

A Competitividade da Agroindústria Sucroalcooleira do Brasil e o Mercado Internacional: Barreiras e Oportunidades

VÂNIA ÉRICA HERRERA

Fundação Eurípides de Marília - UNIVEM
vania@fundanet.br
CPF: 121.022.138-11
Rua: João Val Verde, 129 Bairro Fragata - II Marília-SP

ANDRÉIA DE ABREU

Universidade Federal de São Carlos - UFSCAR
andreia@dep.ufscar.br
CPF: 317.855.878-03
Rua: Salustiano Martins Passos, 87 Bairro Nova Marília - Marília-SP

MARCEL CLEI MUNHOS STOCO

Fundação Eurípides de Marília - UNIVEM
marcel.clei@itelefonica.com.br
CPF: 292.204.568-42
Rua: Alcindo Saul Amaral, 95 Parque São Jorge – Marília-SP

LUCAS OLIVEIRA LOPES

Fundação Eurípides de Marília - UNIVEM
lucas.oliveira.lopes@terra.com.br
CPF: 286.548.078-06
Rua: Nelson Rossato, 169 bl 9 apt 904 Vila Operária da Alimentação – Marília-SP

DANILO HISANO BARBOSA

Fundação Eurípides de Marília - UNIVEM
danilohisanobarbosa@hotmail.com
CPF: 310.186.778-95
Rua: Paulo Centrone, 657 Jardim América – Marília-SP

Área Temática: Comércio Internacional
Forma de Apresentação: Apresentação com presidente da sessão e presença de debatedor

A Competitividade da Agroindústria Sucroalcooleira do Brasil e o Mercado Internacional: Barreiras e Oportunidades

Resumo

O presente trabalho objetiva estudar a competitividade da agroindústria sucroalcooleira brasileira, tendo em vista o enorme potencial do país nesse setor do agronegócio, tanto no mercado interno quanto no mercado internacional. Para a realização de tal objetivo, o trabalho se estruturou da seguinte forma: num primeiro momento realizou-se a revisão conceitual de complexos agroindustrial e cadeia de produção agroindustrial. Posteriormente, foram analisados os fatores determinantes da competitividade no agronegócio. Finalmente, foi apresentado a competitividade da agroindústria sucroalcooleira brasileira no âmbito internacional, as barreiras e oportunidades. O trabalho se baseou em pesquisa bibliográfica dos principais autores da área, bem como pesquisa em periódicos específicos sobre agronegócio e instituições de pesquisa de açúcar e álcool.

PALAVRAS-CHAVE: Agroindústria, Açúcar e Álcool, Mercado Internacional

1. Introdução

O agronegócio no Brasil vem crescendo em importância. Isso fica patente através do aumento da capacidade produtiva, da produtividade, do aumento da inversão em tecnologia de ponta. De acordo com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDIC), o setor movimenta 458 bilhões de reais por ano, o que representa um terço do PIB, gera 17,7 milhões de empregos, o equivalente a 37% da População Economicamente Ativa (PEA).

Nos últimos anos, poucos países tiveram um crescimento no comércio internacional do agronegócio quanto o Brasil, sendo um dos líderes mundiais na produção e exportação de vários produtos agropecuários, tais como café, açúcar, álcool e sucos de frutas.

Introduzida no Brasil para consolidar a colonização portuguesa e, ao mesmo tempo, garantir grandes lucros à metrópole, a cana-de-açúcar tornou-se um dos produtos mais importantes do agronegócio brasileiro. Atualmente, o país é o maior produtor e exportador mundial de açúcar e apresenta grande potencial para o álcool no mercado externo. Em 2003, as exportações de açúcar atingiram 12,9 milhões de toneladas, um resultado 2,2% superior ao registrado em 2002.

O objetivo geral deste trabalho é demonstrar a competitividade da agroindústria sucroalcooleira do Brasil, tendo em vista o enorme potencial do país nesse setor do agronegócio, tanto no mercado interno quanto no mercado internacional. Pretende-se identificar as principais barreiras existentes no mercado externo e o potencial de consumo em novos mercados.

2. Cadeias de Produção e Complexos Agroindustriais

Segundo Morvan (1988) *apud* Batalha e Silva (2001, p. 28), a noção de Cadeia de Produção Agroindustrial estaria ligada a uma cadeia de produção, ou seja, “[...] uma sucessão

de operações de transformação dissociáveis, capazes de ser separadas e ligadas entre si por um encadeamento técnico” ou ainda “[...] um conjunto de relações comerciais e financeiras que estabelecem, entre todos os estados de transformação, um fluxo de troca, situado de montante a jusante, entre fornecedores e clientes.”

De acordo com Batalha e Silva (2001), a Cadeia de Produção Agroindustrial (CPA) pode ser dividida em três macrosegmentos: comercialização – conjunto de relações comerciais e financeiras que viabiliza o consumo e o comércio de produtos finais; industrialização – fase em que a matéria-prima passa por transformações para chegar ao produto final oferecido ao consumidor que poderá ser uma unidade familiar ou outra agroindústria e produção de matéria-prima – meios de produção que fornecem as matérias-primas iniciais permitindo que outras empresas possam dar continuidade ao processo de produção do produto final.

Uma característica importante das CPAs é que elas não são isoladas entre si. Determinada CPA pode apresentar operações ou estágios intermediários de produção comuns para várias CPAs que compõem o mesmo. O termo intermediário diz respeito ao produto final da CPA. Batalha e Silva (2001, p. 31) exemplificam que “a produção de óleo refinado de soja, por exemplo, poderia ser considerada estado intermediário de produção na fabricação dos produtos finais margarina e maionese”.

Segundo os mesmos autores, dentro de uma cadeia de produção agroindustrial podem existir no mínimo quatro mercados com diferentes características: 1-mercado entre produtores de insumos e os produtores rurais; 2-mercado entre produtores rurais e agroindústria; 3-mercado entre agroindústria e distribuidores; e 4-mercado entre distribuidores e consumidores finais.

Finalmente, pode-se concluir que uma cadeia de produção é definida à partir do produto final, onde há o encadeamento das várias operações técnicas que o compõe.

A noção de Complexo Agroindustrial é derivada do conceito de Complexo Industrial, que se originou a partir do modelo insumo-produto de Leontief desenvolvida no final dos anos 40, cujo objetivo era descrever os fluxos de bens e serviços de uma economia nacional em um determinado período de tempo (GRAZIANO DA SILVA, 1996). No Complexo Agroindustrial é estudado a maneira como uma determinada matéria-prima pode originar diferentes produtos, dependendo dos processos de transformação pelo qual passou. A formação de um CAI necessita da participação de um conjunto de cadeias de produção associadas a um produto ou famílias de produtos, como por exemplo, o complexo leite ou o complexo cana-de-açúcar.

No Brasil, o uso do termo “Complexo Agroindustrial” foi utilizado primeiramente por Guimarães (1979). De acordo com Herrera (2001), este autor utilizava esta noção para demonstrar a integração “técnico-produtiva” existente a montante e a jusante entre o setor industrial e agrícola. Guimarães trouxe a noção de “tesoura de preços”, onde os produtores ficam subordinados a montante à indústria fornecedora de insumos, máquinas e equipamentos (D1) e também fica subordinado a jusante à indústria processadora que fixa preços e quantidades a ser demandada, ou seja, o produtor fica diretamente subordinado à indústria.

