

Campanha de Cortiça 2010



Recomendações Técnicas

O CONHECIMENTO DA CORTIÇA E DO FUNCIONAMENTO DO MERCADO PERMITE A SUA CORRECTA VALORIZAÇÃO

unac

União da Floresta Mediterrânica



Nota Introdutória

Na campanha de 2009 os produtores de cortiça conseguiram, através de uma postura consciente e conhecedora do mercado, minimizar o impacto da crise financeira no seu sector adequando a oferta à procura e extraíndo apenas a cortiça que a indústria se propôs a comprar.

Esta postura representou uma acção conseguida para contrariar a alteração do paradigma de stockagem de matéria-prima, que sempre foi feita na indústria, tentando esta que a mesma passasse a ser feita pela produção, na pilha. A acontecer esta alteração, uma massa de matéria-prima não vendida influenciaria de forma relevante o comportamento do mercado e o mecanismo de formação do preço na campanha seguinte, como se verificou de 2008 para 2009.

A campanha de 2010 inicia-se praticamente sem stocks de cortiça por vender na produção ao invés do que aconteceu em 2009. No entanto a dimensão potencial da campanha de extracção de 2010 é muito grande, uma vez que agrega a cortiça não extraída em 2009, cerca 2,5 milhões @, à extracção prevista para este ano 6-7 milhões @. A oferta potencial para 2010 será assim de 8 - 9 milhões @.

Em 2010, e apesar de alguns sinais positivos dados pelos mercados internacionais, com especial ênfase para o mercado americano e para o segmento do champanhe no mercado europeu, não se espera que a procura seja superior a 6 - 7 milhões @.

A forma como o mercado da cortiça tem vindo a evoluir e o elevado grau de incerteza e instabilidade económica, onde não se podem ignorar as dificuldades financeiras em várias empresas do sector transformador, exige uma vez mais em 2010, por parte dos produtores florestais, uma particular atenção para a actual campanha de extracção.

O conhecimento da cortiça permite uma correcta valorização e sobretudo a venda das quantidades certas por um preço adequado, evitando preços por arroba que escondem descontos absurdos. Considerar na venda apenas o preço por arroba, sem ter em conta a quantidade efectivamente vendida, é um erro comum em muitos negócios.



Considerou-se, por isso, relevante actualizar o documento elaborado em 2009 que preconiza, no âmbito do contexto existente para a campanha de cortiça de 2010, um conjunto de recomendações técnicas para o processo de extracção e comercialização.

1 — Perspectivas para a Campanha

A campanha de 2010 deve caracterizar-se por:

- **Oferta potencial superior à procura potencial**, facto que, caso se concretize, pode levar ao aparecimento de especuladores com propostas de preço muito inferiores ao preço potencial de mercado;
- **Maior procura em relação a 2009**, devido ao baixo nível de stockagem de matéria-prima por parte da maioria da indústria e à procura em alta de delgado de boa qualidade e de granulados, ambos em falta na indústria rolheira;
- Manutenção da tendência de maior **dificuldade de escoamento para as cortiças de menor qualidade**.



O padrão provável das propostas de aquisição de cortiça aos produtores incluirá:

- Procura pela indústria de um **rácio preço/qualidade que se traduza num baixo risco na compra**;
- **Prazos de pagamento semelhantes a 2009** – consolidando a postura iniciada em 2009 de redução da estrutura de custos e de diminuição da necessidade de fundo de maneio;
- **Dificuldade de apresentação de garantias reais de pagamento**;
- **Pressão por parte dos compradores/empreiteiros** para início da extracção em Maio.

2 — A Extracção da Cortiça

A DECISÃO DE EXTRAIR A CORTIÇA?

