

A tecnologia da informação como instrumento de comercialização e gestão no agronegócio

Samuka Veloso Pinto Bittencourt*
Alcides dos Santos Caldas**

Resumo

O presente trabalho busca elucidar o enquadramento da tecnologia da informação - TI nas discussões voltadas para a comercialização, via leilões eletrônicos, e o seu uso diante de um mercado competitivo e globalizado, analisando ainda a utilização do comércio eletrônico, através da integração de diversos agentes da cadeia do agronegócio, como alternativa de desenvolvimento da atividade agrícola no estado da Bahia.

Palavras-chave: tecnologia da informação, leilão eletrônico, comercialização, agronegócio.

Abstract

The present paper tries to frame the Information Technology - IT in discussions regarding trading via electronic auctions and its uses in a competitive and globalized market, analysing yet the use of electronic trade, through the integration of several agents in the agribusiness chain as an alternative of development of the farming activity in the state of Bahia.

Key words: information technology, electronic Auction, trading, agribusiness.

INTRODUÇÃO

Este artigo busca refletir como a utilização de um sistema de comercialização agrícola, operacionado por intermédio da tecnologia da informação, pode contribuir para a modernização da estrutura de comercialização da produção agrícola do estado da Bahia, rompendo com uma relação

comercial predatória das pequenas propriedades rurais, o que permitirá a inclusão de diversos pequenos produtores que não conseguem colocar sua produção no mercado.

O artigo também elucidada o enquadramento da tecnologia da informação - TI - nas discussões voltadas para a comercialização, via leilões eletrônicos, e o seu uso diante de um mercado competitivo e globalizado, analisando ainda a utilização do comércio eletrônico, através da integração de diversos agentes da cadeia do agronegócio, como alternativa de desenvolvimento da atividade agrícola no Estado da Bahia.

Observa-se atualmente um ambiente comercial globalizado, no qual a revolução técnico-científico-informacional facilitou as articulações globais x lo-

* Economista, mestrando em Análise Regional (2004), pela Universidade de Salvador - UNIFACS, Superintendente da Bolsa de Mercadorias da Bahia e Diretor Operacional da Bolsa de Mercadorias do Vale do São Francisco. Pesquisador do Grupo de Pesquisa em Desenvolvimento e Tecnologia do Agronegócio da UNIFACS. samuka-bmb@uol.com.br.

** Geógrafo (UFBA, 1986); Mestre em Arquitetura e Urbanismo (UFBA, 1995); Doutor em Geografia (Universidade de Santiago de Compostela-Espanha, 2001). Coordenador do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e Urbano da UNIFACS. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Desenvolvimento e Tecnologia do Agronegócio da UNIFACS. alcaldas@unifacs.br.

cais. A compressão tempo x espaço transformou os fluxos de informação, que são emitidos em todos as partes e de todas as partes, mas em graus diversos.

Esta vantagem, conquistada com os avanços dos meios de comunicação, deve ser utilizada para colocar em sintonia com o mundo das relações rápidas e fluidas as estruturas produtivas agrícolas do estado da Bahia, que possui uma área de 564.692,67 km² e, de acordo com o Censo 2000 do IBGE, 13.070.250 habitantes, dos quais 4.297.902 vivem na zona rural, ou seja, 32,87%, da população, o que representa a maior população rural do Brasil.

Quando se analisa a distribuição dessa população nos três principais ecossistemas existentes no território baiano, o semi-árido, o litoral e o cerrado, constata-se que na região semi-árida vivem 48,26% da população total da Bahia, seguida do litoral, com 47,91% e o cerrado, com 3,73% da população total. Vale destacar ainda que a região semi-árida vem perdendo população desde os anos 1980, quando detinha 50,86% da população total do estado.

Tabela 1
Evolução da população por grandes áreas (1980-2000)

Grandes Áreas	População			Participação (%)		
	1980	1991	2000	1980	1991	2000
Semi-árido	4.808.821	5.924.626	6.320.887	50,86	49,90	48,26
Litoral	4.308.709	5.504.412	6.262.409	45,59	46,40	47,91
Cerrado	336.816	438.953	486.954	3,56	3,70	3,73
Bahia	9.454.346	11.867.991	13.070.250	100,0	100,0	100,0

Fonte: IBGE. Censos Demográficos de 1980, 1991 e 2000.

