



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA AGROALIMENTAR**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SISTEMAS AGROINDUSTRIAIS**

**AVALIANDO AS PERSPECTIVAS E DIFICULDADES DO**  
**AGRONEGÓCIO BRASILEIRO**

**HELTON MAGNO DE SOUSA GONÇALVES**

**POMBAL - PB**

**2017**

HELTON MAGNO DE SOUSA GONÇALVES

**AVALIANDO AS PERSPECTIVAS E DIFICULDADES DO  
AGRONEGÓCIO BRASILEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sistemas Agroindustriais, como parte das exigências para obtenção do título de Mestre da Universidade Federal de Campina Grande do Centro de Ciência e Tecnologia Agroalimentar UFCG/CCTA.

Orientadoras: Aline Costa Ferreira e Aline Carla de Medeiros

POMBAL – PB

2017

G635a      Gonçalves, Helton Magno de Sousa.  
Avaliando as perspectivas e dificuldades do agronegócio brasileiro /  
Helton Magno de Sousa Gonçalves. – Pombal, 2018.  
47f. : il. color.

Dissertação (Mestrado em Sistemas Agroindustriais) – Universidade  
Federal de Campina Grande, Centro de Ciências e Tecnologia  
Agroalimentar, 2017.

"Orientação: Profa. Dra. Aline Costa Ferreira".

"Co-orientação: Profa. Dra. Aline Carla de Medeiros".

1. Agronegócio brasileiro. 2. Agricultura de precisão. 3. Marketing  
rural. 4. Consumidor inal. I. Ferreira, Aline Costa. II. Medeiros, Aline  
Carla de. III. Título.

CDU 338.43(81)(043)

HELTON MAGNO DE SOUSA GONÇALVES

**AVALIANDO AS PERSPECTIVAS E DIFICULDADES DO  
AGRONEGÓCIO BRASILEIRO**

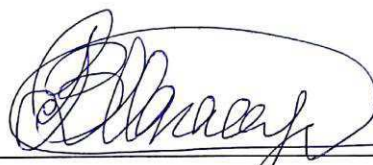
COMISSÃO EXAMINADORA

Aprovada em: 01/03/2017



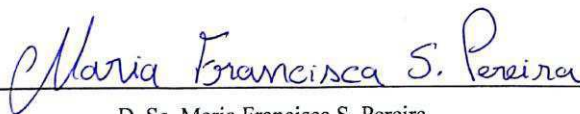
---

D. Sc. Aline Costa Ferreira  
Orientadora  
CCTA – UFCG – PB



---

D. Sc. Patrício Borges Maracajá  
Examinador interno  
UAGRA – CCTA – UFCG – PB



---

D. Sc. Maria Francisca S. Pereira  
Examinadora externa

**Dedico**

À minha esposa e aos meus filhos, dedico este  
trabalho.

## AGRADECIMENTOS

A Deus, a gratidão máxima, pois foi Ele quem nos deu toda a energia necessária à produção deste trabalho, cuja conclusão, representa uma grande vitória em minha formação profissional.

À Universidade Federal de Campina Grande – UFCG, Campus Pombal/PB, pelo aprendizado e estrutura.

Ao Programa de Pós-Graduação, *Stricto Sensu*, em Sistemas Agroindustriais do Centro de Ciência e Tecnologia Agroalimentar - CCTA da UFCG, pelo suporte acadêmico na realização do curso.

Ao Prof. DSc. Patrício Borges Maracajá, que, como orientador, sem medir esforços, ofereceu oportunidades na produção deste trabalho.

À minha esposa, em especial, pela compreensão nos momentos mais difíceis desta luta.

Aos Professores que colaboraram para minha formação acadêmica.

A todos os amigos que compartilharam com esta conquista.

Muito obrigado!

