

20 - PERSPECTIVAS PARA O AÇÚCAR BRASILEIRO NO MERCADO INTERNACIONAL

PATINO, M. T. O; PRATES, G; PIMENTEL, C. R., MARASSIA D. C.C.

AUTORES :

Prof. Dr. Marco Tulio Ospina Patino - btospina@terra.com.br

Profa. Dra. Gláucia A Prates – gprates@hotmail.com

Profa. Dra. Rosalinda Chedian Pimentel – chedian@netsite.com.br

Profa. Dra. Daniela Carnio Costa Marassia – danicarnio@uol.com.br

INSTITUIÇÃO:

UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO - UNAERP. CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

ÁREA TEMÁTICA

OPORTUNIDADES PARA EMPRESAS BRASILEIRAS

Palavras Chaves: : exportação, açúcar, barreiras comerciais.

PERSPECTIVAS PARA O AÇÚCAR BRASILEIRO NO MERCADO INTERNACIONAL

Resumo

O Brasil é o maior produtor mundial de cana-de-açúcar e do açúcar de cana, mas sofre sérias restrições comerciais no mercado norte-americano e em outros países. A política adotada pelo governo norte-americano para a produção de açúcar mantém artificialmente elevados os preços internos do produto, incentivando a produção doméstica e reduzindo as compras no mercado internacional. A posição de protesto adotada pelos consumidores norte-americanos contra o atual programa do açúcar pode contribuir para as aspirações brasileiras de uma maior abertura nesse mercado. Este trabalho teve como objetivo analisar a situação do açúcar brasileiro no mercado internacional e propor uma estratégia que permita melhorar seu posicionamento nesse mercado. A análise levou em conta a estrutura e situação atual do mercado internacional do açúcar e as projeções de preços e de mercado. A estratégia de comercialização para o açúcar brasileiro está baseada em três aspectos. O primeiro com a participação conjunta do governo e o setor privado consistiria em acionar os mecanismos de defesa comercial na OMC, a segunda visando redução de custos de produção nas empresas produtoras e a terceira com o objetivo de aumentar a qualidade e diferenciação dos produtos e subprodutos da cana-de-açúcar.

Palavras chave : exportação, açúcar, barreiras comerciais

1- Introdução

O Brasil é o maior produtor mundial de cana-de-açúcar e do açúcar de cana, mas sofre sérias restrições comerciais no mercado norte-americano para a comercialização desse produto. Naturalmente, mudanças na atual estrutura e características do mercado possibilitariam maior participação brasileira nesse mercado.

A política adotada pelo governo norte-americano para a produção do açúcar mantém artificialmente elevados os preços internos do produto, incentivando a produção doméstica e reduzindo as compras no mercado internacional. A posição de crítica adotada pelos consumidores norte-americanos contra o atual programa do açúcar, talvez pode contribuir no futuro para as aspirações brasileiras de maior abertura desse mercado.

Os Estados Unidos mantém quatro tipos de instrumento de política governamental para o mercado de açúcar, os quais estão relacionados ao suporte de preços internos, mantido pelo Programa de Empréstimo (loan program), sistemas de quotas tarifárias de importações (TRQ), programa de re-exportação de açúcar refinado e também mecanismos de preços mínimos de suporte para beterraba e cana-de-açúcar.

Este artigo visa dar uma visão global do mercado mundial de açúcar e propor uma estratégia que podem ser usadas pelo governo e as indústrias brasileiras, para alcançar um melhor posicionamento comercial do açúcar brasileiro nos mercados externos.

2- Características do Mercado de Açúcar

2.1 Projeção de Preços

O preço do açúcar no mercado internacional é determinado pelas bolsas internacionais, pois esse produto é uma commodity. O açúcar refinado é negociado pela bolsa de Londres através do contrato n 5, e o açúcar bruto é negociado através do contrato n 11 de Nova York, portanto, a variável preço é determinada pelo mercado internacional, gerando assim pouca gestão de negócio.

A projeção de preços para o açúcar demerara é de que os preços mundiais situem-se em US\$ 7 centavos/libra (US\$ 154,35 a tonelada) até 2003, cresça para dólar 8 centavos/libra (US\$ 176,40 a tonelada) em 2004 e, após, atinja um patamar de US\$ 9 centavos/libra (US\$ 198,45 a tonelada) para o restante do período analisado, até 2011. A expectativa é de que as usinas norte-americanas continuem usando o programa de financiamento para manter preços elevados no mercado interno, dentro do Programa do Açúcar. (Glencore, 2002).