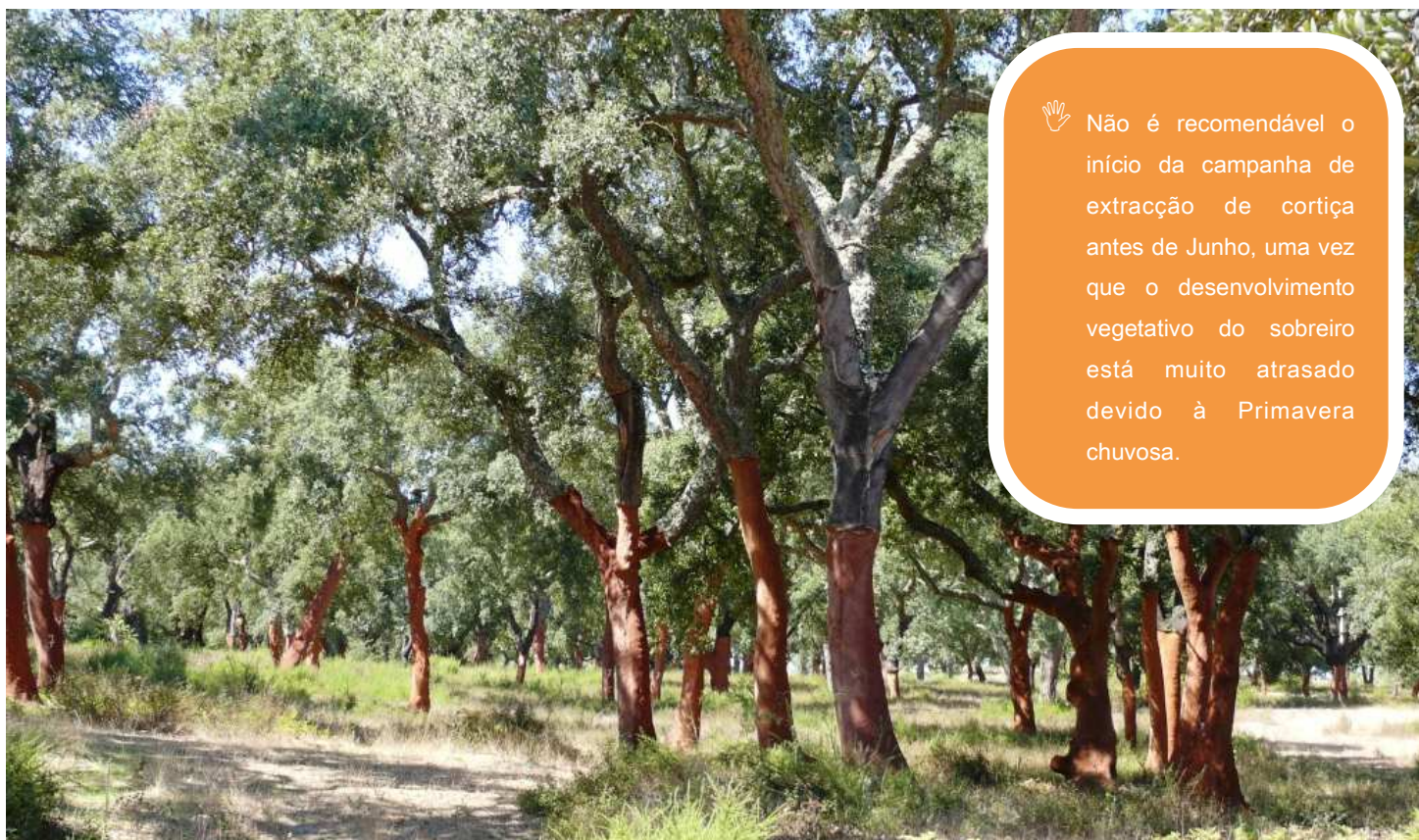
A decisão de extracção da cortiça apenas após a venda, procedimento vulgar em Espanha, protege o produtor de uma situação de negociação “forçada”, durante o Inverno ou mesmo já na Primavera seguinte numa altura em que o poder negocial do comprador é muito superior ao do vendedor;

❗ Cortiça certificada terá maior facilidade de venda dada a oferta ser muito inferior à procura actual por parte da indústria.

