

ABASTECIMENTO DE ALHO NO MERCOSUL E A CONCORRÊNCIA ORIENTAL¹

Antonio Roger Mazzei²
Waldemar Pires de Camargo Filho³

1 - INTRODUÇÃO

O cenário mundial é caracterizado pela globalização econômica, com os países se integrando em blocos. Importantes mercados regionais supranacionais são a União Européia (UE), o North America Free Trade Agreement (NAFTA) na América do Norte, no oriente, a Cooperação Econômica do Pacífico Asiático (APEC), e na América do Sul, o Mercado Comum do Sul (MERCOSUL).

A criação desses mercados visa fortalecer o comércio dentro do bloco, privilegiando as vantagens econômicas na produção e a comercialização de produtos de bens para cada um dos seus integrantes, proporcionando maior poder de barganha no comércio entre os blocos econômicos. Nesse contexto a agricultura está sofrendo influências em suas relações de troca dentro de cada comunidade econômica. Recentemente no mercado de hortaliças, no Brasil, apareceu a concorrência de produtos originários do Hemisfério Norte.

O objetivo deste artigo é evidenciar aspectos de preços e da produção de alho no mercado brasileiro e no MERCOSUL e as consequências da participação do alho chinês no abastecimento.

2 - HISTÓRICO

O alho é originário da China (Songária) e o seu uso foi difundido pelo mundo antes da

era cristã. No Brasil é usado como tempero na forma de pasta (com sal, cebola e outros condimentos), ou o que é mais comum, *in natura*. Também é utilizado como planta medicinal para extração de óleo do bulbilho que possui características de antibiótico natural.

O alho é o principal produto olerícola, cujo abastecimento se faz com estoques. No Brasil, até a década de 70, o suprimento era realizado com produtos brasileiros e de outros países dos Hemisférios Sul e Norte em épocas distintas. De forma que, no último trimestre do ano e no primeiro semestre, o Brasil era abastecido com alhos nacionais e provenientes da América do Sul. No segundo semestre havia a participação dos alhos do Hemisfério Norte, os chamados extra-zona. Nessa época, o Brasil importava 50% da necessidade⁴.

Nos anos 80, o Plano Nacional de Produção e Abastecimento de Alho no Brasil, (PLANALHO) tinha como objetivos gerais melhorar a produção e a comercialização do alho, além da difusão de seu uso e incentivo à industrialização⁵. Com isso, ao final da década de 80, as importações do País caíram para cerca de 20% da demanda.

Nos anos 90, apareceu no cenário da alhicultura brasileira a criação do MERCOSUL (em 1990) e a expansão comercial da China com produtos abaixo dos preços históricos caracterizados como práticas de *dumping* no mercado mundial.

No período 1989-92, a importação brasileira oscilou entre 12.600 e 26.919 toneladas

¹Os autores agradecem a colaboração do Pesquisador Científico Walter José Siqueira do Instituto Agrônomo.

²Economista, MS, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola.

³Engenheiro Agrônomo, MS, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola.

⁴Camargo Filho, Waldemar P. de & Mazzei, Antonio R. Abastecimento e preços de alho. *Informações Econômicas*, SP, v.24, n.12, p. 9-59, dez. 1994.

⁵Brasil. Ministério da Agricultura. PHOHORT - Programa de apoio à produção e comercialização de produtos hortigranjeiros. Brasília, 1977. 100p.

anuais e o fornecedor majoritário foi a Argentina, seguido da Espanha com menor quantidade e freqüência. No entanto, partir de 1993, a participação da China começou a desequilibrar o mercado brasileiro em razão da quantidade oferecida e dos preços praticados.

Em 1994 foram internalizadas no mercado brasileiro 53.800 toneladas de alho, sendo 51% de procedência chinesa e 49% da Argentina (Tabela 1). No biênio 1991-92, a quantidade importada equivaleu a 23% do total consumido e no triênio 1993-95 a 35%, com drástica diminuição da área cultivada no Brasil.

3 - REGIONALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO

O cultivo do alho é realizado através da reprodução vegetativa, requer cuidados especiais na produção e em seu melhoramento genético, dificultando a obtenção de variedades adaptadas. No entanto, com o PLANALHO, houve estímulo à produção em novas regiões brasileiras e melhoria da qualidade. No início da década de 90, a produção se distribuía entre os Estados de Santa Catarina, com 32%, e Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Goiás com cerca de 16% cada um e o restante era preenchido pelos Estados do Espírito Santo, São Paulo e Paraná, (Tabela 2).

O alho para consumo *in natura* segue padrões exigidos comercialmente. São embalados em caixas ou sacos de 10kg, sendo mínima a quantidade comercializada em rêsia. O alho comercializado em geral tem o bulbo inteiro, com todos os dentes (bulbilhos) e revestido da túnica (casca que cobre os bulbilhos). O alho em geral é branco ou roxo, e esta característica é dada pela sua cor interna. O número, o tamanho dos dentes e a uniformidade da túnica determinam se o alho é nobre ou não. O alho industrial é aquele em que os bulbos se partiram e não são mais considerados nobres diante da classificação comercial.