## RESUMO

No cenário econômico, o agronegócio determinou uma nova forma para a agricultura, mostrando que não se pode resolver os problemas enfrentados por aquele segmento, sem, contudo, correlacioná-lo aos demais setores envolvidos em sua produção. Por este motivo, este trabalho tem como objetivo estudar a conjuntura do agronegócio brasileiro, suas perspectivas e dificuldades. Já o Brasil é um país que possui as melhores condições de operar em larga escala no agronegócio mundial traz com isso um representativo cenário nacional como segmento relevante na geração de divisas e emprego. Dessa forma, torna-se necessário considerar a existência de economias de escala nos segmentos produtivos, uma vez que a expansão dos mercados de exportação pode provocar um incentivo na empregabilidade e inovação para o setor da agricultura moderna. E como tal, envolve os mais variados segmentos de produção, que, interligados entre si, possuem funções próprias, tais como serviços, máquinas e insumos, inclusive no âmbito do *marketing* rural. Logo, as novas demandas do mercado, fornecem melhores serviços e produtos, combinadas a uma concorrência dramaticamente elevada, exigem uma mudança de paradigma na maneira como as organizações são projetadas e, portanto, a determinação de metas de desempenho para a função como as indicadas dentro de um plano de *marketing*, financeiro ou de operações. E por fim, o *agribusiness* engloba: os fornecedores de bens e serviços à agricultura, os produtores agrícolas, os processadores, transformadores e distribuidores envolvidos na geração e no fluxo dos produtos agrícolas até o consumidor final.

**Palavras-chave:** Consumidor Final. Agribusiness. Agricultura de Precisão. Marketing Rural.

## **ABSTRACT**

In the economic scenario, agribusiness determined a new form for agriculture, showing that it is not possible to solve the problems faced by that segment, without, however, correlating it to the other sectors involved in its production. For this reason, this work aims to study the Brazilian agribusiness situation, its perspectives and difficulties. While Brazil is a country with the best conditions to operate on a large scale in the world agribusiness, it brings with it a representative national scenario as a relevant segment in the generation of foreign exchange and employment. Thus, it is necessary to consider the existence of economies of scale in the productive segments, since the expansion of export markets can provoke an incentive in employability and innovation for the modern agriculture sector. In addition, as such, it involves the most varied segments of production, which, interconnected with each other, have their own functions, such as services, machinery and inputs, including in the field of rural marketing. Hence, new market demands, providing better services and products, coupled with dramatically high competition, require a paradigm shift in the way organizations are designed and thus the determination of performance goals for the function as indicated in Of a marketing, financial or operations plan. Finally, agribusiness encompasses suppliers of goods and services to agriculture, agricultural producers, processors, processors and distributors involved in the generation and flow of agricultural products to the final consumer.

**Keywords:** Final costumer. Agribusiness Precision agriculture. Rural marketing.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - PIB do Agronegócio .....	172
Figura 2 - Pauta de Exportação Agronegócio - Principais Produtos Jan-Dez/2014.....	363
Figura 3 - Segmentos formadores dos agronegócios.....	403
Figura 4 - Participação Agrícola e seus segmentos no PIB do Agronegócio.....	34
Figura 5 - Participação Pecuária e seus segmentos no PIB do Agronegócio.....	34
Figura 6 - Pauta de Exportação Agronegócio - Principais Produtos Jan-Dez/2014.....	36
Figura 7 - Segmentos Formadores do Agronegócio.....	40

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Participação do agronegócio no PIB nacional.....	2929
Quadro 2 - Principais indicadores do Brasil.....	300
Quadro 3-Participação dos produtos agropecuários brasileiros nas exportações mundiais ...	388

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABAG	Associação Brasileira de <i>Agribusiness</i>
CNA	Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
PIB	Produto Interno Bruto
s.d.	Sem data

