



Contract no: 624-0021-C-00-3080-00
Project no: PIO/T 657-0021-3-20015
Contractor: LABAT-ANDERSON
Incorporated
USAID Project Office: USAID/Bissau

2200 Clarendon Boulevard
Suite 900
Arlington, Virginia 22201
USA

Rua Vigário Tenório, n°194
Sala 301 CEP 50.030
Recife, PE
Brasil

Rua Vitorino Costa
Bissau
Guiné-Bissau

Tel: (703) 525-9400
Fax: (703) 525-7975

Tel: (55) (81) 224-2863
Fax: (55) (81) 224-4654

Tel: 245-20-1104
20-1890/2
Fax: 245-20-1185

PN-ABZ-836

PROGRAMA DE PROMOÇÃO DE EXPORTAÇÃO DE MANGA DA GUINÉ-BISSAU

JAMES BRYON

JULHO 1995
GUINEA-BISSAU

TIPS REPORT No.50P

WP II TC 4C 2-gh

Approved by TIPS
March 28, 1996

Submitted to USAID
April 1, 1996

ÍNDICE

- I. INTRODUÇÃO
- II. AS TAREFAS ESPECIFICAS
- III. OS PRODUTORES E EXPORTADORES DA GUINE-BISSAU
- IV. SEMINARIO SOBRE COMERCIO INTERNACIONAL
- V. ANEXOS

I. INTRODUÇÃO

O presente relatório descreve o trabalho desenvolvido dentro do programa de apoio e promoção a atividade exportadora de manga “in natura” da Guiné-Bissau para Europa. O projeto TIPS vem desenvolvendo atividades neste sentido desde novembro de 1993 e as tarefas executadas, relacionadas neste relatório, são ações sequenciadas que visaram contribuir para a consecução dos objetivos do programa.

É necessário comentar que, além das tarefas específicas descritas no escopo de trabalho e no contrato que ampara o presente trabalho, o consultor, de comum acordo com a direção do projeto TIPS, elaborou e conduziu um curso de introdução ao comércio internacional destinado não somente aos interessados da área de exportação de manga, mas também para outros empresários interessados na exportação de produtos agrícolas e agro-industriais.

II. AS TAREFAS ESPECÍFICAS

Para que se pudesse executar as tarefas em apoio ao setor de produção e exportação de manga “in natura” através da Associação Nacional dos Agricultores de Guiné-Bissau, ANAG, foi feito um levantamento mercadológico em Lisboa no início de junho, poucos dias antes do início da colheita em Guiné-Bissau.

A) O MERCADO PORTUGUÊS

Muitos trabalhos já foram publicados sobre o mercado Português e o seu potencial para importar produtos da Guiné-Bissau, inclusive frutas e hortaliças “in natura”. Com frequência os autores relacionam como fatores favoráveis: os laços culturais, as populações imigrantes, a relativa proximidade geográfica, etc. Precisamos também lembrar que Portugal já se encontra devidamente integrada à comunidade europeia com sua tarifa externa comum e dispõe o que há de melhor em termos de fornecimento de gêneros alimentícios, quer de dentro da CE, quer fora dela. O nível de qualidade no setor alimentício e frutícola português certamente se elevou nos anos recentes e o próprio consumidor português manifesta esta mudança na

ponta da compra. Portanto, é importante frisar que o mercado português não pode ser considerado uma praça de "menor qualidade" ou "pouco exigente" como alguns gostariam de acreditar. O consumidor português hoje tem uma oferta abundante da melhor qualidade disponível e rapidamente se tornou tão exigente quanto outros consumidores europeus.