A estimativa de preços para beterraba é de que se mantenha em US\$ 38,15 a tonelada, entre 2004 e 2007, aumentando para US\$ 41,00 a tonelada após 2010. O preço de cana-de-açúcar deverá situar-se entre um mínimo de US\$ 25,37, em 2006, e um máximo de US\$ 28,00 a tonelada, após 2010. Os preços para as culturas alternativas, que podem ser plantadas nas áreas de beterraba, deverão crescer 35%, entre 2001 e 2012, enquanto as culturas alternativas para as áreas de cana-de-açúcar deverão crescer 30%, no mesmo período. Dessa forma, espera-se uma redução da área plantada para a cana e beterraba, que deverá ser ocupada por culturas mais competitivas. A área de beterraba deverá ter uma pequena redução, caindo de 1,44 milhão de acres (583 mil hectares), em 2003 para 1,4 milhão de acres (566 mil hectares), em 2012. A área plantada com cana-de-açúcar deverá crescer inicialmente, até atingir 1,01 milhão de acres (408 mil hectares), em 2004, para depois declinar, até atingir 950 mil acres (388 mil hectares), (Glencore, 2002).

2.2- Projeção de Mercado

O mercado dos produtos de cana-de-açúcar tem apresentado instabilidade nos últimos anos, com alta volatilidade nos preços desses produtos. Tal comportamento gera incertezas para toda a

cadeia produtiva, ocasionando variações de produção de cana-de-açúcar verificadas nas últimas safras. Em 2002, a produção brasileira volta a crescer, estimulada pelos bons preços do produto no mercado de commodities estabilizando os estoques nacionais e internacionais de açúcar favorecendo um aumento nas exportações brasileiras de açúcar que caíram sensivelmente. (Gleba, 2002).

Os avanços tecnológicos em curso, como a mecanização da colheita exige cada vez mais investimentos e economia de escala visando ganhos de produtividade, o que resulta na necessidade de capital intensivo na busca da eficiência produtiva e da competitividade. As perspectivas de melhor aproveitamento econômico para o setor de açúcar passam também pelo melhor aproveitamento dos subprodutos da cana, e uma menor instabilidade nesses mercados depende tanto da iniciativa privada como das diretrizes do governo brasileiro. (Glencore, 2002).

O processo de globalização financeira tem influenciado o mercado de commodities em particular o do açúcar. O Brasil tem papel importante na formação de preços nesse mercado internacional devido a sua produção e participação no volume comercializado mundialmente. O desempenho do setor no comércio internacional depende do sucesso da política brasileira contra as barreiras tarifárias protecionistas resistentes, pois o açúcar brasileiro é muito competitivo com seus baixos custos relativos de produção, face à economia de escala alcançada, apoiando-se ainda em outros fatores como o custo da terra e o aumento da produtividade da mão-de-obra. Os preços do açúcar tiveram no último ano aumento significativo no mercado internacional, devido a diversos fatores, entre eles a escassez causada pela quebra de safras de cana-de-açúcar, principalmente do Brasil. A demanda internacional do açúcar tem tendência de elevação, principalmente em decorrência do crescimento de seu uso industrial, na produção de refrigerantes, doces e alimentos, apesar do progressivo uso de adoçantes, notadamente na produção de refrigerantes. (Ghobril, 2001).

Segundo o Ministério de Desenvolvimento, Indústria e comércio Exterior (MDIC), as exportações de açúcar em setembro registraram uma média diária de US\$ 15,708 milhões FOB, o que corresponde a aumento de 60,1% em relação à média diária de US\$ 9,811 milhões do mês de agosto. Em comparação com a média de US\$ 15,379 milhões, de setembro de 2001, houve valorização da ordem de 2,1%. As exportações brasileiras de açúcar somaram 1,545 milhão de toneladas em agosto de 2002, 8,6% acima de 1,422 milhão de toneladas de agosto de 2001. De maio a agosto de 2002, na safra nova, foram embarcados 4,992 milhões de toneladas, 34,5% a mais que os 3,71 milhões de toneladas exportados no mesmo período de 2001. (Glencore, 2002).