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>14</b>
<b>O CARÁTER DO AGRONEGÓCIO .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 – Agronegócio: Conceito e Evolução.....</b>	<b>15</b>
<b>1.2 – A Importância do Agronegócio Ou <i>Agribusiness</i> .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3 – As Cadeias Agroalimentares (<i>Filière</i>).....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 – Conceituando Competitividade .....</b>	<b>19</b>
<b>1.5 – A Competitividade no Agronegócio .....</b>	<b>21</b>
<b>1.6 – O Marketing no Agronegócio .....</b>	<b>22</b>
<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>24</b>
<b>AGRONEGÓCIO NO BRASIL .....</b>	<b>24</b>
<b>2. O Agronegócio Brasileiro.....</b>	<b>26</b>
<b>2.1 – O Agronegócio em um breve relato .....</b>	<b>26</b>
<b>2.2 – O Crescimento do Agronegócio no Brasil .....</b>	<b>28</b>
<b>2.3 – Principais Produtos de Exportação do Agronegócio Brasileiro.....</b>	<b>35</b>
<b>2.4 – Dimensões e Características dos Sistemas Agroindustriais – SAGs.....</b>	<b>39</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>43</b>

## INTRODUÇÃO

Ao longo dos últimos anos, o setor agroalimentar apresentou um desempenho bastante positivo em termos de produção, produtividade, volume de exportação e peso na balança comercial. Para os atores do “agronegócio” brasileiro (produtores, empresas, entidades de representação, etc.), além de alguns estudiosos, este resultado se deve ao intenso processo de desenvolvimento técnico-científico em que o modelo produtivo está inserido. Para eles, este desempenho “bem sucedido” se atribui, quase que exclusivamente, à iniciativa privada e ao empreendedorismo dos agentes envolvidos, onde o Estado tem sido ausente – ou ineficiente para aqueles que acreditam que sua única função seria proporcionar logística de escoamento para a produção (LEITE E WESZ JUNIOR, 2014).

De acordo como projeções do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2013), o agronegócio brasileiro trilha seu desenvolvimento com foco na competitividade e na modernidade, fazendo da utilização permanente da tecnologia um caminho para a sustentabilidade. Para o MAPA (2013), há um cenário promissor para os próximos dez anos, em que a produção agropecuária no Brasil irá gerar alimentos para o abastecimento interno e um excedente para exportar para aproximadamente 200 países, fortalecendo o mercado agrícola e pecuário interno forte e gerando mais de 100 bilhões de dólares de balança comercial.

Kaveski et al. (2015), perceberam-se que o segmento do agronegócio é e será importante no cenário econômico brasileiro e mundial, no decorrer dos próximos anos. Contudo, é importante que as empresas do setor sejam sólidas e competitivas. Para tanto, Gilio et al. (2016) informaram que as cadeias produtivas da agropecuária brasileira têm alcançando elevados ganhos de produtividade nas últimas décadas, relacionados principalmente aos novos padrões e configurações que vêm sendo delineados com os avanços tecnológicos do setor.

Segundo Gasques et al. (2013), entre 1975 e 2011, a agropecuária nacional praticamente quadruplicou sua produção, sendo cerca de 95% desse aumento vinculado ao crescimento da produtividade. Barros e Silva (2011) destacam que esse movimento resultou diretamente na oferta de alimentos a um menor nível preços, contribuindo para o processo de melhoria na distribuição de renda e redução da pobreza, verificado no Brasil a partir da década de 1990. A intensificação do uso de novas tecnologias, com a adequação de culturas a clima e solo, entre outras melhorias, culminou na elevação de

produção e de renda nas diferentes atividades agropecuárias (SILVA; SOUZA; MARTINS, 2012).

Este estudo de caso sustentou-se na seguinte premissa: é possível que as mudanças sofridas pelo setor tenham conduzido o agronegócio brasileiro à evolução e redefinição nas relações entre a agricultura e a indústria e os serviços, reestruturando, portanto, todo o setor do agronegócio. Diante do exposto, objetivou-se avaliar as perspectivas e dificuldades do agronegócio brasileiro.