Na primeira quinzena de junho próximo passado, o mercado atacadista de Lisboa se encontrava razoavelmente bem abastecido com mangas importadas de vários países: Costa do Marfim, Venezuela e Mali. O destaque foi o produto da Costa do Marfim, variedade Kent, com excelente coloração, muito limpa, sem manchas nem arranhões, frutos acondicionados em caixas de papelão de excelente qualidade. Os tamanhos mais vistos foram na faixa de 400 a 600 gramas. A manga da Venezuela, principalmente da variedade Haden com alguma presença da Tommy Atkins, tinha boa aparência, porém com coloração inferior ao produto da Costa do Marfim. Tamanhos médios entre 300 a 450 gramas eram os mais comuns com uma embalagem de papelão de boa qualidade. O produto da Mali, variedade Amelie, era bastante irregular na sua aparência e sem muita cor. Não havia uniformidade na escolha no que se referia ao estágio de maturação e defeitos com algumas mangas de boa apresentação encaixadas com frutos com defeitos. A caixa de papelão usado também foi qualidade inferior as outras embalagens no mercado.

B) NÍVEIS DE PREÇO AO IMPORTADOR

No início de junho, conforme entrevistas com os principais importadores, os preços, ou seja, o valor pago pelos importadores na base de custo e frete (C + F) Porto de Lisboa ou Aeroporto de Lisboa foram:

Importador	Variedade Procedência	Meio de Transporte	US\$/CAIXA DE 4KG
Rijo & Rijo	Kent-Costa do Marfim	aéreo	7.80 a 8.50
	Haden-Venezuela	aéreo	7.50 a 7.90
	Amelie-Mali	aéreo	6.50 a 7.10
F.Lourenço	Kent-Costa do Marfim	aéreo	7.50 a 8.50

T. Atkins-Venezuela	aéreo	7.20 a 7.50
Eurofrutas Haden-Venezuela	aéreo	7.10 a 7.40

Dois importadores também informaram ter comprado pequenas partidas de manga da costa do Marfim transportado por navio até Marselha e depois por caminhão frigorífico até Lisboa,

C) PREÇOS A NÍVEL DO VAREJO

Em entrevistas com supermercados e pequenas varejistas foi possível obter informações sobre os preços de compra que giraram em torno de E\$ 380 e E\$ 450 por quilo ou seja, entre US\$ 2.68 a US\$ 3.17 sendo que o preço menor correspondia a manga do Mali enquanto a manga da Costa do Marfim auferia o preço superior.

No varejo, ou seja, preço ao consumidor, foram encontrados preços variando desde US\$ 3.50 a US\$ 4.20 por quilo.

Assumindo um custo médio de US\$ 7.00 por caixa com 4 quilos, pode-se inferir que o importador está praticando uma margem em torno de 60% nas vendas aos varejistas e supermercados. O varejo por sua vez está praticando uma margem de cerca de 35 % sobre o preço de venda para o consumidor. Nenhuma das margens brutas sobre o preço de venda quer do importador quer do varejo, está fora do normalmente aplicado em outros países europeus no setor de frutas "in natura", para produtos de primeira qualidade, transportados por avião.

D) ENTREVISTAS COM IMPORTADORES

As empresas entrevistadas trabalham ao longo do ano com várias frutas importadas, inclusive com mangas dos principais países exportadores. Tanto os importadores quanto seus clientes da rede do varejo já estão acostumados com a alta qualidade das frutas e suas embalagens que os exportadores oferecem dentro deste segmento altamente competitivo.

Apenas uma das empresas entrevistadas, Fiel Lourenço, havia recebido mangas da Guiné-Bissau em 94. O resultado, segundo o proprietário, foi um desastre total inclusive financeiramente, vez que não sequer apurou o suficiente para pagar a embalagem e a mão de obra necessária para a re-seleção que foi obrigado a fazer dado o estado lamentável em que chegou a mercadoria. As outras empresas tinham conhecimento de importações de pequeno porte da Guiné-Bissau e da Guiné, indiscriminadamente, mas a impressão geral era de que se trata de mangas de qualidade inferior tanto no que se refere ao fruto como também a embalagem.

Os importadores deixaram bem claro que sempre interessa uma nova fonte de suprimento desde que tenha um nível de qualidade igual aos fornecedores existentes. Portanto, a manga da Guiné-Bissau vai ter que alcançar o mesmo nível qualitativo dos outros países exportadores ou seu produto sofrerá descontos no preço e ainda correrá perigo de simplesmente não ser aceito.