Para a produção em regiões de clima temperado ou frio, os estoques para semente são guardados normalmente à temperatura ambiente. Para a produção em regiões subtropicais o armazenamento requer cuidados especiais e pode se aplicar choque frio na semente durante algumas semanas (6 a 8), e a determinada temperatura (4 a 8 graus Celsius) para que se aumente a precocidade da bulbificação e melhore sua qualidade. Este processo é chamado "ver-

nalização da semente"⁶. O cultivo no Sudeste e Centro-Oeste brasileiro tem aumentado graças a essa técnica que viabiliza a obtenção de bulbos nobres em agosto e setembro, quando os alhicultores vendem a preços semelhantes do produto importado.

4 - CARACTERIZAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA

O Ministério da Agricultura, do Abastecimento e da Reforma Agrária (MAARA) juntamente com as Secretarias Estaduais da Agricultura exercem papel importante no segmento de pesquisa e extensão. A Associação Nacional de Produtores de Alho (ANAPA), com sede no Rio Grande do Sul, é uma entidade líder no setor produtivo juntamente com as cooperativas e outras formas de associações de produtores nos Estados. A cultura do alho utiliza-se moderadamente de todos os insumos próprios da olericultura, inclusive maquinarias. A mão-de-obra participa com 16% do custo operacional, os insumos, inclusive sementes, com 45%. Em Santa Catarina, o custo operacional de produção é de US\$6.946,00 por hectare para produtividade de 6 toneladas, resultando em US\$1,16/kg. O alho industrial (comercializado solto) possui custo que varia entre 60% e 80% do alho nobre, dependendo da qualidade e tamanho dos dentes. O valor de R\$10,00/kg caixa de 10kg é o custo de produção modal dos alhicultores com nível tecnológico médio⁷.

A indústria de insumos e a maquinaria a montante do setor produtivo de alho não exerce grande influência sobre a decisão dos alhicultores. A melhoria tecnológica e disseminação de cultivares fica a cargo dos produtores mais tecnicizados e do governo (estadual e federal). Exemplo é o alho Chonan, que leva o nome do alhicultor que o selecionou, e autoridades governamentais contrataram sua produção para difundir o cultivar. No setor produtivo, via de regra, o alho é uma hortaliça a mais para preencher o cronograma anual de produção, dificilmente é a cultura principal como fonte de renda da propriedade.

O alho importado ou o nobre nacional determinam o preço do mercado. Aquele que

⁶Pedro Junior, Mário J. *Instruções agrícolas para o estado de São Paulo*. Campinas: IAC, 1987. 231p. (Boletim, 200).

⁷Informe Conjuntural. Santa Catarina, v.11, n.473, out. 1993.

TABELA 1 - Quantidade Importada e Produção de Alho no Brasil, 1971-95

Período	Quantidade importada (A) (t)	Produção nacional (B) (t)	Total geral (C) (t)	(A)/(C) (%)	(B)/(C) (%)
1971-75	34.196	32.012	66.208	51,65	48,35
1976-80	31.309	30.049	61.358	51,03	48,97
1981-85	19.360	51.716	71.076	27,24	72,76
1986-90	15.863	65.753	81.616	19,44	80,56
1991	23.099	85.165	108.264	21,34	78,66
1992	26.919	78.889	105.808	25,44	74,56
1993	46.924	86.276	133.200	35,23	64,77
1994	53.800	84.154	137.954	39,00	61,00
1995 ¹	27.967	59.939	87.906	31,81	68,19

¹Quantidade importada até abril.

Fonte: Anuário Estatístico do Brasil (1971-90), Levantamento Sistemático da Produção Agrícola (1990-95) e Secretaria do Comércio Exterior.

TABELA 2 - Área e Produção de Alho, por Estado, Brasil, 1991-95

Estado	1991		1992		1993	
	Área (ha)	Produção (t)	Área (ha)	Produção (t)	Área (ha)	Produção (t)
Santa Catarina	4.497	23.659	4.146	23.896	4.782	29.941
Minas Gerais	3.654	17.246	3.288	14.134	2.830	12.361
Rio Grande do Sul	3.426	12.674	3.048	11.337	3.381	14.392
Goiás	2.497	11.410	2.181	14.876	2.544	12.720
Espírito Santo	1.084	6.420	913	5.401	843	5.579
São Paulo	980	4.930	700	3.820	353	1.670
Paraná	1.280	4.864	1.200	4.800	1.250	5.000
Outros Estados	1.253	4.556	1.449	4.610	1.388	4.613
Total Brasil	18.671	85.759	16.925	82.874	17.371	86.276