Para alcançar o objetivo proposto, este estudo tomou como base os estudos desenvolvidos na área do agronegócio. Esta dissertação está organizada em dois capítulos. O primeiro capítulo trata do Caráter no Agronegócio Brasileiro onde é descrito o seu conceito e evolução ao longo de décadas, a sua importância, cadeias agroalimentares, competitividade no agronegócio e o marketing. No capítulo dois é visto como se dá o agronegócio no Brasil, o seu crescimento, principais produtos de exportação, dimensões e características dos sistemas agroindustriais.

## CAPÍTULO I

### O CARÁTER DO AGRONEGÓCIO

Nos últimos anos, tem-se verificado uma grande mudança no cenário econômico mundial. Essa mudança sepultou velhas ideias e teorias acerca do desenvolvimento econômico das nações e refletiu poderosamente no agronegócio mundial. Motivados por essas mudanças, os estados passaram a intervir mais na agricultura, transferindo recursos para esse setor ou concedendo subsídios, visando protegê-lo contra as oscilações do mercado internacional.

Segundo Coelho (2005), diante desta realidade, a agricultura deixou de ser apenas uma arte de produção propriamente dita (lavouras, pecuária, extração vegetal) e passou a ser vista como um centro dinâmico de uma série de atividades econômicas. Impulsionado pela atenção que a ele vem sendo dada, o agronegócio expandiu-se no Brasil e no mundo. A nível nacional, seu potencial impressiona: o agronegócio ocupa uma área de mais de 210 milhões de hectares, o que corresponde a 24% de todo o território nacional.

Assim, por ser rico em área agricultável, o Brasil constitui-se num país que possui as melhores condições de operar em larga escala no agronegócio mundial, o que implica na ideia de uma produtiva com dimensões internacionais. E como tal, envolve os mais variados segmentos de produção, que, interligados entre si, possuem funções próprias, tais como serviços, máquinas e insumos.

O setor agrícola é importante ator no desempenho econômico do Brasil, mesmo a agricultura tendo ocupado apenas 5,4% do PIB em 2010-2013, ou seja, o setor contribui para a balança comercial do país de forma significativa. Desde modo, o agronegócio passou a ser uma denominação genérica para qualquer atividade ligada à produção agrícola propriamente dita. O que gerou uma ligação mais forte da produção com os setores de insumo, processamento e com os varejistas, visando a uma melhor coordenação dos sistemas produtivos.

Nos mercados globalizados, a competitividade das empresas e dos setores econômicos, é determinada pela sua capacidade de crescer frente aos melhores concorrentes internacionais. Assim sendo, a competitividade relaciona-se também com a capacidade sistêmica de organização e coordenação nas cadeias produtivas, a partir das formas de governança estabelecidas entre os diferentes agentes privados e públicos que as constituem. Isso se deu devido às fortes mudanças observadas e cada vez mais necessárias para o atendimento das necessidades de um consumidor cada vez mais

exigente. Diante da conjuntura, avaliou-se as perspectivas e dificuldades do agronegócio brasileiro.

### **1.1 – Agronegócio: Conceito e Evolução**

O agronegócio foi conceituado a partir de dois autores norte-americanos, são eles, John Davis e Ray Goldberg, que em 1957 lançaram o termo conhecido como agribusiness nos EUA. Os autores apresentaram o agronegócio de forma sistêmica e integrada e não de forma isolada como até então a agricultura e a pecuária eram tratados. No Brasil, impulsionado por sua vocação agrícola, o agronegócio passou a ter maior importância com a influência da abertura econômica vigente no país a partir da década de 1980. Neste sentido, esta pesquisa pode ser justificada devido à importância que este segmento econômico representa ao país. (BATALHA; SILVA, 2007). Implica na ideia de uma cadeia produtiva. E como tal, envolve os mais variados segmentos de produção, que, interligados entre si, possuem funções próprias.

De acordo com Araújo (2013):

Agronegócio é o conjunto de todas as operações e transações envolvidas desde a fabricação dos insumos agropecuários, das operações de produção nas unidades agropecuárias, até o processamento e distribuição e consumo dos produtos agropecuários *in natura* ou industrializados.

