

Contra a fome e a inflação

09-Set-2014

João Guilherme Sabino Ometto* Na pauta da campanha eleitoral de 2014 — marcada pela triste despedida do governador Eduardo Campos —, o agronegócio deve ser, necessariamente, um dos temas prioritários, considerando o seu significado para a segurança alimentar, exportações e a economia, com a participação de 23% no PIB brasileiro. Nesse sentido, é importante que todos os candidatos à Presidência da República deem máxima atenção às propostas que receberam das entidades representativas do setor. É preciso analisar em profundidade as suas demandas.

O documento da Confederação Nacional da Agricultura (CNA) recomenda a ampliação e diversificação dos investimentos em infraestrutura de transportes, ainda concentrados no modal rodoviário, aumento da capacidade de armazenamento, multiplicação das tecnologias para melhorar a produtividade e melhores estratégias relativas ao mercado internacional. Observa-se aqui, por exemplo, uma congruência com as reivindicações consensuais de toda a sociedade quanto à melhoria da infraestrutura de movimentação e logística das cargas. A Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG), em interessante estudo elaborado por técnicos da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e coordenado por Roberto Rodrigues, ex-ministro da Agricultura, propõe ações baseadas em cinco princípios: sustentabilidade da produção, competitividade, produção orientada para os mercados e governança institucional. Os dois relatórios enfatizam um ponto em comum: segurança jurídica. Esta também é uma reivindicação que tem sido insistentemente colocada, há tempo, por todos os setores produtivos. Ouvir as vozes da agricultura, pecuária e de toda a cadeia produtiva do agronegócio é indispensável ao governante a ser eleito em outubro. A atividade é essencial para a retomada do crescimento econômico do Brasil em níveis mais elevados e também para que o País responda com eficácia a dois desafios atuais prementes: a segurança alimentar, considerando que a fome ainda flagela 900 milhões de pessoas no mundo, e o controle da inflação, que pode ser traduzido, no caso, como comida mais barata na mesa dos brasileiros. Os números do IBGE relativos à inflação, por exemplo, atestam a relevância do agronegócio: o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) desacelerou de junho para julho, passando de 0,4% para 0,01%. O grupo de alimentação foi um dos que mais contribuiu para o resultado. Neste segmento, os produtos consumidos nas refeições em casa foram os que apresentaram maior queda. A taxa de crescimento dos preços dos alimentos na América Latina e Caribe também caiu pelo terceiro mês consecutivo, indica relatório da Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO), tendo junho como base. A inflação do segmento na região subiu somente 0,5% nesse mês, ante 1% em relação a maio e 1,2%, em abril. Importante observar um dos destaques do documento: “Esse resultado responde em grande parte aos movimentos dos preços dos alimentos no Brasil e no México”. Considerando, porém, o volume da produção brasileira, com impacto efetivo no mercado global, os dados da FAO referentes ao nosso país têm uma dimensão ampliada. Além de atender à prioridade do preço e da oferta do bem mais essencial, o pão nosso de cada dia, a agricultura, pecuária e sua cadeia produtiva continuam sendo a grande base de sustentação da balança comercial brasileira: dentre os dez principais produtos da pauta exportadora nacional, no período de janeiro a julho de 2014, sete são do agronegócio, segundo análise da CNA, baseada em dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). É muito clara, portanto, a necessidade de enfatizar o tema na agenda das eleições, momento maior da democracia. Que cada voto nas urnas de outubro seja uma semente de prosperidade socioeconômica!

*João Guilherme Sabino Ometto, 74, engenheiro (Escola de Engenharia de São Carlos - EESC/USP), é presidente do Conselho de Administração do Grupo São Martinho, vice-presidente da FIESP e coordenador do Comitê de Mudanças Climáticas da entidade. Fonte: Ricardo Viveiros & Associados — Oficina de Comunicação.