialização cooperativas, poder-se-iam transferir para o pequeno apicultor as vantagens de uma economia de escala. O acesso a determinados fatores de produção, especialmente o crédito agrícola, torna-se mais fácil quando solicitado via instituições associativas. No Brasil, como existe uma certa facilidade para o pequeno produtor se agrupar em entidades desse tipo, o gargalo, nesses casos, corresponde à inexperience das pessoas em administrar as instituições criadas. Nesse caso, é importante realizar programas de treinamento, tanto em assistência técnica quanto na administração, que possam orientar os produtores, de modo que eles organizem da melhor maneira as entidades criadas. Por sua vez, na medida em que se propõe a integração ativa desses produtores em uma nova estrutura produtiva, é condição fundamental que eles estejam bem treinados e que tenham acesso a incentivos fiscais e financeiros.

Agradecimentos

O autor agradece as colaborações feitas pela economista Maria de Lourdes Rodrigues e pelos pesquisadores Hélio Moura e Morvan de Mello Moreira, da Fundação Joaquim Nabuco.

Abstract

The article aims to analyze the development of apiculture in Brazilian Northeastern Region from competitiveness point of view, with the objective of inserting its products into international market. With the intention of contributing for the formulation of apiculture policies, the author identifies that sector's positive aspects as well as its hindrances and potentialities while he also discusses beekeepers situation, control methods, management of the business, market's characteristics, international ways of articulation, success factors, competitiveness failures, enterprises' strategies and internal main tendencies. In order to define the international demand's character for apiculture products, the article takes into account the conclusion reached by a research on the international market

which has considered following aspects: demand's influences, consumers' needs, importing rules, tendencies, distribution channels, and what measures should be taken to make Brazilian apiculture products more competitive abroad.

Key-words:

Apiculture; Brazil - Northeast; Sustainable Development; Market Research; Public Policies; Regional Planning.

REFERÊNCIAS

BOLUN, S; CHONGXI, W. **Novos fatores contribuindo para a longevidade humana: geléia real, pólen e mel.** Beijing, 1994.

CERRI, C. Celeiro doce. **Globo Rural**, v. 9, n. 102, p. 40-48, 1994.

COUTO, R. H. N.; COUTO, L. A. **Agricultura: manejo e produtos.** Jaboticabal: FUNDAP, 1996. 154 p.

DAFNI, A. **Pollination ecology: a practical approach.** Oxford: University Press, 1992. 249 p.

DONADIEU, J. **La gelée royale.** Paris: Librairie Maloine, 1981. 78 p.

EMBAIXADA DO BRASIL EM LONDRES. **Mel.** Londres, 1998. 21 p. (Série Mercados do Reino Unido, 5).

FAO. **Tropical and subtropical apiculture.** Rome, 1986. 283 p.

FARIA, J. A. F. Embalagem e conservação de mel de abelhas. **Informe Agropecuário**, v. 9, n. 106, p. 61-66, 1983.

INTERNATIONAL TRADE CENTRE. **Exporting honey and beeswax to the European Union: an overview of import trends and trade contacts in the European Union.** Geneva, 1998. 62 p.

KAAL, J. et al. **Traditional bee management as a basis for beekeeping development in the tropics**. Bennekom, 1993. 86 p.

MARTINHO, M. R. Produção de rainha de abelhas: Apis Mellifera Linn. **Informe Agropecuário**, v. 9, n. 106, p. 34-36, 1983.

MOREIRA, A. S. Polinização das abelhas aumenta produção das lavouras. **A Lavoura**, p. 30-43, jan./fev. 1993.

MORSE, R. A. et al. **The ABC and XYZ of bee culture**. 4. ed. London: Cornell University Press, 1990. 516 p.

PINHO FILHO, R. **Apicultura**. Cuiabá: SEBRAE, 1997. 100 p. (Coleção Agroindústria, v. 10).

QUEIROZ, M. L. de; SIQUEIRA, A. M. E. **Curso de tecnologia para a agropecuária do semi-árido nordestino**. Brasília, DF: ABEAS, 1989.

RIBEIRO, M. C. M. **Curso de análise de própolis**. Pindamonhangaba: Instituto de Zootecnia, 1997. 16 p. Mimeografado.

ROUBIK, D. W. **Ecology and natural history of tropical bees**. Cambridge: University Press, 1992. 514 p.

TOLEDO, L. R. Majestades da fartura. **Globo Rural**, v. 10, n. 116, p. 32-38, 1995.

TOLEDO, L. R.; GUERRA, R. Lucro até na ferroada. **Globo Rural**, v. 6, n. 63, p. 27-30, 1991.

WIESE, H. **Nova apicultura**. 6. ed. Porto Alegre, 1989.

WINSTON, M. L. **The biology of the honey bee**. London: Harvard University, 1991.

Recebido para publicação em 04.DEZ.2002.