No cenário econômico, o agronegócio determinou uma nova forma para a agricultura, mostrando que não se pode resolver os problemas enfrentados por aquele segmento, sem, contudo, correlacioná-lo aos demais setores envolvidos em sua produção (suprimentos, processamento, manufatura, distribuição, etc.).

Acrescenta Guerreiro et al. (2002) que:

O agronegócio é uma atividade econômica que se fundamenta na industrialização de produção agrícola própria e/ou adquirida de terceiros, com a característica dominante de agregar, em um mesmo empreendimento econômico, a exploração agrária e industrial. Como exemplos podem ser mencionadas as complementaridades entre produção canavieira e fabricação do açúcar e exploração pecuária e atividade frigorífica.

No conceito de agronegócio estão incluídos os fornecedores de bens e serviços para a agricultura, os produtores rurais, os processadores, os transformadores e distribuidores, além dos serviços de marketing, transportes, financiamento, seguros, etc.

Tais operações tornaram-se mais complexas após a modernização da agricultura e a partir do momento em que as mudanças introduzidas pelo agronegócio, passaram a correlacionar a agricultura com esses setores.



De acordo com Mendonça (2005), o termo *agribusiness* foi utilizado pela primeira vez em 1957, pelos professores John Davis e Ray Goldberg, da *Harvard Business School*, durante uma convenção sobre alimentação realizada em Boston.

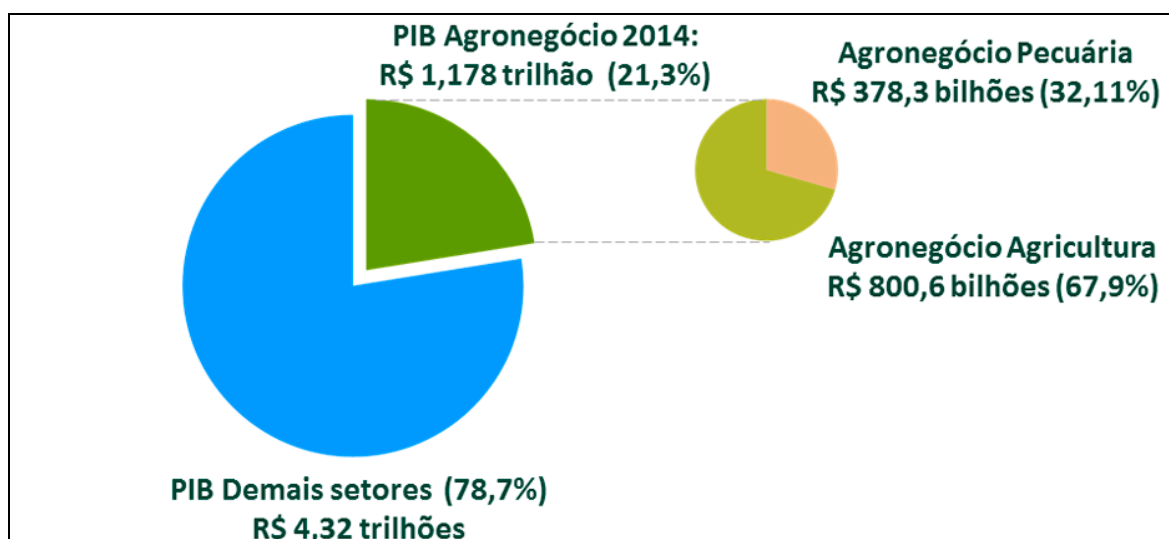
Completando esse pensamento, Zylberzatajn et al. (2010) afirmam que:

A escola originada a partir do trabalho seminal de Davis e Goldberg teve grande impacto sobre gerações de lideranças mundiais no *agribusiness*, seja na área privada seja no campo acadêmico. O sucesso e difusão do conceito de agronegócio resultou do fato de ser o conceito de *agribusiness* de aplicação imediata para a formulação de estratégias corporativas, sem muita necessidade de um suporte teórico de natureza complexa. Isto é diferente de se afirmar que não exista um suporte teórico no trabalho de Goldberg e nem significa dizer que não seja necessário forte embasamento para se progredir na compreensão dos fenômenos que regem a organização dos SAGs. Apenas se afirmar que a operacionalização do conceito é simples e pode resultar em utilização imediata pelas corporações e governos na sua formulação de estratégias.