Assim, segundo Graziano da Silva (1996, p. 31), a constituição dos Complexos Agroindustriais no Brasil é vista como a “[...] integração entre as indústrias que produzem para a agricultura, a agricultura propriamente dita e as agroindústrias processadoras, integração que só se tornou possível a partir da internalização da produção de máquinas para a agricultura”.

De acordo com Sanches (2003), o termo Complexo Agroindustrial é utilizado por autores como Nunes (2000) e pela Associação Brasileira de *Agribusiness* (ABAG) como sendo um sinônimo de *Agribusiness*, que para David e Goldberg (1957) compreenderia a soma de todas as atividades de produção e distribuição de suprimentos agrícolas, operações

em unidades agrícolas e armazenagem, bem como a distribuição de produtos agrícolas e outros itens produzidos.

A constituição dos Complexos Agroindustriais no Brasil pode ser localizada a partir da década de 70, como sendo a “[...] integração técnica intersetorial entre as indústrias que produzem para a agricultura, a agricultura propriamente dita e as agroindústrias processadoras, integração que só se torna possível a partir da internalização da produção de máquinas e insumos para a agricultura” (GRAZIANO DA SILVA, 1996, p. 31).

Segundo Herrera (2001), esse processo possibilitou o crescimento da agricultura brasileira não apenas vinculado ao preço das *commodities* no mercado internacional mas, também, à dinâmica industrial a montante e a jusante de cada complexo agroindustrial.

3. Competitividade no Agronegócio

A discussão sobre competitividade ganha destaque nos anos 80 e 90, com o novo desenho econômico, político, produtivo e social. De acordo com Farina (1999), em consequência do ambiente de internacionalização econômica, política e financeira, a noção de competitividade fez parte dos debates sobre a política econômica no mundo nas últimas duas décadas.

No fim da década de 70 e na década de 80, observa-se mudanças no sistema de produção, que proporcionaram mudanças ambientais nos mercados e na tecnologia. Assim, essas mudanças ocasionaram a transição para um novo paradigma industrial. A ampla base tecnológica trouxe um aperfeiçoamento dos processos e dos produtos (FARINA, 1999).

A palavra competitividade não tem definição precisa. Existe na literatura econômica nacional e internacional diversos significados para o termo, que variam de acordo com a metodologia utilizada na análise e a proposta a que se destina.

Segundo Jank e Nassar (2000), a definição do conceito de competitividade tem consequências diretas para a escolha dos indicadores de desempenho. Indicador de resultado demonstra a evolução da participação no mercado, ao passo que custos e produtividade são indicadores de eficiência. Indicadores de eficiência podem explicar a competitividade. Competitividade passada decorre de vantagens competitivas já adquiridas. Competitividade futura decorre inovações em processo e produto, ação estratégica, marketing e recursos humanos.

Do ponto de vista das teorias de concorrência, a competitividade pode ser definida como a capacidade sustentável (realização de lucros não-negativos) de sobreviver e crescer em mercados correntes ou novos mercados. Assim, a competitividade é uma medida de desempenho das firmas individuais, dependentes de relações sistêmicas, onde a presença de fornecedores e distribuidores internacionalmente competitivos permitem maiores ganhos de vantagem competitiva mediante os concorrentes (FARINA, 1999).

O desenvolvimento de ações estratégicas pode ser entendido como base da competitividade. Essas estratégias podem ser traçadas de duas formas, quais sejam, o conjunto de gastos em gestão, recursos humanos, produtivos e tecnológicos que visam ampliar a capacidade de inovação da empresa e adequação à concorrência ou, a capacidade da empresa em alterar as características do ambiente competitivo a seu favor. Na primeira, as estratégias estão condicionadas ao ambiente competitivo e à capacitação dos recursos internos da empresa. Já na segunda, as estratégias intervêm diretamente sobre o ambiente competitivo. De acordo com Farina (1999), ambas estratégias necessitam de uma abordagem da capacidade de coordenação da cadeia produtiva em que as empresas estão inseridas e desenvolvem suas ações, assim como, estruturas de governança apropriadas para que possam ser bem sucedidas.

Existe profunda relação entre ambiente competitivo, estratégias e estruturas de

governança quando se pensa em competitividade. Conforme Farina (1999), o ambiente competitivo é constituído pela estrutura de mercado relevante, pelos padrões de concorrências vigentes, pelas características do consumidor/cliente e pelo ciclo de vida da indústria. Os padrões de concorrência, tais como preço, marca, atributos de qualidade, pontualidade de entrega do produto, confiabilidade e inovação contínua formam as regras do jogo competitivo e o conjunto dos recursos produtivos (físicos, humanos, financeiros) devem ser ajustados para atender essas regras. Portanto, é fundamental identificar os padrões de concorrência do mercado para dizer se a empresa é ou não potencialmente competitiva.

Os padrões de concorrência se alteram no tempo. Isso ocorre em consequência às mudanças institucionais (abertura comercial e proteção à propriedade intelectual), tecnológicas, mudanças no ambiente competitivo e nas estratégias individuais das empresas. Assim, mesmo que os indicadores de participação no mercado e evolução nas vendas sejam favoráveis, não garantem a sobrevivência da empresa, exigindo que a mesma busque constantemente a identificação dessas mudanças (FARINA, 1999).

Outro fator relevante a ser considerado é que a competitividade das empresas não depende apenas da excelência de sua gestão. Encontra-se também condicionada à provisão de um conjunto de bens e serviços públicos e privados, sobre os quais não possui controle. Pode-se citar como exemplo a logística, que depende da infraestrutura dos transportes, portos, sistema rodoviário e até mesmo da legislação vigente. Uma logística que não funcione adequadamente dentro dos prazos e cronogramas pode eliminar as vantagens competitivas de qualquer produtos, mesmo que seja um produto altamente diferenciado no mercado.

Por outro lado, a oferta desses bens e serviços de instituições públicas e privadas podem ser fundamentais para a competitividade, tais como, sistema de informações sobre o mercado, tendências de consumo, monitoramento de inovações e difusão de novas tecnologias e ação estratégicas de concorrentes de outras regiões ou países.

Na análise da competitividade dos sistemas agroindustriais o que deve ser considerado é o desempenho do sistema e não de uma firma individual. Segundo Farina (1999), para estender o conceito de competitividade das firmas para os sistemas agroindustriais é preciso admitir que:

1. o segmento como um todo pode ser capaz de sobreviver no mercado ainda que várias de suas firmas não o sejam. O indicador de que o sistema é competitivo é o crescimento ou a estabilidade do *markt-share* da produção brasileira tanto em relação a mercados externos quanto internos;
2. os segmentos de um determinado sistema podem apresentar graus distintos de competitividade. Portanto, os segmentos de um sistema tanto nacional quanto internacional que reduza sua participação no mercado pode ser substituído pelas importações;
3. podem-se formar sistemas regionais que irão competir entre si nos mercados nacionais ou internacionais em níveis diferenciados de competitividade dependendo do grau de especificidade dos ativos envolvidos nas transações entre os segmentos;
4. dentro de um mesmo segmento pode haver a formação de grupos estratégicos. Isso se dá na indústria de um produto comum e o mesmo produto com marca. Para o primeiro as variáveis de concorrência podem ser preço e regularidade de entrega, enquanto que para o segundo propaganda e promoção são variáveis muito mais eficazes.