De acordo ainda com o IBGE em 2000, no espaço rural baiano estão instalados 699 mil estabelecimentos, distribuídos em 33 milhões de hectares, dos quais 4 milhões ocupados com lavouras, 14 milhões de pastagens, 7,2 milhões de matas e 5 milhões de terras disponíveis. Segundo a SEI (2004), apesar de empregar 40% dos baianos, o trabalho no campo paga os piores salários. O estudo, que reúne dados da SEI e do IBGE, mostra que os trabalhadores rurais estão em franca desvantagem

em relação aos urbanos. No campo, o rendimento médio é 1/3 do rendimento nas cidades. É lá também onde está a maior taxa de analfabetismo (36,6%) e a pior representação do Produto Interno Bruto do estado (12%).

Apesar disso, os pequenos produtores da Bahia nos últimos anos vêm sofrendo com um decréscimo na sua renda em comparação com os setores a montante e a jusante da cadeia do agronegócio, em virtude da concentração de setores importantes da cadeia produtiva na mão de poucos e da relação comercial vigente entre produtores e compradores, que se traduz muitas vezes em uma relação monopsonica ou oligopsonica.

Diante deste cenário se fazem necessárias propostas que permitam uma maior eficiência na gestão dos recursos produtivos e um processo moderno de comercialização agrícola que permita a redução das desigualdades regionais e uma melhor distribuição de renda.

DESCONCENTRAÇÃO E INOVAÇÃO

O agronegócio brasileiro apresenta uma estrutura concentrada, e em apenas sete estados da federação concentra-se 79,75% de suas atividades. São Paulo e o Rio Grande do Sul se destacam como os principais produtores e exportadores entre estes. A Bahia, neste contexto, assume a sétima colocação, mas contribuindo apenas com 3,03%, o que representa, em termos da região Nordeste, 1/3 das exportações, e representou também 32% do total das exportações da Bahia, segundo dados do Ministério da Agricultura e da Produção Agropecuária (MAPA).

A importância do agronegócio baiano ainda deve passar por ajustes estruturais para que seja desenvolvida uma agricultura sustentável que possa ocupar um lugar de destaque no cenário nacional e internacional. Apesar dessa situação, a Bahia possui condições para atingir este objetivo, uma

A importância do agronegócio baiano ainda deve passar por ajustes estruturais para que seja desenvolvida uma agricultura sustentável que possa ocupar um lugar de destaque no cenário nacional e internacional

vez que significativos avanços foram incorporados na modernização das estruturas econômicas e sociais no campo baiano. Nos últimos vinte anos, modificações na estrutura territorial baiana foram implementadas, com o objetivo de torná-la mais competitiva.

Tabela 2

Ranking da balança comercial dos principais estados brasileiros

Estados	Mil US\$ Fob - 2002			Participação por Estado (%)		
	Export.	Import.	Saldo	Export.	Import.	Saldo
São Paulo	5.989.683	1.801.056	4.188.627	24,11	40,11	20,59
R.G.Sul	4.305.691	450.456	3.855.235	17,33	10,03	18,95
Paraná	3.913.371	462.178	3.451.193	15,76	10,29	16,96
Santa Catarina	2.150.589	242.668	1.907.921	8,66	5,40	9,38
Mato Grosso	1.783.454	3.970	1.779.484	7,18	0,09	8,75
Minas Gerais	1.665.522	136.777	1.528.745	6,71	3,04	7,51
Bahia	753.341	193.063	560.278	3,03	4,30	2,75
Sub-total	20.5610.651	3.290.168	17.271.483	79,75	73,26	84,88
Brasil	24.838.885	4.491.600	20.347.285	100,00	100,00	100,00

Fonte: Ministério da Agricultura e da Produção Agropecuária (MAPA)

Com as transformações substantivas no contexto das relações comerciais globais o território passa, então, a ser alvo de modificações de suas estruturas produtivas que visam à identificação e a promoção de suas potencialidades (físicas e humanas), no sentido de aplicar as políticas de renovação que objetivem a incorporação dos territórios periféricos no cenário produtivo estadual, regional, nacional e internacional, logrando assim a melhoria da qualidade de vida da população envolvida.