Estado	1994		1995	
	Área (ha)	Produção (t)	Área (ha)	Produção (t)
Santa Catarina	4.700	24.303	2.681	14.194
Minas Gerais	2.985	14.231	2.881	12.490
Rio Grande do Sul	3.338	13.821	3.327	13.780
Goiás	2.760	14.761	1.423	7.883
Espírito Santo	686	4.438	230	1.325
São Paulo	383	2.180	450	2.480
Paraná	1.182	4.415	1.120	4.480
Outros Estados	1.607	6.005	659	3.307
Total Brasil	17.641	84.154	12.771	59.939

Fonte: Levantamento Sistemático da Produção Agrícola - LSPA (IBGE).

tem classificação inferior em calibre ou qualidade tem deságio, bem como o alho industrial, que é o de bulbos quebrados ou bulbilhos soltos (dentes). O custo do alho de Santa Catarina é de R\$10,00/kg encaixotado. O alho argentino posto fronteira também tem custo semelhante. Com a adição das despesas de fretes, cargas e descargas, impostos e comissões, o preço do alho no comércio atacadista de São Paulo atinge o valor de R\$20,00/kg, caixa de 10kg. Apesar desta correlação dos preços entre os mercados do produtor e do atacadista e de o alho ser produto estocável e que pode ser beneficiado pelo

preço mínimo e, ainda, possuir classificação e padronização conhecida e adequada, os produtores não reivindicam essa política ao governo.

O consumo médio brasileiro de alho em nível de mercado atacadista é da ordem de 10.000 toneladas por mês e o consumo da indústria de tempero de cerca de 30.000 toneladas por ano.

No comércio varejista na Cidade de São Paulo, os principais estabelecimentos distribuidores são os supermercados (44%), feiras (38%) e o restante por outros estabelecimentos (Figura 1).

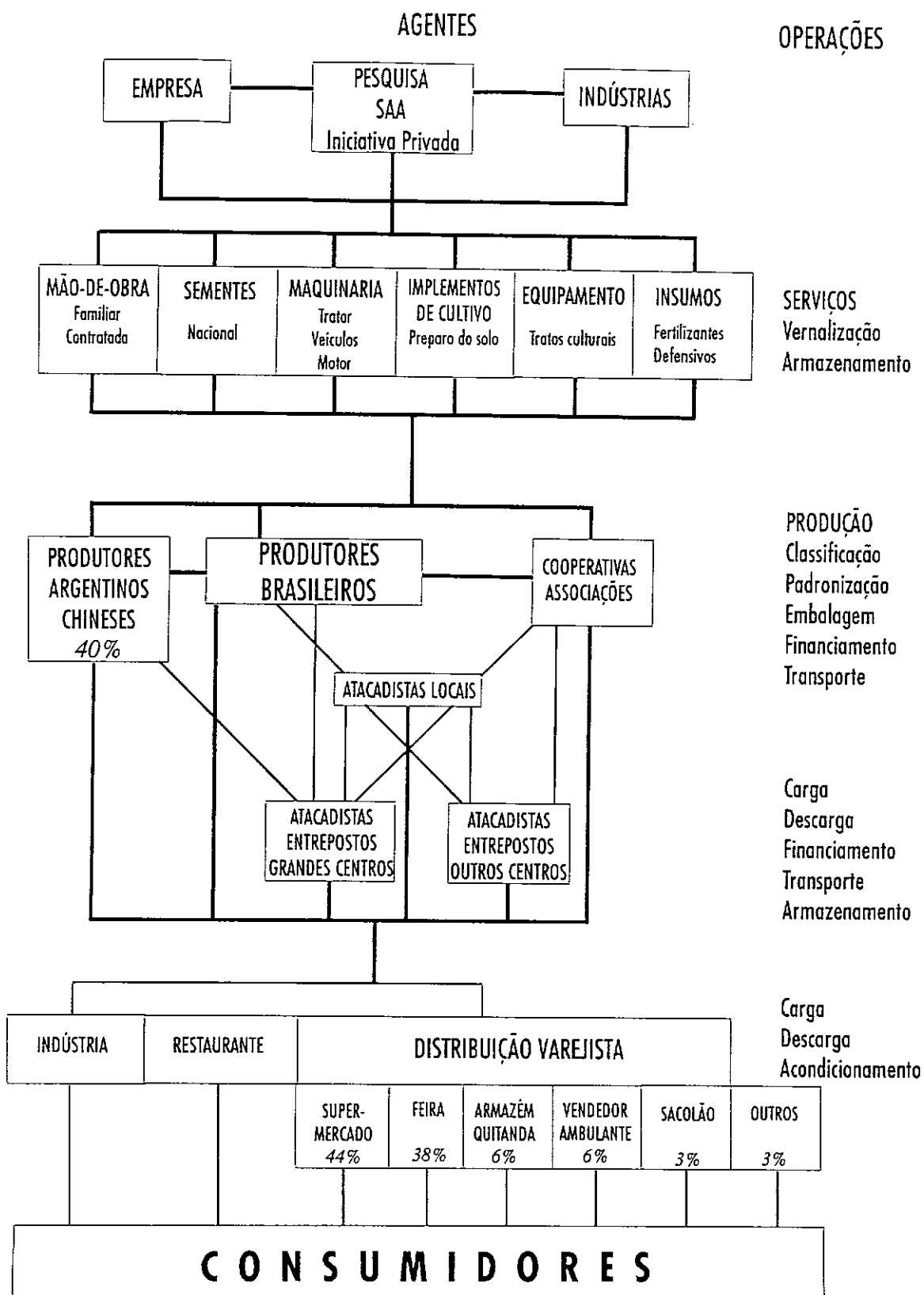


Figura 1 - Fluxograma da Cadeia Produtiva do Alho.