De acordo com Farina e Zylbersztajn (1997) *apud* Farina (1999), grupos estratégicos podem constituir um subsistema dentro do SAG se o padrão de concorrência demandar a adoção de estruturas de governança específicas e, ainda, esses grupos estratégicos podem ser formados pela estratégia bem sucedida de uma firma individual.

As relações entre os sistemas podem ser dificultadas, atrapalhando o ganho de competitividade. Neste momento é necessário negociar esses conflitos, onde as organizações públicas e privadas desempenham papel fundamental.

Quando se analisa a competitividade dos SAG's é necessário saber se um determinado sistema deverá crescer ou não no mercado em que atua, se tem capacidade de agregar novos mercados, se deverá alterar sua composição e o que será alterado para ganhar maior competitividade (FARINA, 1999).

Conforme o abordado, pode-se concluir que a caracterização da competitividade do SAG não depende apenas da competitividade de cada um dos seus segmentos, mas também do relacionamento e coordenação entre os componentes do sistema. Quanto mais apropriada for essa relação, menores serão os custos, as adaptações às modificações serão mais rápidas e menos custosos serão os conflitos inerentes às relações entre cliente e fornecedor.

4. Competitividade da Agroindústria Sucroalcooleira Brasileira e o Mercado Internacional

No presente item é apresentado a competitividade da agroindústria sucroalcooleira brasileira e as principais barreiras existentes no mercado internacional contra a entrada do açúcar e do álcool produzidos no país. Para uma melhor compreensão dessas barreiras e dos motivos para sua existência, é apresentado o processo de abertura comercial e inserção internacional do agronegócio brasileiro e os aspectos que causam a alta competitividade do setor. Posteriormente, é elencado o mercado mundial do açúcar, o alto potencial brasileiro neste produto e as principais barreiras que alguns países impõem para a entrada do produto em seus mercados domésticos.

Finalmente, é mostrado o potencial do álcool brasileiro, as oportunidades mundiais de consumo e as barreiras existentes para o produto em determinados países.

4.1 Abertura comercial brasileira

Como afirmado nos capítulos anteriores, a década de 90, período que se caracterizou pelo processo de abertura comercial com o governo Collor e continuidade no governo Fernando Henrique Cardoso, foi o marco de mudanças na política de comércio exterior brasileira.

Segundo Averbug (1999), o período entre 1988 e 1993 foi caracterizado por um amplo processo de liberação comercial, eliminando-se as principais barreiras não-tarifárias com a eliminação dos regimes especiais de importação e reduzindo, gradativamente, a proteção à indústria nacional. Em 1990, instituiu-se a Nova Política Industrial e de Comércio Exterior, que definiu um cronograma de redução das tarifas de importação e extinguiu as barreiras tarifárias herdadas do período de substituição das importações.

Como a abertura comercial passou a prejudicar alguns setores da economia, em 1995, já com o Plano Real em vigor e a política de Integração Comercial com o Mercosul em andamento, “a condução da política de importações passou a se subordinar aos objetivos da estabilização dos preços e proteção (mesmo que moderada) dos setores mais afetados pela recente abertura” (AVERBUG, 1999 p. 47).

Em 1º de Julho de 1994, o governo lançou a nova moeda brasileira, o Real. O Plano Real teve por objetivo estabilizar a moeda e recuperar-lhe a confiança, atacando as causas básicas da inflação. De acordo com Brum (2000), o plano trouxe benefícios para a população brasileira em geral (incluindo as camadas mais pobres), para as grandes empresas e para os profissionais liberais. Em contrapartida, prejudicou alguns setores da indústria, como brinquedos, calçados, têxteis, e os exportadores em geral em decorrência do câmbio sobrevalorizado.

Em 1996, para conter o déficit em conta corrente, houve um pequeno aumento nas alíquotas de importação. Entre 1988 e 1997 as exportações brasileiras somaram US\$ 53 bilhões, com crescimento médio anual de 4,6%, e importações de US\$ 61,3 bilhões. Em 1998, em consequência da crise asiática e do menor crescimento do comércio mundial, as exportações caíram 3,7%. O único setor que apresentou crescimento durante esse período foi o de manufaturados, representado pelos automóveis, partes e peças para veículos (AVERBUG, 1999).

Assim, como afirma Averbug (1999), os resultados da balança comercial na segunda metade da década de 90 foram condicionados por fatores como a expansão das importações, a estabilização da economia após o estabelecimento do Plano Real, o processo de integração do Mercosul, o programa de privatização, a retomada dos investimentos e a crise asiática.

4.2 A inserção internacional do agronegócio brasileiro

Globalização e competitividade são termos de uso corrente nos dias atuais. De acordo com Jank e Nassar (2000, p. 137), globalização pode ser tratada:

[...] como um processo de incremento da competição em escala mundial que atinge fortemente a economia brasileira nos anos recentes, fazendo com que os sistemas agroindustriais ultrapassem os limites das fronteiras geográficas e institucionais do país.

Do mesmo modo, as economias abertas sofrem profundas modificações na sociedade, nos padrões de consumo e na conduta dos agentes públicos e privados, onde as empresas devem na formulação de sua gestão serem competitivas não apenas com os concorrentes do mercado interno, mas principalmente com os fortes concorrentes internacionais.

Na economia brasileira, a realidade da globalização passou a ser sentida nos anos 80 com a abertura comercial da economia e a consolidação dos blocos econômicos. Segundo Jank e Nassar (2000), a abertura da economia, a desregulamentação dos mercados, a crise das formas tradicionais de intervenção do Estado e a formação dos blocos econômicos foram as quatro maiores e principais mudanças institucionais e estruturais que trouxeram ao agronegócio brasileiro a necessidade de incrementar a sua competitividade. Pela globalização, os sistemas agroindustriais ultrapassaram as fronteiras nacionais. Como consequência, o país está inserido na corrente mundial do comércio, onde as noções importam e exportam os elementos que constituem os SAG's, tais como: os bens produzidos, a mão-de-obra, os capitais e a tecnologia.

Segundo Jank e Nassar (2000), a inserção internacional do agronegócio brasileiro pode ser subdividido em três períodos:

- De 1971 a 1980: período marcado pelo desenvolvimento do modelo agroexportador, estimulado pela forte demanda internacional e investimento governamental.
- De 1981 a 1992: estagnação das exportações em decorrência da recessão mundial, do crescimento do mercado doméstico e da sobrevalorização cambial.
- De 1993 a 1998: retomada das exportações.

A partir da década de 90, com a retomada das exportações brasileiras, o agronegócio no Brasil vem crescendo em importância. Isso fica patente através do aumento da capacidade produtiva, da produtividade, do aumento da inversão em tecnologia de ponta. Além disso, o agronegócio é gerador de um grande número de empregos tanto diretos como indiretos, absorvendo 17,4 milhões de pessoas, o equivalente à 24,92% da População Economicamente Ativa (PEA). Enquanto a economia brasileira teve um crescimento próximo à zero em 2003, o agronegócio apresentou para aquele mesmo ano um crescimento de 5,3%.