Atualmente, organizar o território diz respeito, sobretudo, à necessidade da requalificação territorial voltada para as suas potencialidades, segundo os moldes da flexibilização, da transferência de tecnologia, da requalificação dos recursos humanos, da melhoria da imagem do território, da potencialização das inovações e das criatividade locais.

Nesse sentido, a inovação é entendida como a aplicação de novos conhecimentos ou invenções à melhoria dos processos produtivos ou à modificação destes para a produção de novos bens (MÉNDEZ, 1997). A melhoria desses processos produtivos pode ser a aplicação prática de um invento na transformação ou a melhoria de um determinado produto e pode ser utilizado na organização dos processos de gestão do trabalho, que visam a organi-

zação interna do processo produtivo.

Deve-se partir, então, do pressuposto que a capacidade de inovação de um território está vinculada, efetivamente, à natureza criativa de seus habitantes em poder transformar seus recursos, sejam eles humanos, ambientais, culturais ou artísticos, em produtos de atração e comercialização.

Fato possível de se alcançar com a utilização de uma inovação tecnológica, caracterizada pela tecnologia da informação, que permite a integração em rede de diversos setores e atividades de forma rápida, eficiente e com baixo custo, permitindo a maximização dos resultados, um maior acesso às informações mercadológicas e uma melhor distribuição de renda.

Tornar as inovações tecnológicas acessíveis aos diversos setores e atividades econômicas, e principalmente ao meio rural, em função da sua importância em nível nacional, é indispensável para reduzir as desigualdades regionais, desconcentrando o crescimento e abrindo oportunidades de desenvolvimento sócio-territorial.

COMÉRCIO E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Segundo O'Brien (2002), a tecnologia da Informação está redefinindo os fundamentos dos negócios. Atendimento ao cliente, operações, estratégias do produto e de marketing e distribuição dependem muito, ou às vezes até totalmente, dos Sistemas de Informações - SI. A tecnologia da informação e seus custos passaram a fazer parte integrante do dia-a-dia das empresas.

Já é consenso na atualidade que, em decorrência do alto grau de competitividade das economias e das reduzidas margens de lucro auferido pelas empresas, o investimento em modernização tecnológica, e conseqüentemente em TI tornou-se fator decisivo para a obtenção de maior lucratividade e gestão mais eficiente. (BARUCH, 1999).

A utilização da Internet possibilitou para as economias regionais a transposição de barreiras físi-

cas, econômicas e sociais, permitindo o fluxo contínuo de informação, funcionando 24 horas por dia, durante os sete dias da semana, viabilizando um instrumento moderno e eficaz de gestão e comercialização para os diversos setores econômicos e sociais, e de vital importância para a ampliação do comércio.

Para O'Brien (2002), as tecnologias e sistemas de informação baseados na Internet estão rapidamente se tornando um ingrediente necessário ao sucesso empresarial no dinâmico ambiente globalizado de negócios de hoje.

O crescimento significativo da utilização da Internet e das tecnologias e aplicativos afins, e seu impacto nos negócios e na sociedade, são visíveis nas diversas economias, principalmente nos países centrais, que já incorporaram definitivamente este novo paradigma comercial.

Levantamento realizado com as 67 principais economias, em 2002, pelo "E-Readiness", constatou que a Dinamarca é o país mais avançado nas transações comerciais via Internet, seguido pelo Reino Unido e por outros três países escandinavos: Suécia (líder no ano passado), Noruega e Finlândia. Os Estados Unidos ocupam a sexta posição. Na América Latina, o Chile, na 29ª posição, é o melhor classificado, enquanto o Brasil ocupa a 35ª posição. A Argentina ocupa o 37º lugar, seguida pelo México (39º). O país que tem o pior ambiente *on-line* no mundo é o Azerbaijão (ESTADÃO ON LINE, 20 abr. 2004).