Os principais consumidores do açúcar branco brasileiro foram Nigéria, com 410.026 toneladas; Egito, com 232.896 toneladas; e Marrocos, com 195.116 toneladas. Por outro lado um estudo divulgado pela “World Sugar Research Organisation (WRSO)”, mostra que em 2001, a Índia, um dos maiores produtores mundiais, produziu 18,5 milhões de toneladas de açúcar, exportou 1,2 milhão de toneladas e consumiu 16,4 milhões de toneladas. A indústria do açúcar é uma das mais reguladas do mundo; e da Índia não há exceção. Em termos históricos, a indústria indiana de açúcar experimenta ciclos de superávit e déficit, diante dos subsídios ao setor. A expectativa é que o mercado futuro de açúcar indiano entre em funcionamento em 12 ou 18 meses, quando os preços do produto serão liberados.

As expectativas são ótimas para o Brasil em relação à produção de cana devido as excelentes condições climáticas até o presente momento. As exportações de açúcar devem ultrapassar dois milhões de toneladas métricas, e os investimentos pesados no setor industrial, renovação do canavial, tratos culturais adequados, boas condições climáticas, e uma expansão de cultivo são fatores que apontam para uma boa safra. Tanto no mercado interno como no externo, há uma grande estabilidade, pois estes se mantêm enxutos, sendo que os preços internos não estão sendo pressionados como nos anos anteriores. (Gleba, 2002).

Segundo a revista Gleba (2002), a valorização do dólar sobre o real tem estimulado as exportações de açúcar desde o início da safra 2002/03. A disparada da moeda norte-americana ocorreu a partir de junho, intensificando o volume de embarques do produto. A recuperação dos preços do produto no mercado interno reflete os baixos estoques das indústrias sucroalcooleiras no momento. Boa parte da produção tem sido destinada ao exterior, em razão da melhor remuneração à

indústria. Maior exportador mundial, o Brasil também tem os preços mais competitivos no mercado internacional.

3- Metodologia

Neste trabalho foi realizado um levantamento dos principais aspectos relacionados ao marketing internacional do açúcar brasileiro. A análise levou em conta as projeções de preços para o produto, a projeção de mercado, o mercado internacional do açúcar, a situação atual do mercado internacional do açúcar e as estratégias de marketing no mercado internacional. Foram realizadas algumas pesquisas com administradores de usinas para determinar futuras estratégias de marketing para o açúcar brasileiro.

4. Estratégia de Comercialização para o Açúcar Brasileiro no Mercado Internacional

A estratégia proposta está baseada em três aspectos. O primeiro com a participação conjunta do governo e o setor privado consistiria em acionar os mecanismos de defesa comercial na OMC, a segunda visando redução de custos de produção nas empresas produtoras e a terceira com o objetivo de aumentar a qualidade e diferenciação dos produtos e subprodutos da cana-de-açúcar.

Em relação aos mecanismos de defesa comercial, o Itamaraty divulgou que o governo brasileiro entrou com pedido de consulta na Organização Mundial do Comércio (OMC), em Genebra, sobre subsídios da União Européia para a exportação de açúcar. As consultas com a União Européia tratarão basicamente de dois elementos do regime açucareiro europeu que diz respeito primeiramente as exportações do chamado açúcar “C”, exportado a preços artificialmente baixos, graças aos subsídios concedidos pela União Européia (as exportações de açúcar “C” chegam a aproximadamente 3,6 milhões de toneladas/ano), e o segundo elemento está relacionado a exportação subsidiada de aproximadamente 1,6 milhão de toneladas/ano de açúcar, superando as quantidades previstas nos compromissos de redução de subsídios acordados na OMC.

No total, a União Européia vende aproximadamente 5,2 milhões de toneladas/ano de açúcar no mercado internacional, deslocando de maneira desleal exportações de outros países e desvalorizando os preços internacionais do produto. O Brasil acredita que os elementos do regime europeu de regulação de seu mercado de açúcar, objeto dessa consulta, prejudicam os direitos do Brasil, são incompatíveis com as obrigações da União Européia no âmbito dos acordos da OMC e causam graves prejuízos aos eficientes e competitivos produtores brasileiros. O Brasil ressalta que o mecanismo de solução de controvérsias da OMC foi concebido para dar segurança e previsibilidade ao sistema multilateral de comércio. Seu propósito é preservar os direitos e obrigações dos membros e esclarecer os dispositivos existentes nos acordos da OMC. As consultas no âmbito do mecanismo de solução de controvérsias dão oportunidade para intercâmbio proveitosos de pontos de vista e para melhor compreensão das medidas em questão, dirigindo-se a alcançar soluções positiva e mutuamente satisfatória. A expectativa brasileira é de que as consultas a serem mantidas com os dois maiores parceiros comerciais do Brasil sejam conduzidas com espírito construtivo e permitam encontrar solução que salvguarde plenamente os interesses nacionais. O Governo da Austrália formulou, no que diz respeito ao regime açucareiro, solicitação semelhante de consultas à União Européia.