De acordo com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, em 2003 o Brasil exportou o total de US\$ 73,08 bilhões, desse volume 42% é referente as exportações do agronegócio (US\$ 30,64 bilhões). Esses dados contribuem para justificar a relevância do agronegócio na economia nacional. Dos vinte produtos de maior relevância da pauta de exportação brasileira, dez são ligados diretamente ao agronegócio. Pode-se citar: soja mesmo triturada; farelo e resíduo de extração de óleo de soja; carne de frango congelada, fresca ou refrigerada (incluindo miúdos); calçados, suas partes e componentes; açúcar de cana (em bruto); café cru ou em grão; carne de bovino congelada, fresca ou refrigerada; couros e pele; fumo em folhas e desperdícios; óleo de soja em bruto.

Os dados atuais demonstram claramente a competitividade da agroindústria brasileira, que busca incrementar sua capacidade produtiva e tecnológica, assim como a inovação em seus processos de produção através de investimentos em infra-estrutura e recursos humanos especializados.

4.3 Competitividade do setor sucroalcooleiro

O Brasil é um dos maiores produtores mundiais de cana-de-açúcar e também o maior exportador mundial de açúcar, com participação crescente no mercado livre nos últimos anos. De acordo com a Copersucar (2004), as exportações brasileiras de açúcar demonstraram um desempenho marcante durante os anos 90, passando de um volume próximo a 1,7 milhão de toneladas no início da década, para 14,5 milhões de toneladas na safra 2003/2004. No presente, o país se prepara também para ser um dos maiores fornecedores globais de álcool anidro.

Tabela 1. Cana-de-Açúcar: produção mundial (mil toneladas métricas)

Países	2000	2001	2002
Brasil	327.705	345.942	360.556
Índia	299.230	299.210	279.000
China	69.299	77.966	82.278
Tailândia	59.436	60.013	62.350
México	44.150	47.275	46.000
Paquistão	46.333	43.606	48.042
Colômbia	32.750	33.400	38.200
Cuba	36.400	32.100	32.100
Estados Unidos	32.762	31.377	32.597
Austrália	38.165	31.228	32.260

Fonte: Adaptado Agriannual (2004)

A tabela 1 demonstra a produção total de cana-de-açúcar no Brasil nas safras 2000, 2001 e 2002, sendo que a safra de 2002 ocupou a primeira posição no *ranking* mundial com uma diferença de 81.556 mil toneladas em relação ao segundo colocado, a Índia.

De acordo com a UNICA (2004), os números do setor na safra 2002/2003 dizem que há no país 324 unidades de usinas que geram 1 milhão de empregos diretos e 3 milhões de empregos indiretos. Produção no período de 22,5 milhões de toneladas de açúcar e 14,4 bilhões de litros de álcool. Exportações no período de 12,9 milhões de toneladas de açúcar e 650 milhões de litros de álcool, gerando receita de US\$ 2,14 bilhões em 2003 com vendas em maior volume para a Rússia e o Oriente Médio. Obteve participação de 2,20% no Produto Interno Bruto.

A alta vantagem competitiva no mercado internacional se dá pelo fato dos produtores nacionais gozarem de menores custos de produção em relação a outras nações. Altos investimentos em tecnologia, desenvolvimento de variedades mais produtivas, baixos preços

da terra e condições edafoclimáticas favoráveis são os fatores que permitem ao Brasil essa vantagem.

De acordo com Pinazza e Alimandro (2003), as usinas da região Centro-Sul conseguem produzir açúcar a US\$ 180 por tonelada (em São Paulo o custo cai para US\$ 165 por tonelada) ao passo que na Austrália e Tailândia, outros grandes produtores mundiais, as despesas atingem US\$ 335 por tonelada. Na União Européia, o custo de produção chega a US\$ 710 por tonelada, com a beterraba como matéria-prima.

4.4 O mercado mundial do açúcar

Segundo Ramos (1999), há no mercado mundial de açúcar duas características bastante marcantes: o forte apoio estatal, geralmente subsídios, dos países desenvolvidos aos seus produtores e a grande instabilidade de preço do produto pelo fato de ser *commodity*. Essas oscilações de preços ocorrem tanto por movimentos especulativos quanto a quebras localizadas de safras. Outro aspecto a considerar é que o açúcar é um produto produzido em muitos países e regiões a partir de diferentes matérias-primas e por isso regiões consumidoras acabam tornando-se também produtoras, buscando a auto-suficiência. Em termos mundiais, o tamanho do mercado do açúcar encontra-se em níveis bastante estáveis

De acordo com a revista *Agroanalysis* (2004), na safra 2003/04 o mercado mundial de açúcar obteve um incremento próximo a 29 milhões de toneladas no consumo e na produção. Os estoques dobraram, passando de 25% para 50% do consumo. Nem mesmo a seca e a redução na área plantada de beterraba, que diminuiram a fabricação de açúcar na União Européia em quase 1,6 milhões de toneladas, foi suficiente para reverter o quadro de sobre-oferta. Países como China, Índia, Austrália e Tailândia voltaram a expandir a produção, no entanto, o Brasil continua a ser o maior produtor mundial. Na Bolsa de Nova York, as cotações do açúcar em 2003 em comparação com 2002 atuaram em maior patamar no primeiro semestre e depois mostraram uma leve trajetória de baixa.

Segundo o ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Roberto Rodrigues, o açúcar é um produto que dispõe de mercado internacional livre, em que a produção brasileira corresponde a 25% da oferta global. O consumo médio mundial é de 20 Kg *per capita* com picos que variam de 58 a 7Kg. Os preços e os custos são muito distintos e uma atitude protecionista profunda.

Tabela 2. Açúcar – exportações brasileiras

Países	2001		2002		2003	
	m US\$	Tonelada	m US\$	Tonelada	m US\$	Tonelada
Rússia	690.225	3.579.835	494.352	3.512.213	302.699	1.889.567
Canadá	59.735	307.712	85.190	599.400	17.530	110.884
Irã	77.505	403.499	80.440	553.706	0.0	0.0
Egito	56.043	302.045	62.127	439.737	0.0	0.0
Malásia	37.044	191.438	39.401	276.288	0.0	0.0
E.UA	48.814	152.387	38.597	118.630	42.881	104.605
Emir. Árabes	33.052	174.449	38.216	265.892	2.394	17.882
Nigéria	21.314	107.100	35.510	214.843	17.072	106.415
Ar. Saudita	40.682	202.750	33.202	230.478	9.648	62.756
Marrocos	53.091	268.340	31.639	200.533	12.410	72.274

Fonte: adaptado Agriannual (2004)

A tabela 2 demonstra o destino das exportações brasileiras de açúcar no mercado mundial. A Rússia permanece como a maior compradora, onde em 2003 importou do Brasil o total de 1.889.567 toneladas, 1.622.646 toneladas a menos em relação a 2002. O Canadá

aparece como o segundo maior comprador, seguido do Irã, do Egito, da Malásia e dos Estados Unidos.

O açúcar é um dos produtos mais protegidos do mundo. As práticas protecionistas aparecem sob as mais diversas formas: desde o controle nas importações através de cotas e tarifas até subsídios à produção e exportação. Como exemplo a essa constatação, em 1999, os países que compõem a Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Econômico (OCDE), destinaram US\$ 6,5 bilhões em subsídios para a produção da *commodity*. Sem essa ajuda, a produção e a comercialização desses países teria sido extremamente afetada.