Estudo elaborado pela consultoria *Economist Intelligence Unit - EIU* - que mede o preparo de um país para oportunidades de negócios baseados na Internet, observou que no Brasil a aceitação por negócios realizados via Internet vem aumentando, e que o Brasil foi o primeiro país a aceitar a entrega da declaração do imposto de renda/pessoa jurídica on-line. Ainda segundo a *EIU*, as perspectivas para 2004 quanto à utilização da tecnologia da informação são melhores que no ano anterior, mas apesar da proliferação de tecnologias mais confiáveis e baratas, os avanços no mundo continuam desequi-

librados (ESTADÃO ON LINE, 20 abr. 2004).

O comércio eletrônico via Internet (a rede das redes) e redes similares - *intranet*, dentro da empresa; e *extranet*, entre parceiros comerciais, dentre outras - vem aprimorando de forma substancial as fronteiras comerciais das empresas, tornando-as globalizadas, aumentando a sua eficiência e reduzindo seus custos, o que, conseqüentemente, lhes proporciona melhores resultados. A interconexão de diversas empresas e setores possibilita a flexibilização da produção e melhor fluxo de informação, maximizando os resultados de toda cadeia produtiva. A indústria ainda é o setor no Brasil que mais utiliza este tipo de ferramenta, conforme pesquisa abaixo.

Segundo pesquisa realizada pela FGV-EAESP sobre comércio, os valores movimentados no comércio eletrônico nas transações *Business-to-Business - B2B*, transações comerciais entre empresas, e *Business-to-Consumer - B2C*, empresas que vendem diretamente ao consumidor, atingiram no mercado brasileiro cerca de US\$ 16,3 bilhões em 2003. Apontando ainda que no final de 2003 4,94% das transações *B2B* eram feitas pela Internet, totalizando US\$ 11,8 bilhões. Já as transações *B2C* feitas pela Internet representavam 2,08% do mercado total, com movimento de US\$ 4,5 bilhões.

LEILÕES ELETRÔNICOS: o paradigma da comercialização agrícola

O fato da indústria despontar como o setor que mais utiliza a tecnologia da informação para a comercialização dos seus produtos e para as demais etapas da sua cadeia de produção e comercialização não restringe ou impede que os demais setores da economia façam o mesmo. Pelo contrário, serve de estímulo, mostrando a necessidade de uma maior informatização dos processos econômicos.

O comércio, conforme pesquisa acima citada, representa 3,97% das transações via Internet, entre empresas e consumidor (*B2C*). O setor agrícola,

apesar de todo o avanço tecnológico, e conseqüentemente produtivo, não representa 20% deste percentual. Quando se trata exclusivamente da região Nordeste, este percentual não chega a 5% do percentual de transações via Internet, já que a sua comercialização ainda se realiza por intermédio de uma estrutura "arcaica", uma vez que os produtores ainda se utilizam dos atravessadores e intermediários e das vendas diretas através de contratos informais ou de "gaveta", não tendo acesso a modelos mais modernos de comercialização, como é o caso dos leilões eletrônicos, bastante utilizados nas regiões que compõem o centro-sul, realizados pelas bolsas de mercadorias regionais e instituições públicas federais.

Na definição de Barker (1989) *apud* Zylbersztajn e Neves (2000), o leilão é um canal de distribuição no qual, em um dado espaço físico, reúnem-se vendedores e compradores de bens ofertados publicamente, tendo como intermediário um agente (leiloeiro), que formaliza a transferência de propriedade do bem.

Com o advento tecnológico que se traduziu numa grande revolução da comunicação, os leilões vem deixando o ambiente físico propriamente dito, favorecendo as redes de comunicação (leilão eletrônico), nas quais os custos reduzidos e o grande poder de penetração comercial e social demonstram um grande diferencial, além de ser um instrumento de governança, haja vista a disponibilidade de informações e a capacidade de fazer o mercado fluir mais eficientemente, como foi observado nas principais bolsas brasileiras.

A estrutura de leilão eletrônico reduz significativamente os custos de transação e amplia as possibilidades de venda do bem. Nesta modalidade de comercialização, a padronização do produto é chave fundamental para o seu bom desempenho, uma vez que o produtor muitas das vezes não vê o produto. Para isto, foi criado um processo de classificação das mercadorias, realizado por técnicos do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento ou empresas independentes, que atendem às nor-

mas federais a fim de eliminar este entrave comercial e garantir uma maior segurança aos participantes do sistema. Não obstante, é necessário que o setor produtivo se organize para viabilizar a comercialização da sua produção através da TI.