III. OS PRODUTORES E OS EXPORTADORES DA GUINÉ-BISSAU

A) ATUALIDADE

Ficou evidente, bem antes do início da safra da manga de '95, que os principais produtores de manga, entre os chamados "Ponteiros", não haviam implementado as recomendações feitas por consultores no que se tange aos tratos culturais dos pomares de manga. As podas de copa ou "de arejamento" não foram feitas, o controle de ervas daninhas e as "termitas" tão pouco merecessem atenção dos "ponteiros" inclusive aqueles que supostamente lideram esta classe. Sem os devidos tratos, a qualidade da manga ficou comprometida no que se refere a cor e defeitos na sua aparência. A safra de '95 foi de baixa qualidade e com pouca fruta exportável.

Os principais produtores de manga, através da Associação dos Agricultores da Guiné-Bissau ANAG, tentaram estabelecer um preço mínimo de cerca de US\$ 0,40 por quilo para a venda de manga a exportadores. Considerando a baixa qualidade do produto, nenhuma empresa se dispôs a pagar tal soma, vez que certamente resultaria em prejuízo.

As empresas de exportação que vinham se organizando para iniciar suas atividades com o comércio da manga foram desestimuladas pela má qualidade da fruta aliada a política de preço "sugerido" pela ANAG. A única empresa que se dispôs a comprar manga para exportação foi Armazens do Povo que contava com a parceria do seu acionista português para garantir a colocação do produto no mercado da cidade do Porto. Diretores da Armazens do Povo confirmaram que estavam comprando manga muito abaixo dos quarenta centavos de dólar por quilo pedidos pela ANAG e que mesmo assim, devido a qualidade da manga ainda passado por rigorosa seleção, esperavam empatar ou perder pouco dinheiro na atual safra. A empresa pretende atuar no setor de exportação de frutas e verduras "in natura" e está usando a safra da manga '95 como período de experiência para capacitar sua equipe para trabalhar com outros produtos.

B) SETOR DE MANGA: PRÓXIMOS PASSOS

É evidente o potencial para produzir manga exportável de primeira qualidade na Guiné-Bissau.

Os aspectos produtivos, condições edafo-climáticos, e mercadológicos foram abordados em outros trabalhos do projeto TIPS.

O enfoque inicial do programa de apoio a Exportação de manga centrou-se num grupo relativamente pequeno de produtores, ponteiros, que se acreditava serviria de "modelo" e difusor de tecnologias de produção e classificação para o mercado externo. As evidências demonstram que o grupo não estava de fato, plenamente sintonizado com os objetivos do programa e, afinal, não dependia da rentabilidade dos seus plantios de manga e portanto não tinha necessidade de viabilizar a atividade de exportação de manga.

O projeto TIPS está no caminho certo no que se refere a atividade produtiva, cultura da manga, e agora precisa se dedicar a auxiliar aos pequenos e médios produtores que precisam, de fato, de orientação técnica.

O seminário foi organizado de tal modo que na sessão matinal abordava-se os tópicos de forma conceitual, com discussão teórica, e na parte da tarde tinha-se uma palestra, seguida de debate, de um profissional do setor pertinente.

Portanto, a título de exemplo, discutiu-se pela manhã o assunto transporte aéreo, procedimentos, normas etc e no mesmo dia à tarde, o seminário teve a participação do delegado da TAP para proferir uma palestra sobre a realidade do transporte aéreo na Guiné-Bissau bem como responder as perguntas dos seminaristas sobre os aspectos práticos-operacionais.

OBS: Nos anexos encontram-se o horário e sumário dos tópicos abordados no seminário.

B. NOVAS PERSPECTIVAS COMERCIAIS

Dentro do programa do seminário sobre comércio internacional discutiu-se duas áreas de interesse dos participantes que já demonstram claras oportunidades para o setor privado.