Nas subseções seguintes é demonstrado os países que mais protegem a entrada do açúcar brasileiro em seus mercados e as principais medidas protecionistas por eles adotadas.

4.4.1 Estados Unidos

Com uma produção anual de açúcar que varia de 7 a 8 milhões de toneladas, para um consumo ao redor de 9 milhões de toneladas, desde 1981 os EUA protegem fortemente seus produtores e processadores do produto derivado da cana e da beterraba. O déficit da oferta em relação à demanda é coberto com produtos externos em torno de 1,5 milhão de toneladas.

De acordo Pinazza e Alimandro (2003), o governo americano estabelece cotas de importação para cada ano, rateadas entre 40 países, entre os quais República Dominicana, Brasil, Filipinas, Austrália e Argentina. Existe um compromisso de abertura do mercado no mínimo de 5% ao ano para acesso a outros países. Do total de açúcar produzido no país, a beterraba e a cana participam em quantidades iguais: a área ocupada com a beterraba beira 600 mil hectares e da cana 500 mil hectares.

No que diz respeito ao Brasil, segundo o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC) as principais barreiras imposta ao açúcar brasileiro no mercado americano são:

- Exportações de açúcar em bruto sujeitam-se a uma tarifa específica intraquota de US\$14,60 / ton, cujo equivalente *ad valorem* estimado em até 10,1%. Os países da América Central e os Andinos estão isentos de tarifas. As tarifas extraquota estão sujeitas a US\$338,70 / ton, que para preços entre US\$200-250 / ton significam tarifas *ad valorem* de 140-170%. O México paga tarifa extraquota de US\$282,47 / ton, devendo ter livre acesso em 2008.
- Com a introdução do sistema de quotas em 1982, as exportações de açúcar brasileiro para os EUA recuaram 60%.
- Por considerar que o Brasil possui vantagens comparativas nesse produto, ele é o único país latino-americano não beneficiado pelo SGP.

Segundo Ramos (1999), os EUA impõem quotas de exportação ao açúcar e fim de reservar seu mercado para a frutose de milho, barreira que já levou a litígios no interior do Tratado de Livre Comércio Norte-Americano (NAFTA) com o México.

4.4.2 União Européia

O açúcar brasileiro enfrenta atualmente barreiras de quase 200% para entrar no mercado europeu. Estável entre 15 e 18 milhões de toneladas, mais da metade da produção de açúcar na União Européia acontece na França e na Alemanha. Outros países reduzem suas participações. A principal entidade representativa do setor é o Comitê Europeu dos Fabricantes de Açúcar, que agrega grande parte dos 335 produtores de beterraba numa área cultivada de 2 milhões de hectares, 3% da terra plantada na União Européia. Somente a Espanha e a França utilizam a cana como matéria-prima principal para a produção de açúcar (AGROANALYSIS, 2004).

Os países membros da União Européia alegam razões estratégicas para manter a produção de açúcar sustentada por altos subsídios. Em 2000, os produtores internos foram apoiados com 1,873 bilhão de euros. Segundo a Câmara de Comércio Exterior do Brasil, para o açúcar brasileiro entrar no mercado europeu é cobrada uma taxa de 417 euros por tonelada. Há também uma cota anual de exportação, de 300 mil toneladas de açúcar.

De acordo com Pinazza e Alimandro (2003), na Pauta Aduaneira Comum, desde 1º de julho de 2000, a tarifa de importação é de 339 euros por tonelada sobre a importação de açúcar cru de cana destinado ao refino, o que corresponde a um *ad valorem* de 66,39%. Por força do acordo contratual estabelecido pela Convenção de Lomé, há uma cota anual aberta de compra de 1.304.700t de açúcar branco, livre de impostos. Há também uma outra cota tarifária anual que estabelece o pagamento de 68 euros por tonelada métrica para as importações de açúcar cru. Em 2000/01 essa cota foi fixada em 85.463t métricas de demerara, das quais 23.930 foram atribuídas ao Brasil.

A política da União Européia para o açúcar na safra 2003/04 foi a seguinte:

- Cota A: volume produzido a cada ano, em torno de 11,437 milhões de toneladas
- Cota B: quantidade exportada com direito de subsídio, ao redor de 2,281 milhões de toneladas
- Cota C: quantidade produzida acima das cotas A e B, na base de 3,450 milhões de toneladas
- Tarifas de pauta aduaneira por tonelada: 339 Euros para o açúcar cru e 419 para os demais

A política européia de reunir garantia de preços internos altos, elevadas barreiras à importação e subsídios direto às exportações superiores a US\$1 bilhão provoca grandes distorções no mercado internacional de açúcar com reflexos diretos sobre os preços.

4.4.3 Mercosul

O açúcar é ainda o único produto fora da união aduaneira do Mercosul e também o único produto ainda não integrado no bloco. É devido a isso que o produto não participa do livre comércio intrazonas e da Tarifa Externa Comum (TEC).

Os produtores argentinos são os que mais pressionam a entrada do açúcar brasileiro no seu mercado, posicionando-se a favor de alta proteção contra a competitividade do produto brasileiro, já que seu custo de produção supera 2,5 vezes o da região Centro-Sul brasileira. De acordo com a revista *Agroanalysis* (2004), existe no país uma tarifa especial de 20% e mais o direito móvel, que se paga de forma adicional, de 35%. O total real pago fica sendo de 55% e supera a taxa consolidada pelo país na OMC, de 35%.

Segundo estatísticas do Centro Azucarero, que congrega as usinas argentinas, desde 1990 a área cultivada de cana do país caiu de 292,2 mil hectares para 241,1 mil hectares, sendo que na safra 2003/04 faltaram 43 mil toneladas de açúcar no mercado. Justamente por ser um mercado com grande potencial consumidor é que os produtores brasileiros estão cobrando do Itamaraty um política mais agressiva nas negociações multilaterais de comércio com o bloco. Esses mesmos produtores acreditam que a inclusão do açúcar no Mercosul é uma questão de igualdade de direitos, já que o Brasil importa por ano de 5 a 6 milhões de toneladas de trigo da Argentina, livre de impostos.

Países como Colômbia, Equador, Chile, Peru e Venezuela, pertencentes à Comunidade Andina, aplicam sobre o açúcar brasileiro um direito móvel fixado sobre o valor CIF e um sistema de banda de preços. Outros países do continente adotam um misto entre os dois (AGROANALYSIS, 2004).

4.4.4 Japão

De acordo com o Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), as principais barreiras impostas ao açúcar brasileiro no mercado japonês são:

- A estrutura tarifária japonesa apresenta certa progressividade à medida que os produtos adquirem maior valor agregado.
- As alíquotas para o açúcar vão desde 35,30 ienes/kg até 103,1 ienes/kg. Isso significa uma tarifa *ad valorem* que varia de 118,03% a 344,72%.