Acredita-se que este novo paradigma comercial se traduza em uma grande oportunidade para minimizar os desequilíbrios e as deficiências comerciais encontradas no setor agrícola brasileiro, em especial nas regiões menos desenvolvidas.

A abertura comercial tornou o mercado altamente competitivo, forçando os produtores a empregar novas técnicas de plantio e manejo na sua produção, a intensificar o uso de tecnologia, a investir em melhoramento genético e buscar ganhos em escala

BOLSA DE MERCADORIAS: a comercialização agrícola via tecnologia da informação - uma possibilidade para a Bahia

Um dos mais modernos e eficientes instrumentos de comercialização dos produtos agrícolas e agroindustriais, e fonte de informação para o mercado baiano, in-

clui um sistema de Bolsas de Mercadorias atuante, integrado com diversos mercados e atores do agronegócio, por intermédio da tecnologia da informação - TI.

O momento, sob impacto do aumento na produção e comercialização dos grãos, da declaração da Bahia estar fora da área de aftosa, da significativa participação do agronegócio na balança comercial e no PIB baiano e brasileiro, da recuperação e crescimento de inúmeros produtos agropecuários como frutícolas, algodão, café, cacau e outros, da criação dos Arranjos Produtivos Locais - APLs, torna oportuno sugerir mudanças na forma de atuação dos canais de comercialização baiano.

O histórico da comercialização dos produtos baianos tem mostrado o quanto o pequeno produtor vem perdendo no decorrer do tempo. A abertura comercial tornou o mercado altamente competitivo, forçando os produtores a empregar novas técnicas de plantio e manejo na sua produção, a intensificar o uso de tecnologia, a investir em melhoramento genético e buscar ganhos em escala. Apesar disso, vem ocorrendo uma desvalorização das *commodities* na medida em que os insumos e os produtos industrializados mostram elevações nos seus preços. Con-

seqüentemente, os detentores de capital e tecnologia verticalizaram a sua produção, agregando valor ao produto final, enquanto os pequenos produtores, os verdadeiros homens do campo, se vêem forçados a atenderem às exigências de um mercado imperfeito.

Além das grandes dificuldades impostas pelo mercado, o pequeno produtor ainda se utiliza de uma estrutura de comercialização agrícola obsoleta e de pequeno porte, que resulta em produtos com preços reduzidos e de baixa qualidade. Quando a comercialização não se dá por este canal, observa-se uma relação oligopsônica ou monopsonica, onde o pequeno produtor é levado a comercializar o seu produto por preços determinados.

A atual estrutura de comercialização agrícola do estado não se mostra cruel apenas com os pequenos produtores rurais, mas também com muitos projetos inovadores a serem implantados ou já em execução, uma vez que boa parte destes se deparam com os obstáculos e limitações da estrutura vigente de comercialização agrícola da Bahia.

Por outro lado, o comércio eletrônico vem crescendo de forma exponencial, se caracterizando como uma nova tendência tecnológica/comercial à qual a adaptação se faz necessária, sob pena de ficar de fora do mercado atual, competitivo e globalizado.

O Brasil já alcançou uma média de 10 milhões de usuários na Internet, no mundo já existem mais de 275 milhões de usuários, e este número só tende a crescer, confirmando a necessidade e oportunidade que esta tecnologia apresenta diante do ambiente competitivo, dinâmico e desigual em que vivemos (REVISTA VEJA VIDA DIGITAL, dez. 1999 in MCT 2000).