Na actual conjuntura, em que existe um grande desconhecimento sobre as necessidades de matéria-prima e em que existe uma quantidade significativa de cortiça por extrair de 2009, **este procedimento pode ser uma boa alternativa ao normal método de extracção e empilhamento;**

A caracterização obtida pela Análise da Cortiça e a expectativa de preços de comercialização, associada ao conjunto de calas retiradas e que ficam em posse do produtor, podem ser boas ferramentas de apoio ao processo de comercialização, minimizando uma retracção da intenção de compra, ou uma desvalorização dos preços, por alegado desconhecimento das características da cortiça (dado que está na árvore e não na pilha);

A hipótese de extracção da cortiça apenas após a venda, face às consequências que acarreta (adiamento de receitas por mais 1 ano, eventual risco de incêndio, taxas de juro, etc.) deve ser devidamente ponderada.



✋ Não é recomendável o início da campanha de extracção de cortiça antes de Junho, uma vez que o desenvolvimento vegetativo do sobreiro está muito atrasado devido à Primavera chuvosa.

2 — A Extracção da Cortiça

ADIAR A EXTRACÇÃO 1 ANO – PODE VALORIZAR A CORTIÇA?

A avaliação da cortiça antes da extracção, perspectivando o calibre à data da sua comercialização é uma ferramenta importante para a decisão de extracção.

Se esta análise identificar que uma % considerável da cortiça a extrair poderá estar no limiar do calibre não rolhável (transição de delgada para meia marca), **poderá ser compensador adiar a extracção da cortiça 1 ano, permitindo que esta cresça e ganhe calibre, passando a rolhável, o que vai promover a sua valorização.**



CONVERSÕES PARA PAU BATIDO?

Com a entrada em vigor do decreto de lei n.º 169/2001 de 25 de Maio, que regulamenta as medidas de protecção dos sobreiros e das azinheiras, ficou estabelecido que a partir do ano de 2030 não será permitida a exploração de sobreiros em meças.

Face a uma conjuntura de mercado que apresenta, para determinadas situações, preços pouco interessantes, **o obrigatório processo de conversão de meças para pau batido (que passa por atrasar ou antecipar o ano de tirada das meças de uma mesma árvore, por forma a que a tirada ocorra no mesmo ano) pode ser aproveitado para adiar por 1 ano a extracção de cortiça**, na expectativa de uma alteração dos preços de comercialização.

3 — Conhecer a Cortiça

QUAL A QUALIDADE DA CORTIÇA?

É imprescindível o **conhecimento pormenorizado do tipo de cortiça produzida**, por forma a avaliar de forma criteriosa a oferta da indústria e o seu ajustamento à realidade do produto que se está a comercializar.

Nesse sentido, a **Análise da Cortiça deve ser uma componente a considerar no planeamento da campanha de extracção, por forma a conhecer o tipo de cortiça que se vai comercializar, identificando os parâmetros que poderão desvalorizar ou valorizar essa mesma cortiça - a sua Associação pode fornecer-lhe este serviço;**

A partir do conhecimento do calibre aos 8 anos de idade de criação da cortiça, é possível estimar o calibre que esta irá ter aos 9 anos. Após estimação do calibre da cortiça aos 9 anos, a metodologia adoptada para os restantes cálculos é a mesma aplicada a amostras de cortiça com 9 anos completos de criação – conhecer a cortiça permite um correcto planeamento da sua exploração;



QUAL A QUANTIDADE DE CORTIÇA PRODUZIDA E COMERCIALIZADA?

Tão importante como a negociação do preço por arroba é a determinação rigorosa da quantidade produzida e a comercializar, sendo que **a metodologia de pesagem é a única forma que permite aferir a quantidade de cortiça produzida e efectivamente comercializada.**

Qualquer outro método, nomeadamente a cubicagem ou a venda “a olho”, introduz aspectos subjectivos que normalmente os produtores dominam mal;

Basta referir que, de acordo com a informação de alguns produtores que comercializaram pilhas com cubicagens a 6,5 @/ m³ e que posteriormente as pesaram, obtiveram mais 20% de cortiça do que aquela que, na realidade venderam.