4.4.5 Produtos concorrentes ou substitutos no mercado mundial

De acordo com Ramos (1999), os principais concorrentes do açúcar de cana no mercado mundial são:

- **Açúcar de beterraba:** a beterraba é uma planta originária da Europa e a produção de açúcar a partir dela já é bastante antiga. As beterrabas industriais são cultivadas exclusivamente para a extração do açúcar. A sua semeadura é feita em fins de março a maio, e a sua colheita deve ser realizada de setembro a novembro. Foi depois do bloqueio continental decretado por Napoleão, que se começou a extrair industrialmente a sacarose das raízes da beterraba, onde com as atuais técnicas se obtém um suco açucarado pelo processo de difusão, para transformação do suco em açúcar pó. A União Européia é a região que mais produz esse tipo de açúcar, protegendo sua produção com altos subsídios.
- **Adoçantes sintéticos:** são utilizados para substituir a sacarose. Recentemente, os açúcares naturais enfrentaram forte impacto da concorrência dos adoçantes sintéticos. Os seis principais tipos são: acessulfame-K, aspartame, ciclomato, sacarina, sucralose e triptofano. De acordo com Ramos (1999), é preciso a concentração de esforços no campo da biotecnologia do açúcar de cana na atual concorrência que se estabelece entre os sintéticos, principalmente nas indústrias química, farmacêutica e alimentícia.
- **Frutose de milho (HFCS):** a frutose de milho é a maior ameaça ao açúcar de cana, de beterraba e aos adoçantes sintéticos. De acordo com Ramos (1999), isso se dá pelo fato do milho ser mais facilmente transportado e armazenado do que a beterraba e a cana-de-açúcar, além da produção do amido ser menos dependente das condições naturais do momento, fato que torna a isoglucose um produto livre de sazonalidade. O maior produtor é o Estados Unidos, que encontrou na frutose de milho uma alternativa contra a concorrência do açúcar da cana e da beterraba.

4.5 O potencial do álcool brasileiro

A produção atual de álcool no mundo é de aproximadamente 35 bilhões de litros, dos quais 60% destinam-se ao uso combustível. O Brasil e os Estados Unidos são os principais produtores e consumidores.

Como as perspectivas de expansão do açúcar estão praticamente esgotadas, depois de ter assumido a liderança mundial nas suas exportações, a meta atual do Brasil é ser líder na exploração do mercado internacional de álcool combustível. O volume exportado é ainda modesto: não passa de 5% da produção nacional. Contudo, com a disseminação do uso de etanol pelo mundo como alternativa de proteção ambiental previstas no Protocolo de Kyoto e também por ser um combustível mais barato do que os derivados de petróleo, o setor se

prepara para dar um grande salto, sendo o Brasil o país melhor preparado para fornecer o produto (AGROANALYSIS, 2004).

Tabela 3. Álcool etílico total – produção brasileira

Regiões	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04
Norte	31.273	27.659	30.315	31.397
Nordeste	1.495.945	1.332.305	1.432.569	1.530.351
Sudeste	7.109.686	7.797.064	8.516.768	9.248.100
Sul	785.116	953.904	969.870	1.021.353
Centro-Oeste	1.095.515	1.356.863	1.527.647	1.761.122
Brasil	10.517.535	11.467.795	12.477.169	13.592.323

Fonte: Adaptado Agrianual (2004)

A tabela 3 apresenta a produção brasileira de álcool etílico nas últimas quatro safras, onde houve incremento no volume total produzido a cada safra. A região sudeste aparece como a maior produtora, onde na safra 2003/04 produziu um total de 9.248.100 milhões de litros. A região nordeste é a segunda maior produtora e o norte a menor região produtora do país.

O desenvolvimento do Proálcool, que levou o Brasil à condição de único país do mundo a utilizar largamente o álcool em substituição aos combustíveis fósseis nos anos 70, trouxe para o país não apenas uma solução para a crise do petróleo, mas também incentivo à produção, desenvolvimento de tecnologia de cultivo, colheita e transporte da cana. Nos últimos anos estão sendo construídos centros de excelência em açúcar e álcool, com a indústria mais avançada, potente e competitiva do mundo. Isso explica porque no Brasil o gasto para se produzir um galão de álcool combustível fica entre US\$0,57 e US\$0,64 enquanto que nos Estados Unidos o gasto é de US\$1,20 e na Europa gira em torno de US\$2 a US\$2,20 (AGROANALYSIS, 2004).

Em dezembro de 2003, o governador do estado de São Paulo Geraldo Alckmin, sancionou a lei que reduz de 25% para 12% o ICMS incidente sobre o álcool hidratado no Estado. Segundo os produtores de álcool, a medida não traz somente benefícios tributários e fiscais, mas principalmente benefícios para o ambiente institucional. Propicia sustentabilidade ao setor e beneficia os proprietários de carros a álcool e de combustível flexível.

A negociação de contratos futuros do álcool na *New York Board of Trade (Nybot)*, desde 7 de maio de 2004, representa a grande largada para a consolidação do mercado internacional do álcool. Segundo Magalhães (2004), a consolidação do álcool como *commodity* internacional é uma grande conquista para os empresários brasileiros do setor sucroalcooleiro. Com a crescente demanda pelo álcool no mercado internacional como alternativa de combustível para se reduzir a dependência do petróleo, além de sua utilização nas indústrias de bebidas, farmacêuticas e químicas, a criação de contratos futuros de álcool possibilitará maior transparência nos preços e mecanismos de *hedging* para os compradores e vendedores do produto no mercado global.

4.5.1 O mercado mundial de consumo do etanol

O interesse pelo etanol é crescente. Alguns países vêm adicionando o álcool à gasolina, o que muda as projeções do mercado brasileiro para o produto. Segundo analistas do setor, as projeções são de que o Brasil exporte entre 1,1 bilhão e 1,2 bilhão de litros na safra 2004/05, ante 700 milhões de litros na safra passada.

O governo japonês, por meio do Ministério do Meio Ambiente, regulamentou em outubro de 2003 uma lei que permite a adição de até 3% de álcool à gasolina. De acordo com

a revista *Agroanalysis* (2004), se a mistura de álcool à gasolina se tornar obrigatória no Japão, o Brasil precisará investir mais de R\$2,5 bilhões para atender à demanda anual japonesa de 1,8 bilhões de litros de álcool, o que equivale à 12% da produção nacional. Além da importação do álcool, o país estuda a viabilidade de se abrir novas áreas para o cultivo da cana-de-açúcar no Brasil com o intuito de atender à sua demanda, assim como investir em infra-estrutura de transporte e logística para permitir o escoamento da produção até os portos.

Outro fato importante é que a *Coimex Trading* e a *Mitsui Corporation* criaram uma *joint-venture* para exportar álcool anidro para o Japão e fecharam acordo com os três maiores grupos sucroalcooleiros do Brasil: Coopercucar, Cosan e Crystalserv. Segundo Montanini (2004), a comercialização com as *tradings* japonesas corresponde a 30 mil toneladas de álcool embarcada por navio, num total de 480 milhões de litros de álcool brasileiro por ano comprados pelo Japão.

Segue abaixo algumas razões que justificam o potencial do etanol brasileiro no Japão:

- O país é signatário do protocolo de Kyoto, que prevê a redução de 74 milhões de toneladas de CO₂ até 2010.
- A partir de abril de 2003 estabeleceu metas para a substituição de energia fóssil por renovável.
- As montadoras japonesas Honda, Mazda, Mitsubishi e Toyota dão garantias de até 10% para misturas de etanol na gasolina.
- Pretende que 3,5 milhões do total de sua frota seja de veículos limpos em 2010.
- Pesquisadores estudam o uso de misturas de diesel com até 15% de etanol.