Os Estados Unidos, juntamente com o Canadá, representam quase que 50% dos usuários de Internet espalhados pelo mundo, através dos seus 136.060 mil de usuários; em seguida, vem a Europa com 71.990 mil de usuários e a Ásia/Pacífico com 54.900 mil de usuários. A região com menor número de usuários de Internet é o Oriente Médio, com 1.290 mil de internautas. (http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html)

Os números apresentados mostram o mercado potencial que existe para a comercialização de pro-

dutores agrícolas, via meios virtuais, que possivelmente contribuirá para a eliminação do grande "gargalo" do agronegócio, elucidando, assim, as possibilidades existentes e necessárias para a eliminação deste grande entrave do desenvolvimento do agronegócio. Vale lembrar que iniciativas isoladas visando a melhoria do sistema de comercialização do produto baiano já foram implementadas, mas incorreram no insucesso. O que mostra a importância da integração entre os agentes do mercado em prol de uma nova estrutura de comercialização agrícola, que dê maior liquidez e transparência para os produtores e viabilidade aos projetos propostos pelos diversos agentes ligados ao setor.

Exemplos quanto à eficácia da utilização da TI para a comercialização via bolsas não faltam: a Bolsa de Valores de São Paulo - BOVESPA, após a instalação do MEGABOLSA, sistema onde os usuários podem comercializar títulos e valores mobiliários sem sair de casa, por intermédio do chamado *Homebroker*, vem reduzindo significativamente os seus pregões ao vivo; a Bolsa de Mercadorias e Futuros - BMF - vem aumentando significativamente suas operações de contratos futuros através do sistema *Global Trading System* - GTS, implantado em setembro de 2000, que lhe permite a interação com diversas bolsas internacionais, servindo de base para acordos bilaterais ou multilaterais, além de facilitar a troca de informações com todos os seus clientes. Ainda pode-se contar com outros sistemas eficientes e em plena expansão como o sistema eletrônico do Banco do Brasil, onde se negociam CPRs [Permínio: que é isso?] e outros produtos físicos, o sistema privado de leilões das Bolsas de Mercadorias Regionais e o sistema de leilões da Companhia Nacional de Abastecimento - CONAB, que opera conectado a diversas bolsas regionais, contando ainda com os sistemas governamentais de compras, informações e serviços.

Em matéria intitulada "Governo eletrônico reduz custos e agiliza serviços", publicada pelo jornal Valor Econômico (2 jul. 2004), ratifica-se a importância da TI para diversos países quanto à redução significativa de custos e à maior eficiência nos processos burocráticos dos governos. "Recentemente, a Romênia investiu US\$ 2,5 milhões em um sistema *on-line* de compras para o setor público

com base em leilões, utilizando uma tecnologia banal, que o governo calcula que permitirá uma economia de US\$ 80 milhões nos custos de aquisição". O governo brasileiro também já está percebendo reduções de custos de até 30%, em diversos estados, por conta da utilização dos sistemas de compras eletrônicos. A exemplo disto, temos o COMPRASNET, sistema de compras on-line através de leilões eletrônicos do governo do estado da Bahia, que vem se mostrando excelente ferramenta para a redução de custos, eliminação de processos burocráticos para compras do Estado e maior transparência nas compras públicas.

Com base nestas premissas, vislumbra-se a iniciativa com um projeto inovador na área de agronegócios, criando condições de implantação e sustentação para o desenvolvimento agrícola na Bahia.

A proposta consiste na criação de uma estrutura de comercialização e de informação, integrada por diversos atores do agronegócio, por intermédio de um sistema moderno, eficiente, eficaz, transparente e de baixo custo operacional (Sistema de Bolsas de Mercadorias), via Tecnologia da Informação, nos principais centros agroindustriais, formando núcleos de desenvolvimento regional e local, que por sua vez atenderão as regiões periféricas.

Além de integrar os diversos agentes envolvidos com o agronegócio no estado em prol da ruptura das desigualdades regionais, oferecendo propostas conceituais e práticas de operacionalização de uma nova estrutura de vendas, informação e classificação de produtos, capaz de garantir preço, qualidade, escala e desenvolvimento de novas linhas de transformação, propiciando maior agregação de valores. O sistema ainda atuará como uma grande fonte de informação para os produtores locais.

Tudo isso resultará em maior oferta de emprego, maiores remunerações aos agentes envolvidos e, conseqüentemente, em um aumento nas arrecadações tributárias, proporcionando ainda uma melhor distribuição de renda.