O interesse de Davis e Goldberg era estender os limites de influência do setor agrícola, incorporando, no mesmo, segmentos que se desenvolveram rapidamente no século XX, e que atuavam de forma complementar na atividade dos produtores agrícolas, originalmente responsáveis apenas pelos processos de produção animal e vegetal. Posteriormente, o referido termo *agribusiness* espalhou-se e foi adotado em diversos países. No Brasil, essa nova visão de “agricultura” levou algum tempo para chegar. Só a partir da década de 1980, começou a haver uma difusão do termo, ainda em inglês. No Brasil, os primeiros movimentos organizados e sistematizados surgiram de focos principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Foi nessa época, que surgiu a Associação Brasileira de Agribusiness (ABAG) e foi instituído o Programa de Estudos dos Negócios do Sistema Agroindustrial da Universidade de São Paulo (ARAÚJO, 2013).

## **1.2 – A Importância do Agronegócio Ou *Agribusiness***

Na maioria dos países, o desenvolvimento econômico veio acompanhado por uma queda da importância relativa do produto agrícola no PIB total (Figura 1). No entanto, isso se tornou possível porque algumas atividades, tradicionalmente desenvolvidas pelos agricultores, foram sendo delegadas a outros agentes do processo, mais vinculados à comercialização, beneficiamento, estocagem, transporte e distribuição. Desta forma, a modernização da agricultura forçou uma aceleração dos processos de divisão do trabalho (MENDONÇA, 2005).

**Figura 1- PIB do Agronegócio**

Fonte: Faculdade CNA, s.d.

Desde então, agronegócio passou a ser uma denominação genérica para qualquer atividade ligada à produção agrícola propriamente dita, como a exploração das lavouras temporárias e permanentes, a silvicultura, a criação de animais, a transformação das matérias-primas agrícolas, os serviços de distribuição dos produtos finais e os processos responsáveis pelo suprimento de insumos ao produtor rural.

De acordo com Mendonça (2005):

As expressões *agribusiness* ou agronegócio são empregadas com referência a um modelo de produção agrícola baseado no uso intensivo de capital, em ganhos de escala e elevados rendimentos por unidade de fator de produção, em contraposição a um outro modelo conhecido como agricultura familiar, mais centrado na integração do homem ao meio rural.

Ocupando posição de destaque no âmbito global, o agronegócio tem importância crescente no processo de desenvolvimento econômico, por ser um setor dinâmico da economia e pela sua capacidade de impulsionar os demais setores (indústria, comércio, turismo, etc.).

Considerado um dos segmentos mais promissores da economia, o agronegócio é de fundamental importância tanto no abastecimento interno como no desempenho do setor exportador. Pois, ele articula-se para frente com a os segmentos de comercialização e distribuição e, para trás, com a indústria de insumos (pesticidas, fertilizantes, rações, insumos veterinários) e de equipamentos para a agricultura (MENDONÇA, 2005).

Numa perspectiva ampla, pode-se afirmar que os sistemas agroindustriais (SAGs), inclui desde setores de processamento básico (adicionando valor na secagem, no beneficiamento e na embalagem) até segmentos que envolvem o processamento de matéria-prima agrícola, mas que são comumente identificados como tipicamente industriais.