Em relação à promoção do produto, a estratégia mais apropriada seria aliar-se aos propósitos do Governo Federal em denunciar os Estados Unidos e a União Européia à OMC (Organização Mundial de Comércio), referente aos elevados subsídios e protecionismo impostos aos seus mercados internos, impedindo dessa forma, que o produto brasileiro seja exposto, promovido e competitivo, com isso, o Brasil deixa de auferir grandes receitas em sua balança comercial.

A política comercial internacional tem tido o fator mais importante na distribuição da produção mundial e nos preços globais do açúcar, do que qualquer outro fator, tomado isoladamente. Sendo assim, são as mudanças na política comercial que provavelmente mais influenciarão as reformas no setor do açúcar nos próximos anos. As táticas para liberalização dos

produtos agrícolas estão enfocadas à redução de todas as formas de subsídios de exportação, melhorias significativas nos acessos a mercados e reduções significativas nas medidas de sustentação internas que distorcem o comércio, se esses objetivos forem implantados, diminuirá a concorrência subsidiada e aumentarão os mercados globais para os produtos agrícolas e alimentos; inclusive o açúcar. (International Sugar Journal). É importante salientar que a Rússia é o maior importador de açúcar brasileiro, enquanto na América Latina, esse produto é totalmente fechado às negociações por esses países possuem produção própria. Atualmente as empresas estão buscando novos incrementos de vendas em países Asiáticos, Africanos e na Rússia.

As condições climáticas, cambiais e as condições de estoque mundial do produto (oferta e demanda), são fatores que interferem na formulação do preço. Cabe então atuar fortemente em outras variáveis, como por exemplo: custo e qualidade, pois com a redução de custo e qualidade apurada, o produto torna-se mais competitivo no mercado internacional.

O açúcar para exportação é o cristal branco com classificação ICUMSA (International Commission for Uniform Methods of Sugar Analysis) de até 150 de cor para consumo, e são embalados em sacos de 50 Kg. O açúcar a granel é livre de embalagem, sendo carregado a granel direto da produção ao porto de embarque, normalmente possui uma classificação ICUMSA de até 800 de cor, com polarização mínima entre 990 e 994 graus. Esse açúcar é destinado exclusivamente para países que posteriormente irão refiná-lo. Para a fabricação de açúcar é utilizado como matéria-prima cana de açúcar selecionada entre variedades precoces e eficientes, e para garantir melhor qualidade desta, é necessária utilização correta do solo. A partir da excelência alcançada no uso e aplicação da matéria-prima, a empresa desenvolve uma metodologia no processo industrial, usando equipamentos e recursos humanos como mecanismo, buscando assim, atender as demandas tanto no mercado interno como no externo. Há uma grande responsabilidade das empresas em relação ao meio ambiente, estas devem seguir as normas corretamente, gerando assim, riquezas e empregos de maneira econômica e ecologicamente corretas.

Como todas as outras ciências, a tecnologia química se desenvolve rapidamente, por isso, é preciso entender profundamente a química para incorporá-la ao dia - a dia com muito cuidado e controle. Não há uma fórmula ideal para o sucesso, para vencer só existem estratégias alternativas de baixo custo para ser melhor que o concorrente. A estrutura organizacional de uma empresa, conta em sua gestão de planejamento, com profissionais competentes, além das ferramentas administrativas compatíveis para gerenciar com eficácia todos os níveis de custos em todas as fases do processo, desde o plantio da cana de açúcar passando pela colheita e sua industrialização até o armazenamento do produto acabado. O objetivo das empresas é buscar produzir o máximo, com melhor qualidade pelo menor custo, conseguindo assim, a melhor margem de contribuição para seus produtos. Também é importante salientar que o custo de produção do açúcar na Europa é 600% mais caro que no Brasil, e nos Estados Unidos esse valor se reduz para 400% (Gleba, 2001).