Fonte: Instituto de Economia Agrícola.

5 - VARIAÇÃO ESTACIONAL⁸ E PREÇO DE ALHO

*"Para a criação de um programa de abastecimento no MERCOSUL, visando o melhor posicionamento frente a outras regiões ou blocos econômicos, é necessário saber os níveis de preços em que operam as maiores praças de comercialização para compatibilização dos valores de mercado."*⁹

Os preços do alho nacional e importado no mercado atacadista de São Paulo possuem valores distintos (Tabelas 3 e 4). No Mercado Central de Buenos Aires (MCBA) percebem-se variações de valores que refletem o contexto conjuntural da Argentina (Tabela 5).

O MCBA, no período 1985-94, operou com preços médios ao redor de US\$14,00/cx., de 10kg. Somente em 1993, o preço médio nominal foi muito superior, sendo a média anual de US\$35,00/cx. de 10kg. Em anos de superprodução, como em 1988, a média anual foi de US\$5,42/cx., de 10kg e, em 1985 e 1987, situou-se em torno de US\$7,00/cx., de 10kg. Em São Paulo, o preço médio por caixa de 10kg foi de US\$26,49 para o alho nacional e US\$22,41 para o importado no período 1986-95. No período 1991-95, o alho importado esteve acima de R\$30,00/cx. de 10kg, só em 1993, a média foi de R\$25,00/cx. de 10kg (Tabela 3). O alho nacional no mesmo período teve média de R\$21,50/cx. de 10kg (Tabela 4).

A variação bienal de preços de alho em Buenos Aires apresenta pico maior nos índices estacionais em ano com final ímpar (maio e setembro). Em São Paulo, a variação bienal do preço do alho importado é semelhante àquela da Argentina, enquanto o produto nacional possui curva de preços bienal, com picos apenas em setembro (Figura 2 e Tabela 6).

A variação estacional anual de preços de alho em Buenos Aires, em 1989-94, possui preços menores de abril a setembro e nos outros meses, ficaram abaixo da média. No Brasil, a conformação da curva é diferenciada para o alho importado e nacional.

⁸Para o cálculo dos índices estacionais anual e bienal utilizou-se do software "Sazonal 3 e 7" descrito em Hoffmann, Rodolfo. *Estatística para economistas*, São Paulo, Pioneira, 1980. 379p.

⁹Mazzei, Antonio R. & Camargo Filho, Waldemar P. de. Mercado brasileiro de alho e Mercosul: complementaridade no abastecimento. *Informações Econômicas*, SP, v.25, n.10, p.79-87, out. 1995.

A variação estacional anual evidencia que, no período 1991-94, os preços médios de agosto a fevereiro foram decrescentes (Figura 3 e Tabela 7), na Argentina e no Brasil. O alho nacional teve preço ascendente de fevereiro a agosto, enquanto para o alho importado, a curva de preços é similar nos dois países com pico em setembro.

6 - POLÍTICA PARA A PRODUÇÃO E O ABASTECIMENTO NO MERCOSUL

O contexto comercial do alho chinês no mercado mundial teve alterações importantes. Entre os fatores que influenciaram o baixo preço do alho chinês, destaca-se a redução do custo do transporte pela utilização do tipo charter, ao invés de container, o fato de o alho ser oriundo da China, proporcionando produtividade que chega a 9.000kg/ha, com baixo preço de mão-de-obra e do nível de utilização de insumos e, conseqüentemente, baixo custo de produção. Em seguida, lembrar que a China é o maior país em número de habitantes e que está localizado no Hemisfério Norte e, finalmente, a preocupação da China em expandir o seu mercado em nível mundial. Dessa forma, a quantidade enviada pelos chineses, sendo apenas sobra de estoques, representa uma enormidade ao mercado brasileiro. O bulbo chinês por ser do Hemisfério Norte é produto cansado (já ficou estocado o tempo limite) e sua venda com pouco lucro representa remessas de divisas do MERCOSUL ao oriente, mesmo porque se não for vendido irá brotar e significará perda, sendo produto adequado para desequilibrar o abastecimento no MERCOSUL.