A referida proposta sugere, como estratégia para o alcance dos seus objetivos, os seguintes

pontos:

- criar uma estrutura eficaz de comercialização para os produtos rurais nos principais centros agroindustriais do estado, por intermédio da TI;
- integrar os sistemas de comercialização existentes na Bahia, formando uma rede, que estará integrada com um sistema de âmbito nacional (SIBB - Sistema Integrado de Bolsas Brasileiras; Sistema de Comercialização do Banco do Brasil; Sistema de Leilões da Companhia Nacional de Abastecimento - CONAB);
- difundir os novos instrumentos de comercialização para os pequenos produtores rurais e futuros corretores, financiando a estrutura física necessária (um computador ligado à Internet e uma linha telefônica para os corretores e para os grupos de produtores);

- informar aos participantes, inclusive às prefeituras e aos órgãos da administração pública do estado, as possibilidades e oportunidades de compras via bolsas de mercadoria;
- instrumentalizar os participantes quanto ao uso de mecanismos diretos e indiretos de apoio à comercialização (classificação, crédito, logística, seguro, informações cadastrais etc.) e disponibilizar uma estrutura rica e dinâmica de informações sobre o agronegócio no estado, no Brasil e no mundo;

A proposta será operacionalizada da seguinte maneira:

- criação ou utilização de um sistema de leilões via *web* consolidado, integrando sistemas já existentes, como os sistemas SEBRAE, SICVALE, WEBLANCELEILÕES, COMPRASNET, Banco do Brasil, CONAB, dentre outros, associando ainda bancos de dados de potenciais compradores e vendedores, pertencentes aos agentes interessados (CDL, Associações Comerciais, SEBRAE, Governo do Estado etc.), o que dará mais liquidez e abrangência ao sistema proposto;
- treinamento dos produtores e formação de corretores e investidores nos principais centros agroindustriais da Bahia, em parceria com as

Vislumbra-se a iniciativa com um projeto inovador na área de agronegócios, criando condições de implantação e sustentação para o desenvolvimento agrícola na Bahia

bolsas regionais (que já desenvolvem um programa de formação de corretores e investidores em agronegócio) e as universidades locais, instalando logo em seguida um posto com o sistema de comercialização e informação ligado em rede com as demais unidades ou criando uma única unidade que coordene o sistema em âmbito estadual;

- dar suporte às unidades, aos produtores e corretores locais, via parceria com os agentes envolvidos no agronegócio e demais interessados;

Sugere-se também a utilização do sistema privado de leilões, WEBLANCELEILÕES, por já ter o seu sistema de classificação, controle e liquidação das operações constituídos e consolidados, e por atuar integrado com mais 19 Bolsas de Mercadorias espalhadas por todo Brasil, além de possuírem mais de 3.000 corretores atuando em diversos seguimentos e produtos do agronegócio, proporcionando desde já maior liquidez às comercializações e eliminação de alguns custos decorrentes da implantação. Pode-se ainda utilizar o sistema de leilões do Banco do Brasil ou da CONAB.

A princípio, os custos iniciais para implantação do referido sistema de comercialização integrado a partir da utilização de um novo sistema são:

- criação do sistema de comercialização (*software*);
- criação de uma unidade de coordenação do sistema;
- criação de uma página na *Web* permitindo a troca de informações e divulgações entre todos os envolvidos na cadeia;
- suporte técnico;
- treinamento;
- instalação de um computador e uma linha telefônica em cada unidade;
- divulgação.

A partir da utilização do sistema de leilões privado, WEBLANCELEILÕES, ou Sistema Banco do Brasil ou Sistema CONAB:

- treinamento;
- criação de uma unidade de coordenação do sistema ou utilização de alguma estrutura existente;
- criação de uma página na *Web* permitindo a troca de informações e divulgações entre todos os envolvidos na cadeia;
- suporte técnico;
- instalação de um computador e uma linha telefônica em cada unidade;
- divulgação.

As variáveis apontadas demonstram as tendências globais e regionais da economia no século XXI, além de apresentar e sinalizar as vertentes tecnológicas e as possíveis direções a seguir diante de um mercado altamente competitivo

Vale ressaltar que o sistema *Web* opera através de comissões, sendo: 0,25% para o sistema, 0,25% para a unidade, 0,25% para o corretor da oferta de venda e 0,25% para o corretor da oferta de compra.