O açúcar orgânico é um produto 100% puro, proveniente de um processo agrícola e industrial, sem a utilização de produtos químicos prejudiciais ao homem e ao meio ambiente. O Brasil responde por metade da produção mundial de açúcar orgânico, a qual é exportado para 21 países, atendendo as exigências de consumidores conscientes, atentos à sustentabilidade ambiental. Por ano são produzidos 125 milhões de toneladas de açúcar no mundo, mas deste total apenas de 40 a 50 mil toneladas são do tipo orgânico, o que significa 0,036% - uma parcela quase desprezível. O crescimento deste nicho é permanente; os principais concorrentes do Brasil são a Argentina e Colômbia. O mercado de produtos orgânicos vem ganhando terreno de maneira bastante significativa. Em relação ao açúcar orgânico, já existem duas unidades industriais em franco crescimento de suas exportações e o mercado comprador é, principalmente, a Europa, seus preços em relação aos produtos convencionais são 60% a 150% superiores. A Europa é o maior produtor de açúcar de beterraba, mas os preços deste produto (US\$ 400/t) são muito mais elevados do que os preços do açúcar de cana do Brasil (US\$ 150/t), (Glencore, 2002).

Quanto à estratégia de diversificação dos produtos, o açúcar mascavo de mesa (orgânico), é um produto de grande potencial sendo um adoçante natural produzido a partir de cana-de-açúcar não queimada, colhida em canaviais biológicos. Embora esses produtos sejam rigorosamente

fiscalizados, visando atingir os padrões de produção e qualidade perante a comunidade internacional e a todos aqueles envolvidos no mercado de produtos orgânicos.

5- Conclusão

Os principais aspectos de uma estratégia para melhor posicionamento do açúcar brasileiro incluem a redução de custos, eliminação de barreiras aumento da qualidade e diversificação dos produtos e conquista de novos mercados.

As diretrizes da política comercial tem um papel crítico na depressão artificial dos preços do açúcar no mercado mundial. A combinação de subsídios de exportação, subsídios internos e restrições às importações, impostos pela União Européia e Estados Unidos, distorce os mercados internacionais do açúcar. Essas diretrizes políticas penalizam os consumidores do mundo desenvolvido, e inclusive os setores de processamento de alimentos, que pagam pelo açúcar entre duas ou três vezes seu preço no mercado mundial. Tais políticas prejudicam também os produtores de açúcar em muitos países em desenvolvimento, cujas rendas ficam assim artificialmente deprimidas; e dessa forma, levantam questões de equidade nas relações internacionais, bem como de eficiência econômica. As negociações para liberalizar o comércio agrícola no âmbito da OMC (Organização Mundial do Comércio), oferecem a possibilidade de redução da concorrência subsidiada e de criar mercados mais abertos para os produtos agrícolas, entre eles o açúcar. Estudos econométricos mostram que a reforma multilateral do comércio do açúcar causaria uma elevação de 40% nos preços do açúcar, e ainda proporcionaria uma economia anual de 4,8 bilhões de dólares aos consumidores da União Européia e dos Estados Unidos.

Referências Bibliográficas

Anuário da Agricultura Brasileira - Agriannual 2000. São Paulo:
FNP Consultoria & Comércio, 2000.

Glencore. Glencore Sugar Report; setembro de 2002.

Informações Econômicas, SP, v.31, n.11, nov. 2001.

Única. Informação Única. São Paulo, v. 4, n. 40, mar./abr. 2001.

Orplana. Informativo Orplana. São Paulo, n. 12, p. 4, jan. 2001.

Gleba. Informativo Técnico Revista Gleba. Edição Março/Abril - 2002.

MCKINNON, A. Negociador Especial de Agricultura, International Sugar Journal
vol. 104, n. 1245, setembro de 2002.

Gleba. Mercados para o açúcar brasileiro. Revista Gleba; setembro de 2002.

Canaweb. Informações gerais. Disponível em www.canaweb.com.br. acesso em 24 /10/02.

IEA. Instituto de Economia Agrícola do Estado de São Paulo. Disponível em www.iea.sp.gov.br.
Acesso em 30/10/02

Única. União dos produtores de açúcar. Disponível em www.unica.com.br. acesso em 14/10/02.

Albertina. Produção de açúcar orgânico. Disponível em www.albertina.com.br, acesso em 30/09/02.