O alho chinês tinha valor declarado na importação em 1994, de US\$0,60/kg, enquanto o alho argentino, US\$ 1,00/kg. O alho chinês foi vendido no período 1993-94 entre R\$11,00 e R\$17,00 por caixa de 10kg no mercado atacadista de São Paulo. Isto é, abaixo do custo do alho nobre do Sudeste e Centro-Oeste brasileiro, ou daquele do Sul do País. Em conseqüência desses preços, os produtores solicitaram que o alho do oriente fosse sobretaxado e o Governo brasileiro atendeu, com sobretaxa do bulbo chinês em US\$4,00/cx. de 10kg, assim o mercado até março de 1995 operou a preço baixo, a partir de abril, a cotação do alho argentino e chinês variou entre US\$20,00 e R\$30,00 por caixa, fechando a média anual em R\$18,82 por caixa de 10kg,

TABELA 3 - Preço Médio de Alho Importado, no Mercado Atacadista de São Paulo, 1986-95
(US\$/cx. 10kg)

Mês	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Jan.	50,00	43,00	28,00	14,00	28,00	17,00
Fev.	44,00	36,00	23,00	20,00	33,00	28,00
Mar.	45,00	33,00	20,00	50,00	47,00	28,00
Abr.	45,00	33,00	17,00	68,00	63,00	25,00
Mai	48,00	20,00	14,00	68,00	59,00	25,00
Jun.	48,00	16,00	11,00	67,00	57,00	25,00
Jul.	50,00	16,00	14,00	63,00	48,00	23,00
Ago.	53,00	28,00	21,00	57,00	46,00	43,00
Set.	47,00	40,00	26,00	72,00	49,00	51,00
Out.	50,00	50,00	21,00	85,00	42,00	37,00
Nov.	49,00	42,00	17,00	68,00	31,00	29,00
Dez.	48,00	34,00	17,00	88,00	27,00	24,00
Média anual	48,08	32,58	19,08	60,00	44,17	29,58
%	167,97	113,82	66,66	209,59	154,28	103,34

Mês	1992	1993	1994	1995	Média mensal	%
Jan.	19,21	34,00	20,47	23,73	23,32	81,47
Fev.	15,00	16,00	14,10	22,71	21,50	75,10
Mar.	15,00	19,00	18,75	25,82	25,70	89,78
Abr.	14,00	24,00	16,69	26,30	28,90	100,95
Mai	13,00	38,00	13,65	24,27	28,50	99,56
Jun.	12,00	41,00	13,40	23,77	27,70	96,76
Jul.	14,00	52,00	13,40	37,93	28,00	97,81
Ago.	21,00	56,00	14,41	33,75	32,50	113,53
Set.	36,00	35,00	16,81	28,00	35,60	124,36
Out.	30,00	31,00	12,50	27,80	34,60	120,87
Nov.	34,00	21,00	16,80	26,86	29,10	101,65
Dez.	30,00	13,00	16,00	28,00	28,10	98,16
Média anual	21,10	31,67	15,58	27,41	28,63	100,00
%	73,71	110,62	54,43	95,76	100,00	-

Fonte: Instituto de Economia Agrícola.

TABELA 4 - Preço Médio de Alho Nacional, no Mercado Atacadista de São Paulo, 1986-95
(US\$/cx. 10kg)

Mês	1986	1987	1988	1989	1990	1991
Jan.	41,00	42,00	20,00	13,00	38,00	26,00
Fev.	39,00	32,00	13,00	20,00	44,00	27,00
Mar.	45,00	32,00	12,00	46,00	47,00	26,00
Abr.	45,00	33,00	13,00	61,00	59,00	22,00
Mai	48,00	21,00	12,00	78,00	59,00	19,00
Jun.	47,00	17,00	11,00	86,00	57,00	17,00
Jul.	45,00	16,00	15,00	69,00	51,00	15,00
Ago.	47,00	17,00	24,00	63,00	56,00	12,00
Set.	47,00	14,00	23,00	76,00	47,00	14,00
Out.	50,00	20,00	14,00	87,00	40,00	11,00
Nov.	49,00	18,00	36,00	67,00	29,00	10,00
Dez.	48,00	24,00	28,00	48,00	24,00	10,00
Média anual	45,92	23,83	18,42	59,50	45,92	17,42
%	173,65	90,14	69,65	225,02	173,65	65,87

Mês	1992	1993	1994	1995	Média mensal	%
Jan.	21,00	19,00	14,27	19,20	22,00	83,20
Fev.	16,00	15,00	15,70	16,70	20,60	77,91
Mar.	18,00	17,00	18,36	18,00	24,30	91,90
Abr.	17,00	25,00	15,22	17,94	27,50	104,00
Mai	15,00	39,00	13,57	18,39	29,10	110,05
Jun.	13,00	40,00	13,58	17,43	28,80	108,92
Jul.	14,00	51,00	19,73	17,00	27,60	104,38
Ago.	41,00	48,00	18,46	19,00	30,80	116,48
Set.	31,00	35,00	21,53	15,20	28,70	108,54
Out.	34,00	22,00	20,44	19,00	27,80	105,14
Nov.	44,00	17,00	21,44	29,00	27,00	102,11
Dez.	34,00	15,00	20,00	21,00	23,10	87,36
Média anual	24,83	28,58	17,69	18,99	26,44	100,00
%	93,92	108,10	66,91	71,81	100,00	-

Fonte: Instituto de Economia Agrícola.