Com isso, pretende-se atingir os principais agentes da cadeia do agronegócio baiano, produtores, empresários e profissionais que já estão trabalhando nos mercados físicos, futuros corretores, compradores e vendedores de insumos, compradores de matéria-prima agropecuária, associações, cooperativas, entidades governamentais e demais membros da cadeia do agronegócios, além de estudantes universitários e recém-formados de Escolas de Agronomia, Economia e Administração de Empresas, Sociologia etc., que unidos trarão melhores resultados para o agronegócio baiano, ampliando as possibilidades de venda do produto rural e elevando a renda do setor, e estarão ajudando para eliminação de uma das maiores barreiras da referida atividade, a comercialização e desinformação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As variáveis apontadas demonstram as tendências globais e regionais da economia no século XXI, além de apresentar e sinalizar as vertentes tecnológicas e as possíveis direções a seguir diante de um mercado altamente competitivo. No entanto, as ações tomadas por muitos dos agentes e setores econômicos não condizem com esta realidade, como demonstram as regiões, com os seus

desníveis econômicos, sociais e culturais.

Observa-se, no Brasil, um desenvolvimento econômico ainda de forma concentrada e consequentemente desigual que acarreta em processos produtivos e comerciais em diversos níveis tecnológicos, o que se traduz nas dificuldades encontradas para a implantação de ações tecnológicas que visem melhorias nos processos da cadeia produtiva e comercial nas regiões menos desenvolvidas.

A proposta apresentada, apesar de ser de grande valia e de interesse de boa parte da cadeia do agronegócio, se depara com grandes dificuldades de aplicação, uma vez que temos uma estrutura agrícola, institucional e comercial desorganizada, atuando isoladamente, sem a devida integração. Tais debilidades não devem servir de barreiras para o sucesso desta proposta, mas sim como sinalização para as dificuldades a serem transpostas.

REFERÊNCIAS

- ALBERTIN, Alberto Luiz. *Comércio eletrônico. Modelos, aspectos e contribuições de sua aplicação*. São Paulo: Atlas, 2000.
- BARQUERO, Antonio Vázquez. *Desarrollo, redes e innovación: Lecciones sobre desarrollo endógeno*. Madrid: Pirámide, 1999.
- BARUCH, Guilherme. *A imagem do profissional de informática na visão de estudantes e dirigentes de organizações baianas. Informação & Gestão*, Salvador: SCT/UNIFACS, 1999.

BATALHA, Mário Otávio. *Gestão agroindustrial*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2001. v. 2.

BRASIL. Ministério de Ciência e Tecnologia. *Evolução da Internet no Brasil e no mundo*. Disponível em <http://www.mect.gov.br>. Acesso em 01 jul. 2004.

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura. a sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

JORNAL VALOR ECONOMICO. *Governo eletrônico reduz custos e agiliza serviços*. Disponível em <http://www.estadão.org>. acesso em: 02 jul. 2004.

MELLO, Álvaro e CAMPOS, Joaquim R. Novaes. *Ações sociais no combate a exclusão digital no Brasil*. Disponível em <http://www.nua.ie/survey>. acesso em: 29jun.2004.

MÉNDEZ, Ricardo. *Geografía económica - la lógica espacial del capitalismo global*. Barcelona: Ariel, 1997.

O'BRIEN, James A. *Sistemas de informação e as decisões gerenciais na era da Internet*. São Paulo: Saraiva, 2002.

O ESTADÃO ONLINE. *Dinamarca é o país mais avançado nas transações comerciais via Internet*. Disponível em <http://www.estadão.org>. acesso em: 01 jul. 2004.

SANTOS, Benedito Rosa do E. *Os caminhos da agricultura brasileira*. São Paulo: Evoluir, 2001.

SUPERINTENDÊNCIA DE ESTUDOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA BAHIA. *O perfil do trabalho no campo*. Disponível em: <http://www.sei.ba.gov.br>. Acesso em: 25 maio 2004.

ZYLBERSZTAJN, Décio; NEVES, Marcos Fava. *Economia & gestão dos negócios*. In: BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia, Secretaria de Política de Informática e Automação. *Evolução da Internet no Brasil e no Mundo*. Brasília, 2000.