AMENDOAS DE CASTANHA DE CAJU

O mercado mundial de nozes está em franca expansão e a amêndoa de castanha de cajú acompanha esta tendência. O consumo "per capita" tende a crescer nos países desenvolvidos e expandir ainda mais rapidamente nos mercados emergentes. No que se refere a oferta, houve crescimento na última década notadamente entre países não tradicionais produtores enquanto nos países historicamente de maior expressão, a produção decresceu ou estagnou. Este cenário apresenta uma ótima oportunidade para Guiné-Bissau fomentar o beneficiamento da castanha passando a exportar a amêndoa, agregando valor ao produto e criando empregos.

Recentemente o Projeto Tips introduziu uma tecnologia de beneficiamento da castanha de cajú de forma descentralizada,, intensivo em mão-de-obra e de baixo nível de investimento que deve incentivar a criação de micro e médias indústrias

O seminário foi organizado de tal modo que na sessão matinal abordava-se os tópicos de forma conceitual, com discussão teórica, e na parte da tarde tinha-se uma palestra, seguida de debate, de um profissional do setor pertinente.

Portanto, a título de exemplo, discutiu-se pela manhã o assunto transporte aéreo, procedimentos, normas etc e no mesmo dia à tarde, o seminário teve a participação do delegado da TAP para proferir uma palestra sobre a realidade do transporte aéreo na Guiné-Bissau bem como responder as perguntas dos seminaristas sobre os aspectos práticos-operacionais.

OBS: Nos anexos encontram-se o horário e sumário dos tópicos abordados no seminário.

B. NOVAS PERSPECTIVAS COMERCIAIS

Dentro do programa do seminário sobre comércio internacional discutiu-se duas áreas de interesse dos participantes que já demonstram claras oportunidades para o setor privado.

AMENDOAS DE CASTANHA DE CAJU

O mercado mundial de nozes está em franca expansão e a amêndoa de castanha de cajú acompanha esta tendência. O consumo "per capita" tende a crescer nos países desenvolvidos e expandir ainda mais rapidamente nos mercados emergentes. No que se refere a oferta, houve crescimento na última década notadamente entre países não tradicionais produtores enquanto nos países historicamente de maior expressão, a produção decresceu ou estagnou. Este cenário apresenta uma ótima oportunidade para Guiné-Bissau fomentar o beneficiamento da castanha passando a exportar a amêndoa, agregando valor ao produto e criando empregos.

Recentemente o Projeto Tips introduziu uma tecnologia de beneficiamento da castanha de cajú de forma descentralizada, intensivo em mão-de-obra e de baixo nível de investimento que deve incentivar a criação de micro e médias indústrias

que passarão a oferecer amêndoas para comercializar no próprio país bem como para exportar para países vizinhos e para europa.

A tecnologia de processamento descentralizado, intensivo em mão-de-obra, contrastando com tecnologias empregadas nas grande indústrias, preserva os fatores que determinam o valor das amêndoas de castanha de cajú:

- integridade (inteiras)
- cor (quanto mais alva, maior o valor)
- tamanho (quanto maior, mais valiosa)

FRUTAS E HORTALIÇAS

Apesar de certa frustração com os resultados da exportação da manga, é evidente que a Guiné-Bissau reúne condições para se tornar exportador de outros produtos agrícolas "in natura". Dentro do seminário, devido ao grande interesse dos participantes, discutiu-se as perspectivas de vários produtos ou já cultivados ou passíveis de cultivo no país.

Para orientar esta abordagem, partiu-se de uma listagem elaborada pela empresa norte-americana Development Alternatives Incorporated, DAI, que recentemente realizou um estudo sobre o potencial da costa oeste africana. (Vide tabela em anexo).

Concluiu-se que certas culturas devem merecer maior atenção dos empresários da Guiné-Bissau tanto entre produtores rurais como entre exportadores que pretendem atuar neste segmento.

Papaya: é necessário introduzir a variedade "Solo" ou "Sunrise", preferida do mercado europeu, realizando ensaios de campo antes de partir para plantações de maior escala. Existe uma demanda firme no mercado europeu, o ano inteiro, para papaya de qualidade.