3 — Conhecer a Cortiça

QUE DESCONTOS DE HUMIDADE?

O teor de humidade da cortiça é um factor essencial no processo de comercialização da cortiça. Ao longo de uma campanha de extracção é possível identificar os seguintes valores (em média e num ano normal):

- em média, a humidade à extracção tem sido de 21%
- a cortiça considera-se comercialmente seca a 14% de humidade
- aos vinte dias após o fecho da pilha, a cortiça tem 8-10% de humidade
- no fim do Verão do ano da extracção, a cortiça tem 5-7% de humidade

A forma mais correcta de avaliar a humidade, consiste na recolha de uma amostra, no momento do carregamento, e na sua secagem em estufa a 103° C até peso constante;

A humidade da cortiça tem sido um aspecto tratado de forma displicente por parte dos produtores, essencialmente porque apenas tem interesse quando a cortiça é vendida a peso o que nem sempre acontece. Contudo, mesmo nessa situação, os produtores aceitam normalmente descontos muito superiores aos reais (entre 15% a 20%), o que altera de forma significativa o preço por arroba acordado;

Assim, **todos os descontos de humidade superiores a 14% são na realidade descontos de preço, uma vez que se está a reduzir a quantidade de cortiça vendida.**



4 — Valorizar a Cortiça

EM CORTIÇAS DELGADAS – COMPENSA REDUZIR A ALTURA DE DESCORTIÇAMENTO?

Uma das possibilidades para alterar as características de cortiça, é através da altura de descortiçamento, que influencia o calibre da cortiça;

Assim, e para as actuais tendências de mercado, em que a cortiça delgada apresenta uma desvalorização de cerca de 30% nos últimos cinco anos, reflectindo a perda de mercado das rolhas técnicas

(designadas como “1+1” – *rolha constituída por um disco de cortiça natural em ambos os topos e um corpo de aglomerado de cortiça*), a redução da altura de descortiçamento pode ser uma medida recomendada para aumentar o calibre da cortiça, promovendo a sua valorização.



A QUESTÃO DOS BOCADOS – EVITAR A DESVALORIZAÇÃO

A % de bocados resultante de uma tirada de cortiça é um dos factores que contribui para a sua desvalorização. Assim, um acompanhamento eficaz do processo de extracção da cortiça assim como do seu transporte até ao local da pilha, de forma a assegurar uma baixa % de bocados, é uma das formas de valorização da cortiça junto do comprador.



4 — Valorizar a Cortiça

O QUE FAZER AO REFUGO?

Para a cortiça classificada como refugo, **ponderar a possibilidade de não proceder à sua extracção**, face aos actuais preços da sua comercialização, que podem não rentabilizar o custo de extracção.



Propostas de preço muito apelativas mas que pressupõem descontos de refugo devem ser evitadas.



Toda a cortiça é vendida mas existe um desconto estimado na quantidade, que representa na realidade um desconto de preço, uma vez que se está a reduzir a quantidade de cortiça vendida.



Estas são abordagens menos profissionais que não trazem transparência ao mercado.



OS CALÇOS – QUE PROCEDIMENTO?

O retirar dos calços no campo é um assunto que tem sido introduzido pela indústria, mas este é um problema essencialmente industrial e que deve ser resolvido a esse nível. Os calços têm que ser efectivamente retirados das árvores pois, caso esta operação não se faça, estas ficam sujeitas ao ataque por fungos.

Para além disso, é a indústria que sabe até onde pode aproveitar devidamente a prancha, pelo que transferir essa função para o acto da tiragem leva necessariamente ao desperdício de matéria-prima e à introdução de mais um factor de negócio pouco transparente, para o qual não se deve contribuir.

4 — Valorizar a Cortiça

EXTRACÇÃO DA CORTIÇA - MECÂNICA OU MANUAL?