TABELA 5 - Preços Médios Mensais de Alho, no Mercado Central de Buenos Aires, 1985-94
(US\$/cx./10kg)

Mês	1985	1986	1987	1988	1989	1990
Jan.	4,41	12,66	10,35	5,57	8,98	14,72
Fev.	3,83	14,21	9,33	4,52	6,35	7,15
Mar.	3,30	14,11	8,63	4,16	6,30	19,30
Abr.	3,41	15,82	7,79	4,51	8,53	17,91
Mai	3,17	17,24	7,98	4,52	5,50	16,42
Jun.	3,09	13,75	6,67	4,50	3,92	22,60
Jul.	5,48	15,34	5,22	5,04	9,39	25,92
Ago.	10,27	10,61	6,65	5,31	18,38	20,32
Set.	12,96	11,82	7,13	5,89	18,31	23,79
Out.	12,39	10,37	4,97	6,16	12,33	10,19
Nov.	14,64	10,20	5,31	6,28	8,24	13,58
Dez.	13,09	8,47	3,97	8,60	5,85	16,68
Média anual	7,50	12,88	7,00	5,42	9,34	17,38
%	53,05	91,09	49,49	38,33	66,03	122,89

Mês	1991	1992	1993	1994	Média mensal	%
Jan.	16,89	15,13	22,06	17,20	12,80	90,48
Fev.	13,38	15,31	25,31	17,70	11,71	82,79
Mar.	13,95	14,94	32,06	17,30	13,41	94,79
Abr.	18,47	16,75	31,34	21,70	14,62	103,39
Mai	15,39	15,61	52,82	13,80	15,25	107,80
Jun.	13,33	14,05	48,90	14,40	14,52	102,67
Jul.	15,04	16,03	38,05	13,80	14,93	105,56
Ago.	14,94	15,70	40,33	16,70	15,92	112,56
Set.	14,70	15,23	44,85	15,00	16,97	119,97
Out.	13,96	14,44	40,15	14,20	13,91	98,38
Nov.	16,46	19,95	22,35	14,70	13,17	93,12
Dez.	17,63	15,13	21,45	14,30	12,52	88,50
Média anual	15,35	15,69	34,97	15,90	14,14	100,00
%	108,50	110,92	247,27	112,42	100,00	

Fonte: Secretaria de Agricultura, Ganaderia y Pesca de La Nacion Argentina (SAGYP).

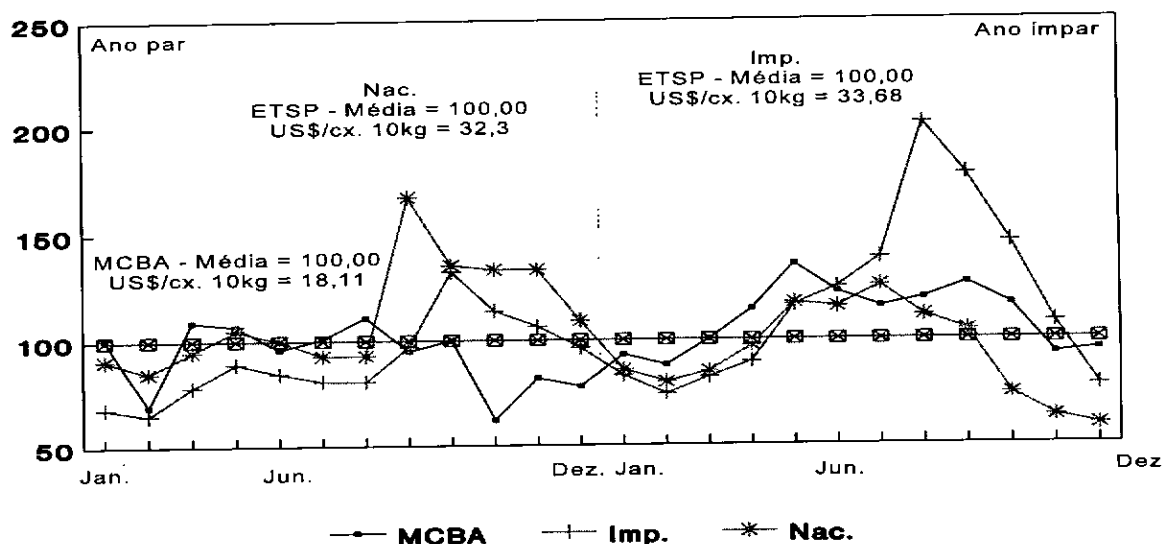


Figura 2 - Variação Estacional Bianual do Preço do Alho nos Mercados Atacadistas de Buenos Aires e de São Paulo, 1989-94

Fonte: Instituto de Economia Agrícola e Secretaria de Agricultura, Ganaderia y Pesca de La Nacion Argentina (SAGYP).