Melão Galia: existem boas condições climáticas para a cultura mas é um cultivo altamente tecnificada necessitando de insumos caros e sofisticados. Devido ao

período seco de dezembro a maio, Guiné-Bissau poderá oferecer Galia nos meses de fevereiro a abril quando o mercado está mais carente desta variedade.

Vagem: cultura tipicamente de pequeno produtor, intensiva em mão de obra. Precisa-se uma boa articulação entre grupos de pequenos produtores e exportadores que possam garantir a compra e se encarregarem da logística da exportação via aérea.

Quiabo: existe pequena demanda em Portugal enquanto França e Inglaterra são compradores de maiores quantidades. Novamente, trata-se de uma excelente oportunidade para empresários exportadores organizarem um suprimento junto a pequenos produtores dos cinturões verdes de Bissau e outras localidades.

ANEXOS

SEMINÁRIO SOBRE INTRODUÇÃO AO COMÉRCIO INTERNACIONAL

HORÁRIO

	Quarta Feira 21 de Junho	Quinta Feira 22 de Junho	Sexta Feira 23 de Junho	Sábado 24 de Junho
9:00	Cerimônia de Abertura	Fluxo Comercial	Transporte	Comércio Internacional
às	Comércio Internacional	Documentação	Modalidades de Venda	Frutas, Verduras e Amêndoas de Castanha de Caju.
	Mercado	Fluxo de Documentação	Condições de Pagamento	Avaliação do Seminário
12:00	Comércio(papel/função)			Cerimônia de Encerramento
INTERVALO				
16:00	Palestrantes: Despachante	Palestrantes	Agente Marítimo	
às	Ministério de Agricultura	Banco Central	Carga Aérea	
		Banco Tota e Açores		
18:00		Banco Internacional da Guiné-Bissau (BIG)		

COMÉRCIO INTERNACIONAL

Exportação: Venda

Importação: Compra

Produtos: Básicos

Semi- Industrializados

Industrializados

Serviços: Engenharia de Construção, Montagem,
Manutenção

Consultorias

Contratos: Compra e Venda

Prestação de Serviços

Pagamento: Entrada e Saída de divisas

MERCADO

Fator Determinante: Qualidade

Volume

Preço

Normas Comerciais

Qualidade: Especificações

do produto
da embalagem
do manuseio e transporte

Volume: Estatísticas (série histórica)

Tendências (projeções)

Preço: Níveis históricos

Sazonalidade

Práticas Comerciais: Ofertas

Contratos

Solução de problemas

COMÉRCIO

Papel/ Função: Produtor

Exportador

Produtor/ Exportador

Comercial Exportadora
(Trading Company)

Agente

Importador

Despachante Aduaneiro

16

FLUXO COMERCIAL: EXPORTAÇÃO

Oferta: Fatura Proforma
Especificações
Produto e embalagem
Prazos
de embarque
de entrega
Preços
moeda/unidade
Pagamento
Forma
Prazo
Negociação
Fechamento
Efetivação do Embarque
Documentação
Recebimento e conversão de divisas

17

DOCUMENTAÇÃO

Licença de Exportação

Nota de Venda

Romaneio (Packing List)

Fatura Comercial

Rascunho de conhecimento de embarque

Conhecimento de embarque

Certificados: de origem

Fitosanitário

de qualidade

de peso

outros

FLUXO DA DOCUMENTAÇÃO

Para o Importador: Fatura Comercial
1 original + 2 cópias

Romaneio
1 original + 2 cópias

Conhecimento de Embarque
1 original + 2 cópias

Certificados

Carta capeando

Cobrança Bancária: Fatura comercial
3 cópias

Conhecimento Embarque
2 originais + 3 cópias

Saque

Carta capeando

Para o Exportador: 1 cópia de cada documento acima
+ as cartas de encaminhamento.