O Japão não é o único país com programas de mistura etanol combustível. Países como Alemanha, Canadá, China, Colômbia, Espanha, Estados Unidos, Índia, Paraguai, Peru, Suécia e Tailândia também configuram na lista.

De acordo com Anselmi (2004), existem isenções fiscais para misturas de etanol na União Européia, que atingem 100% na Espanha, Alemanha e Suécia, 60% na França e 42% na Itália. A projeção de demanda na Europa é de 2,3 a 5,4 bilhões de litros para 2005, considerando uma mistura de 2% de etanol na gasolina, e de 8,4 a 14,1 de litros para 2010, levando em conta a adição de 5,75% de álcool. Em 2001, o álcool combustível representou cerca de 14% do volume produzido pela União Européia, de 260 milhões de litros, sendo a maior parte destinada ao mercado convencional. Em 2002, essa proporção subiu para 20% e a fabricação, para 400 milhões de litros.

Tabela 4. Álcool etílico – exportações brasileiras

Países	2001		2002		2003	
	m US\$	Tonelada	m US\$	Tonelada	m US\$	Tonelada
Coréia do Sul	15.919	51.007	35.651	134.005	1.534	6.092
Japão	17.552	50.936	25.882	95.324	7.660	30.586
Jamaica	17.122	34.160	22.784	69.898	8.188	37.185
Nigéria	10.130	27.661	14.983	46.272	5.661	18.770
Países Baixos	7.502	20.577	13.864	47.849	7.685	25.990
México	3.952	12.442	11.586	43.159	3.445	12.696
Suécia	0.0	0.0	8.353	35.574	6.560	28.567
E.U.A	5.077	15.734	7.745	27.763	4.194	14.420
Costa Rica	2.665	8.425	5.122	23.449	0.0	0.0
Gana	538	1.421	3.557	10.657	1.269	4.037
Outros	11.689	33.566	19.626	73.263	11.844	49.581
Total	92.146	255.929	169.153	607.213	58.040	227.922

Fonte: Adaptado Agrianual (2004)

A tabela 4 apresenta o destino das exportações brasileira de álcool etílico no mercado mundial. Em 2001 e 2002 a Coréia do Sul foi a maior compradora do álcool brasileiro, num total de 185.012 toneladas. Em 2003 a Jamaica aparece como a maior compradora, com 37.185 toneladas. Entre os dez maiores países compradores, é notória a presença de países como os Estados Unidos, a Suécia e o Japão, que apesar de toda a proteção imposta à entrada do produto em seus mercados domésticos, são ainda grandes dependentes da produção brasileira de álcool etílico.

Baseado na revista *Agroanalysis* (2004), segue abaixo o potencial de consumo do etanol na União Européia em alguns países:

- Espanha: alto potencial. Atingirá a meta de 2% em cinco anos, com produção anual de 550 milhões de litros. Possui duas unidades para a fabricação de etanol e pretende construir mais duas unidades com capacidade de produção anual de 200 milhões de litros.
- França: alto potencial. Produtor mais tradicional de etanol combustível da Europa, sendo as matérias-primas mais utilizadas a beterraba e os cereais. Incentiva o produto com a redução do desconto do imposto sobre o consumo de 80% para 60%. Em 2006, enfrentará um déficit de 120 milhões de litros.
- Alemanha: médio potencial. A produção de etanol combustível é zero. Existem 12 fábricas em projeto, com capacidade total entre 1,2 a 1,8 bilhões de litros. A indústria açucareira nacional (*Nord* e *Sudzucker*) planeja três fábricas com capacidade total de cerca de 400 mil toneladas de etanol por ano, até 2005.
- Holanda: médio potencial. A única produtora de etanol do país, a *Royal Nedalco*, negocia promover o uso do etanol combustível e ampliar a capacidade de produção para atingir a meta de 2%. A produção de biocombustíveis ainda está na fase conceitual.
- Bélgica, Dinamarca, Áustria, Grécia, Irlanda, Portugal e Luxemburgo: produção pequena ou inexistente.

Os Estados Unidos é o segundo maior produtor mundial de etanol, seguido do Brasil. A produção anual atinge 6,7 bilhões de litros e alguns estudos desenvolvidos indicam que se o país adicionar 15% na gasolina, sofrerá um incremento anual na demanda de 7,6 bilhões de litros. Há expectativas de que até 2011 a produção anual deverá chegar a 19,5 bilhões de litros.

Segundo a revista *Agroanalysis* (2004), a proibição do uso de MTBE (Metil Tetraetílico Butil Éter) na gasolina, devido a problemas de contaminação dos lençóis freáticos e por ser um agente cancerígeno, foi um forte impulsionador para o crescimento do uso do etanol na mistura com a gasolina. Esse é um dos fatores que contribuem para o substancial crescimento da oferta de álcool nos Estados Unidos. De 2001 a 2003, o número de plantas industriais saltou para 74 unidades e a capacidade anual de produção, em bilhões de litros, passou de 10,09 para 13,8, com um incremento notável de 26,6%, conforme demonstra a tabela 5. Até 2006, serão 119 unidades em operação.

Tabela 5. EUA: plantas industriais de álcool (2003)

Quantidade	Estágio	Capacidade de Produção
19	em construção	3,49 bilhões de litros
50	construídas	10,09 bilhões de litros
5	adaptadas	270 milhões de litros

Fonte: *Agroanalysis* (2004)

A cota brasileira para embarcar álcool para os Estados Unidos é muito baixa, de 152,7 mil toneladas, sendo que os exportadores pagam uma taxa de US\$140 por mil litros, além da alíquota *ad valorem* de 2,5% sobre o preço do produto. Segundo o Ministério do

Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), as principais barreiras impostas ao álcool brasileiro no mercado americano são:

- As importações de álcool etílico são taxadas em 2,5% pelo imposto de importação e em US\$0,54 por galão pelo imposto especial - *excise duty*. Considerando-se o preço médio do álcool (atacado) em cerca de US\$1,20 / galão, esses dois gravames representam um carga tributária de 50% sobre o preço do produto importado. O produtor interno não paga o *excise duty*, a título de incentivo ao uso de combustíveis oxigenados.
- Brasil, no caso deste produto, não é beneficiado pelo SGP.

Já que as exportações brasileiras de álcool para os Estados Unidos são inviabilizadas pelas inúmeras barreiras existentes, o país se utiliza do CBI (*Caribbean Basin Initiative*), numa operação triangular. A CBI, criada em 1984, é uma iniciativa para estimular o desenvolvimento dos países beneficiados da região, por meio de redução ou isenção das tarifas de exportação para o mercado americano. Dessa forma, o álcool hidratado nacional é vendido ao Caribe, onde é industrializado e enviado sem tarifa aos Estados Unidos (AGROANALYSIS, 2004).

5. Considerações Finais

Moderno, eficiente e competitivo, o agronegócio brasileiro é uma atividade próspera, segura e rentável. O Brasil tem 388 milhões de hectares de terras agricultáveis férteis e de alta produtividade, dos quais 90 milhões ainda não foram explorados. O desempenho da agropecuária brasileira é incomparável: nenhum país no mundo teve um crescimento tão expressivo nos últimos anos quanto o Brasil.