A extracção mecânica pode permitir uma redução de custos, comparativamente com a manual, face ao maior rendimento no campo e ao maior aproveitamento que as pranchas têm (os cortes rectos melhoram o rendimento das pranchas extraídas). Assim, e nos montados com extracção predominante nos fustes, **fomentar junto do tirador a utilização da extracção mecânica**, utilizando este argumento como forma de valorização da cortiça junto do comprador.



UMA OU VÁRIAS TIRADAS?

A concentração de tiradas no mesmo ano ou período deve ser devidamente (re)avaliada devido aos impactos que pode causar na comercialização da cortiça. Sempre que seja possível (técnica e economicamente) **ponderar a possibilidade de dividir a extracção em vários anos** de forma a acompanhar as tendências de mercado e preços, reduzir os riscos de comercialização e diluir a carga fiscal.

OS PREÇOS DA TIRADA



Preço de extracção médio em 2009

3,76 €/@

Apesar do aumento dos custos de extracção de cortiça – 50% entre 2000 e 2008 – considera-se que, na actual conjuntura, e tal como em 2009, existe margem de negociação com os tiradores, sem comprometer a qualidade do processo de extracção;

Assim, **recomenda-se uma negociação do preço da tirada com o objectivo de uma redução face às perspectivas do mercado.**

Contacte a sua Associação

LISTA DE ASSOCIAÇÕES FILIADAS NA UNAC

ASSOCIAÇÃO	MORADA	LOCALIDADE	TELEFONE	FAX	E-MAIL
ACHAR - Associação dos Agricultores da Charneca	Rua Direita de S. Pedro, 152	2140-098 Chamusca	249 760 041	249 760 043	charneca@achar.pt
AFLOBEI - Associação dos Produtores Florestais da Beira Interior	Av. General Humberto Delgado, 57, 1º	6000-081 Castelo Branco	272 325 741	272 325 782	aflobei@netvisao.pt
AFLOPS - Associação de Produtores Florestais	Espaço do Complexo Fortuna—Artes e Ofícios Estrada Nacional 379, Qta. Anjo	2950-597 Palmela	212 198 910	212 198 919	aflops@aflops.pt
AFLOSOR - Associação dos Produtores Florestais da Região de Ponte de Sôr	Zona Industrial de Ponte de Sôr, rua E, Lt 79	7400-211 Ponte de Sôr	242 203 296	242 203 296	aflosor@sapo.pt
ANSUB - Associação dos Produtores Florestais do Vale do Sado	Apartado 105 EC Alcácer do Sal	7580-909 Alcácer do Sal	265 612 684	265 610 363	ansub@ansub.pt
APFC - Associação dos Produtores Florestais do Concelho de Coruche e Limítrofes	Rua dos Guerreiros, n.º 54	2100-183 Coruche	243 617 473	243 679 716	apfc@apfc.pt
SUBERÉVORA - Associação de Produtores Florestais	Rua Diana de Liz, Apartado 536	7002-506 Évora	266 744 504	266 771 674	suberevora@sapo.pt

A UNAC – União da Floresta Mediterrânica representa os interesses dos produtores florestais do espaço mediterrânico português junto das instituições nacionais e europeias, através de uma estratégia de intervenção de cariz técnico-político.

Acompanha e analisa todos os processos e iniciativas com relevância e interesse para os seus associados, como é o caso das políticas rurais, florestais, ambientais e fiscais. Através da UNAC, as organizações de produtores florestais do espaço mediterrânico definem posições comuns sobre temas estratégicos e transversais, desenvolvendo contributos e participações válidas, construtivas e tecnicamente fundamentadas. Tem uma área territorial de influência de dois milhões de hectares.

UNAC - União da Floresta Mediterrânica

Av. Colégio Militar, Lote 1786, 1549-012 Lisboa, PORTUGAL

Tel.: +351 21 710 00 14 / Fax: +351 21 710 00 37

www.unac.pt / geral@unac.pt