TRANSPORTE

Agentes e Representantes

Sequência

- Negociação prévia dos fretes
- Reserva de praça ou espaço
- Rascunhos para conhecimentos
- Recebimento dos conhecimentos
- Pagamento do frete

MODALIDADES DE VENDA

FOB: (free ou board)
posto a bordo

C + F: (cost and freight)
custo e frete

CIF: (cost insurance and freight)
custo seguro e frete

CONSIGNMENT: Consignação

CONDIÇÃO DE PAGAMENTO

Antecipado

A Vista

A Prazo

Instrumentos de Pagamento

Ordem de pagamento

Carta de Crédito (red clause)

Cobrança (Draft)

22

COMÉRCIO INTERNACIONAL DE FRUTAS

- Tendências
- Fluxos
- Sazonalidade
- Hemisférios
- Vantagens Comparativas
 - Clima
 - Solo
 - de produção
 - Localização
- Oportunidades específicas

TABLE 1
SUMMARY OF MARKET RESEARCH FINDINGS

Product	Total Annual Imports to the EC (MT)	Seasonal Niche		Main Competitors	Market Trends
		Period	Price Range (\$/kg C+F)		
BEST MARKET OPPORTUNITIES					
PAPAYA	8,000	Year-round	2.25-3.00	Brazil Costa Rica Jamaica	Demand up, prices stable
GREEN BEANS	37,000	Nov - Feb Mar - Apr	2.40-3.00 2.70-3.70	Kenya Egypt Burkina Faso Senegal	Demand up, prices stable
GALIA MELONS	17,000	Dec - Apr	2.20-3.00	Israel South Africa	Demand up, short supplies in Jan/Feb
CHARENTAIS MELONS	4,000	Dec - Apr	3.00-4.50 2.00-2.20	Martinique Senegal	Price depends strongly on quality
MANGETOUTS	3,000	Sep - May	4.50-5.50	Kenya Zimbabwe Guatemala	Demand up, prices stable
FRESH HERBS	3,000-4,000	Nov - May	7.00-15.00	Israel Cyprus	Demand up, prices high but stable
POSSIBLE MARKET OPPORTUNITIES					
STRAWBERRIES	7,000-8,000	Nov - Jan	5.00-8.00	Poland Mexico Colombia Israel	Demand up but limited by current high prices
ASPARAGUS	5,800	Oct - Nov Dec - Feb Mar April	3.50-5.00 6.00-7.00 3.50-5.00 2.50-3.00	United States Peru Chile Argentina Morocco	Demand up but limited by current high prices
CHILLIES	7,000	Feb - Apr (Germany) Year-round (U.K.)	2.50-3.00 2.40-3.00	Turkey Kenya Gambia Zambia	Demand up
BABY CORN	500-800	Year-round	4.00	Thailand Zimbabwe	Demand up slowly
OKRA	500-800	Year-round	2.20-2.50	Thailand Kenya	Demand up slowly

24

Product	Total Annual Imports to the EC (MT)	Seasonal Niche		Main Competitors	Market Trends
		Period	Price Range (\$/kg C+F)		
ASIAN VEGETABLES	2,000-4,000	Nov - Apr	2.00-4.00	Kenya Gambia Pakistan India Malaysia	Demand stable
VERY LIMITED MARKET OPPORTUNITIES					
PINEAPPLES	<u>230,000</u>				
by air:	20,000	Year-round	1.20-1.50	Ghana Côte d'Ivoire	Imports up Prices down
by sea:	210,000		0.60-0.65	Côte d'Ivoire Latin America	
MANGOES	42,000	Apr - July (WCA export season) Oct - Nov	1.20-1.80 2.00-2.50	Côte d'Ivoire Venezuela Pakistan Puerto Rico	Demand up Prices down
LIMES	7,000	Year-round	1.30-1.90 by sea: 1.80-2.10 by air:	Brazil Mexico	Demand up for sea-shipped and down for air- shipped limes
HONEYDEW MELONS	45,000- 50,000	Oct - Feb Mar - Apr	0.60-0.65 1.00-1.20	Brazil	Imports up Prices down
SWEET PEPPERS	40,000	Jan - May	1.50-2.00	Spain Turkey	Imports down as EC winter production up
EGGPLANT	3,000	Dec - Feb	1.50-2.00	Spain The Netherlands	Imports down as EC winter production up

25
1