Introduzida no Brasil para consolidar a colonização portuguesa e, ao mesmo tempo, garantir grandes lucros à metrópole, a cana-de-açúcar tornou-se um dos produtos mais importantes do agronegócio brasileiro. Do auge do ciclo aos dias de hoje, a cultura manteve uma forte participação na economia nacional. Atualmente, o país é o maior produtor mundial de cana, com uma área plantada de 5,4 milhões de hectares e uma safra anual de cerca de 354 milhões de toneladas. Em consequência, é também o maior exportador de açúcar do mundo e o mais importante produtor de álcool.

De acordo com estimativas, o cenário para o setor é de crescimento. Nos próximos dez anos, os mercados do açúcar e do álcool serão norteados pela crescente demanda por álcool para combustível. Como a produção de álcool concorre diretamente com a de açúcar, os preços do primeiro é que determinarão os do segundo, como já ocorre no Brasil.

A crescente demanda por álcool como combustível se dá pela busca da substituição do petróleo como fonte de energia, já que as reservas mundiais diminuem a cada ano. Outra justificativa é a busca por um combustível limpo e renovável, principalmente diante do compromisso assumido no Protocolo de Kyoto por parte de alguns países.

No Brasil, estima-se que nos próximos dez anos, a produção de cana-de-açúcar deverá crescer 100%, atingindo 547 milhões de toneladas na safra 2013/14, sendo que a produção continuará centrada no Centro-Sul do país. A proporção crescente dessa produção deverá ser destinada à produção de álcool, onde as exportações deverão atingir 10 bilhões de litros na referida safra.

A produção de açúcar deverá estar em queda na União Européia, nos Estados Unidos, na Índia e na China, que darão mais ênfase ao aumento da produção local de etanol. Dessa forma, o crescimento da produção mundial do produto deverá ficar restrito aos países mais competitivos, como Brasil, Tailândia, Austrália, México e Paquistão.

Diante do exposto no presente trabalho e das estimativas para os próximos dez anos, pode-se concluir que existe para o Brasil uma enorme oportunidade de expansão no setor

sucroalcooleiro, haja vista a enorme competitividade que o país possui, com produtos de alta qualidade e preço competitivo no mercado não apenas doméstico, mas também mundial. Contudo, para que isso realmente ocorra e para que o país continue a desfrutar a posição de maior exportador mundial de açúcar, faz-se necessário esforço para suplantar algumas barreiras ainda existentes, tais como as fortes restrições e medidas protecionistas para a entrada do açúcar e do álcool em determinados países e os desafios tecnológicos na produção do álcool etanol, já que alguns países obtêm o produto com matéria-prima como o milho, com os mesmo índices de produtividade que o brasileiro.

Dessa forma, o Brasil deve se empenhar nas negociações internacionais, buscando parcerias e abrindo os mercados. Deve também continuar apoiando, através de planos de incentivo, tecnologias, informação e mão-de-obra qualificada, a busca pela excelência na produção nacional.

Referências Bibliográficas

Academia do Açúcar e do Álcool. Disponível em: <<http://www.copersucar.com.br/#>>. Acesso em: 13 ago. 2004

ANSELMINI, Renato. Setor quer “arrumar a casa” para ampliar mercado. **Revista JornalCana**, n. 125, p. 23, maio 2004.

AVERBUG, André. Abertura e integração comercial brasileira na década de 90. In: GIAMBIAGI, Fábio; MOREIRA, Maurício Mesquita (Org.). **A economia brasileira nos anos 90**. Rio de Janeiro: BNDES, 1999. p. 43-81. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/livro/eco90_02.pdf>. Acesso em: 16 agos. 2004.

BATALHA, M.O. ; SILVA, A. L. Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições e correntes metodológicas. In: BATALHA, M. O. (Coord.). **Gestão agroindustrial**. GEPAL: Grupo de Estudos e Pesquisas Agroindustriais. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2001. v. 1. Cap. 1, p. 23-63.

BRUM, Argemiro J. O plano Real. In: _____. **Desenvolvimento econômico brasileiro**. 21 ed. Petrópolis: Vozes, 2000. Cap. 12, p. 482-487

FARINA, E. M. M. Q. competitividade e coordenação de sistemas agroindustriais: um ensaio conceitual. **Revista Gestão & Produção**, v. 6, n. 3, p. 147-161, dez. 1999. Disponível em: <<http://www.fia.com.br/PENSA/home.htm>>. Acesso em: 15 maio 2004.

GRAZIANO DA SILVA, José. Do complexo rural aos complexos agroindustriais. In: _____. **A nova dinâmica da agricultura brasileira**. Campinas: Unicamp, 1996. Cap. 1, p. 2-40.

GUIMARÃES, A. P. A crise agrária. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

HERRERA, V. E. **A reestruturação agroindustrial láctea no Brasil e os impactos na bacia leiteira de Ribeirão Preto-SP** 2001. 198 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Programa de Pós-Graduação, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2001.

JANK, M. S. ; NASSAR, A. M. Competitividade e globalização. In: ZILBERSZTAJAN, D. ; NEVES, M. F. (Org.). **Economia e gestão dos negócios agroalimentares**. PENSA/USP. São Paulo: Pioneira, 2000. Cap. 7, p. 137-163

MAGALHÃES, Mônica. A grande largada para o mercado internacional de álcool. **Revista JornalCana**, n. 125, p. 12, maio 2004. Disponível em: <<http://www.procana.com.br/pdf/125/mercados.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2004.

MDIC – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Barreiras externas: exemplos de às exportações brasileiras. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br/sitio/seceX/negInternacionais/barExtInfComerciais/exeBarExpBrasileira.php>>. Acesso em: 19 ago. 2004.

MONTANINI, Luiz. Japão quer ter álcool em 4 mil postos em 8 anos. **Revista JornalCana**, n. 125, p. 18, maio 2004. Disponível em: <<http://www.procana.com.br/pdf/125/mercados.pdf>>. Acesso em: 26 ago. 2004.

NUNES, E. P. A dimensão do negócio. **Agroanalysis – Revista de Agronegócios da FGV**, p. 49-57, jun/jul 2002.

PINAZZA, L. A. ; ALIMANDRO, R. Cana-de-açúcar: alimento bom e doce. **Agroanalysis – A Revista de Agronegócio da FGV**, n. 2, v. 23, p. 10-31, abr. 2003.

RAMOS, Pedro. Situação atual, problemas e perspectivas da agroindústria canavieira de São Paulo. **Informações Econômicas**, São Paulo, v. 29, n. 10, p. 9-24, out. 1999.

RODRIGUES, Roberto. **Discurso do Ministro de Estado da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**, por ocasião do jantar anual dos produtores, compradores e operadores do mercado de açúcar. São Paulo: 24 out. 2003. Disponível em: <http://www.unica.com.br/files/palestras/Sugar_Dinner_2003_-_Discurso_Ministro.rtf>. Acesso em: 23 ago. 2004

SANCHES, M. A. R. **Cooperação e competição na indústria de alimentos de amendoim de Marília – SP** 2003. Tese de Doutorado apresentada à Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2003.

TODA a energia da cana. *Agroanalysis – A Revista de Agronegócio da FGV*, n. 2, v. 24, p. E2 – E19, fev. 2004

UNICA – União da Agroindústria Canavieira de São Paulo. Agroindústria da cana-de-açúcar: altacompetitividade canavieira. Disponível em: <http://www.unica.com.br/pages/agroindustria_alta.asp>. Acesso em: 12 ago. 2004.