TABELA 6 - Índice Estacional Bienal do Preço do Alho, nos Mercados Atacadistas de Buenos Aires e de São Paulo, 1989-94

(em US\$)

Índice Estacional do Alho no Mercado Central de Buenos Aires		Índice Estacional do Alho Importado Comercializado em São Paulo		Índice Estacional do Alho Nacional Comercializado em São Paulo	
Jan.	101.00	Jan.	67.92	Jan.	91.00
Fev.	69.00	Fev.	64.71	Fev.	85.00
Mar.	109.00	Mar.	78.19	Mar.	95.00
Abr.	107.00	Abr.	89.31	Abr.	105.00
Mai	96.00	Mai	84.70	Mai	100.00
Jun.	101.00	Jun.	80.89	Jun.	93.00
Jul.	111.00	Jul.	80.75	Jul.	93.00
Ago.	95.00	Ago.	97.02	Ago.	167.00
Set.	100.00	Set.	132.12	Set.	135.00
Out.	62.00	Out.	113.70	Out.	133.00
Nov.	82.00	Nov.	106.38	Nov.	133.00
Dez.	78.00	Dez.	96.30	Dez.	109.00
Jan.	93.00	Jan.	83.26	Jan.	86.00
Fev.	88.00	Fev.	74.20	Fev.	80.00
Mar.	100.00	Mar.	82.36	Mar.	85.00
Abr.	114.00	Abr.	89.53	Abr.	97.00
Mai	135.00	Mai	115.98	Mai	117.00
Jun.	122.00	Jun.	124.19	Jun.	115.00
Jul.	115.00	Jul.	138.01	Jul.	125.00
Ago.	119.00	Ago.	200.86	Ago.	111.00
Set.	126.00	Set.	177.00	Set.	104.00
Out.	116.00	Out.	145.30	Out.	74.00
Nov.	93.00	Nov.	107.90	Nov.	63.00
Dez.	95.00	Dez.	78.15	Dez.	59.00
Desv. Pad. Ind. Saz	0.18	Desv. Pad. Ind. Saz	0.29	Desv. Pad. Ind. Saz	0.24
Desv. Absoluto Médio	0.14	Desv. Absoluto Médio	0.24	Desv. Absoluto Médio	0.19
Amplitude	72.84	Amplitude	136.14	Amplitude	108.02

Fonte: Dados básicos do Instituto de Economia Agrícola, Companhia de Entrepósitos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP) e Secretaria de Agricultura, Ganaderia y Pesca de La Nacion Argentina (SAGYP).

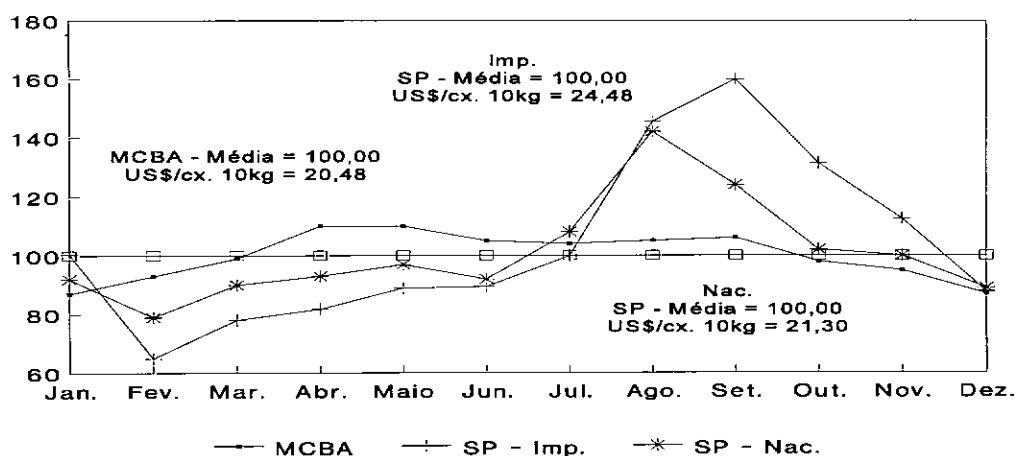


Figura 3 - Variação Estacional Anual do Preço do Alho, nos Mercados Atacadistas de Buenos Aires e de São Paulo, 1991-94.

Fonte: Instituto de Economia Agrícola e Secretaria de Agricultura, Ganaderia y Pesca de La Nacion Argentina (SAGYP).

TABELA 7 - Índice Estacional Anual do Preço do Alho, nos Mercados Atacadistas de Buenos Aires e de São Paulo, 1989-94 e 1991-94

(em US\$)

Índice Estacional do Alho no Mercado Central de Buenos Aires, 1989-94		Índice Estacional do Alho Importado Comercializado em São Paulo, 1989-94		Índice Estacional do Alho Nacional Comercializado em São Paulo, 1989-94	
Jan.	93,00	Jan.	77,99	Jan.	85,16
Fev.	79,00	Fev.	69,33	Fev.	83,05
Mar.	101,00	Mar.	83,47	Mar.	92,36
Abr.	113,00	Abr.	89,86	Abr.	98,35
Maio	106,00	Maio	94,59	Maio	101,67
Jun.	106,00	Jun.	95,97	Jun.	98,10
Jul.	112,00	Jul.	105,90	Jul.	111,37
Ago.	121,00	Ago.	128,36	Ago.	130,68
Set.	124,00	Set.	144,48	Set.	121,10
Out.	91,00	Out.	130,38	Out.	108,64
Nov.	86,00	Nov.	108,70	Nov.	97,37
Dez.	78,00	Dez.	97,57	Dez.	83,71
Desv. Pad. Índ. Saz.	0,16	Desv. Pad. Índ. Saz.	0,40	Desv. Pad. Índ. Saz.	0,14
Desv. Absol. Médio	0,13	Desv. Absol. Médio	0,32	Desv. Absol. Médio	0,11
Amplitude	45,95	Amplitude	142,26	Amplitude	47,63

Índice Estacional do Alho no Mercado Central de Buenos Aires, 1991-94		Índice Estacional do Alho Importado Comercializado em São Paulo, 1991-94		Índice Estacional do Alho Nacional Comercializado em São Paulo, 1991-94	
Jan.	87,00	Jan.	100,47	Jan.	92,00
Fev.	93,00	Fev.	65,01	Fev.	79,00
Mar.	99,00	Mar.	78,06	Mar.	90,00
Abr.	110,00	Abr.	81,78	Abr.	93,00
Maio	110,00	Maio	88,96	Maio	97,00
Jun.	105,00	Jun.	89,47	Jun.	92,00
Jul.	104,00	Jul.	99,92	Jul.	108,00
Ago.	105,00	Ago.	145,44	Ago.	142,00
Set.	106,00	Set.	159,93	Set.	124,00
Out.	98,00	Out.	131,33	Out.	102,00
Nov.	95,00	Nov.	112,44	Nov.	100,00
Dez.	87,00	Dez.	87,78	Dez.	89,00
Desv. Pad. Índ. Saz.	0,08	Desv. Pad. Índ. Saz.	0,27	Desv. Pad. Índ. Saz.	0,16
Desv. Absol. Médio	0,07	Desv. Absol. Médio	0,21	Desv. Absol. Médio	0,12
Amplitude	22,46	Amplitude	94,92	Amplitude	63,12

Fonte: Dados básicos do Instituto de Economia Agrícola e da Secretaria de Agricultura, Ganaderia y Pesca de La Nación Argentina (SAGYP).

valor próximo ao do produto nacional, que se situou ao redor de US\$18,99/cx. Agora a ameaça é a Argentina comprar alho chinês e enviá-lo ao Brasil fugindo da sobretaxa. Isso requer o uso da política comercial do MERCOSUL que prevê a tarifa externa comum.

A consolidação do MERCOSUL exige do governo brasileiro e argentino a realização de um plano de produção e abastecimento de alho para o mercado comum, tendo em vista que Paraguai e Uruguai também dependem da produção do Sul do Continente. A política para as produções brasileira e argentina deverá contemplar a produção e o abastecimento com vários projetos que privilegiem a melhoria tecnológica da produção regional. No abastecimento deverá ser melhor calculada a tarifa externa comum para

proteção ao mercado, no entanto, dever-se-ia abrir exceção às indústrias de temperos, que poderiam comprar o alho chinês, assegurado o compromisso de não desviá-lo ao comércio de bulbos *in natura*. Dessa forma, será viabilizada a expansão da indústria de temperos que deverá ser crescente na América Latina¹⁰.

Paralelamente às secretarias estaduais de agricultura e abastecimento deveriam criar-se programas de produção e abastecimento de alho, orientando o cultivo e o aumento de consumo através de diferentes formas de uso, incenti-

¹⁰Panorama da produção de alho, batata, cebola e tomate, na América Latina. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE OLERICULTURA, 35, 1995. Foz do Iguaçu. Anais... Foz do Iguaçu, SOB, 1995. 200p.

vando as cozinhas industriais e os produtos minimamente processados.

7 - CONCLUSÃO

No final da década de 80, a política brasileira para normalizar a produção e abastecimento foi eficiente. O País conseguiu difundir a produção e consolidá-la em diversos estados-melhorando a qualidade e diversificando a época da colheita.

Com a criação do MERCOSUL, a Argentina tornou-se o principal fornecedor do mercado brasileiro e a preços competitivos. Com a entrada do alho chinês, a Argentina não diminuiu sua quantidade ofertada, mas o Brasil teve drástica redução de área plantada e produção obtida. Como deverá haver expansão de temperos industrializados de alho e cebola, é de grande importância a elaboração de política de abastecimento de bulbos *in natura* e para indústria, além de uma política comercial corrente no MERCOSUL.

Este trabalho faz parte do projeto SPTC 16-008/90.