### 1.3 – As Cadeias Agroalimentares (*Filière*)

O estudo de cadeia produtiva perpassa diversos segmentos envolvendo diferentes agentes produtivos ao longo do processo. Um fluxo físico inicia-se com a pesquisa e fornecimento de insumos agrícolas, passando pela produção, industrialização, até a distribuição do produto no mercado consumidor (ZYLBERZATAJN et al., 2000). Ligações mais fortes da produção com os setores de insumo, processamento e com os varejistas, no caso de produtos frescos, visando a uma melhor coordenação dos sistemas produtivos, são fortes mudanças observadas e cada vez mais necessárias para o atendimento das necessidades de um consumidor cada vez mais exigente. Entende-se que:

*Cadeia (filière)* é uma sequência de operações que conduzem à produção de bens. Sua articulação é amplamente influenciada pela fronteira de possibilidades ditadas pela tecnologia e é definida pelas estratégias dos agentes que buscam a maximização dos seus lucros. As relações entre os agentes são de interdependência ou complementariedade e são determinadas por forças hierárquicas. Em diferentes níveis de análise a cadeia é um sistema, mais ou menos capaz de assegurar sua própria transformação (ZYLBERZATAJN et al., 2000).

O estudo de cadeias produtivas sob o enfoque de agronegócio considera o consumidor final como o agente decisor de todo o processo, tendo sempre em mente que ele permeia todo o sistema, sendo, portanto, sua satisfação imprescindível para a existência e sustentabilidade da cadeia. Para isso é fundamental o conhecimento das suas preferências mediante o fluxo de informações que se estabelece de trás pra frente dentro da cadeia, no sentido contrário ao do fluxo de produtos.

De acordo ainda com Guerreiro (2012), o processo de adaptação dessa cadeia perpassa pelo menos três etapas: a primeira referente à internalização das informações quanto às necessidades de mudanças; a segunda que envolve a renegociação dos contratos entre os elos da cadeia; e por último, a implementação das medidas adaptativas.

A competitividade de uma cadeia produtiva representa a sua capacidade de adaptar-se rapidamente às mudanças dos padrões de preferência do consumidor.

Objetivando proporcionar um melhor entendimento sobre o assunto, no item a seguir é apresentado um conceito para o termo 'competitividade' no âmbito empresarial.

#### **1.4 – Conceituando Competitividade**

Para entender como a competitividade é estabelecida, deve-se primeiro definir o mencionado termo. Ferraz; Kupfer; Haguenuer (1997) define a competitividade como sendo "a capacidade da empresa formular e implementar estratégias concorrenciais, que lhe permitam ampliar ou conservar, de forma duradoura, uma posição sustentável do mercado".

Complementando esse pensamento, Ianni (1995) afirma que o conceito de competitividade é dotado de uma dimensão extrínseca à organização ou ao produto. Vale ressaltar que o referido conceito também encontra-se relacionado ao padrão de concorrência presente no mercado. E, esse padrão pode ser considerado a variável determinante, enquanto que a competitividade diz respeito ao resultado ou variável determinada.

Afirma Silva (2001) que:

A competitividade é um conceito dinâmico. Para acompanhar o complexo processo concorrencial, as empresas devem ter um olho no passado - para fortalecer os acertos e não repetir erros; os pés firmes no presente - para posicionar-se com segurança diante da instabilidade do mercado; e um olhar atento para o futuro - para promover os ajustes necessários (2001, p. 1.).

A ideia de competitividade encontra-se associada à habilidade que uma organização possui em manter ou aumentar sua participação nos mercados, dependendo de seu interesse, no âmbito nacional ou internacional.

A competitividade depende de fatores ligados à infraestrutura local, à capacidade gerencial e às práticas empresariais (MOUTINHO; CAMPOS, 2000). Por essa razão, ela se apresenta de formas diversas nas regiões do Brasil.

No mundo dos negócios, a competitividade é algo que encontra-se ligado intimamente ao poder. Isto ocorre porque ambos são produzidos pelas mesmas fontes básicas, que compõem o conhecimento, as finanças, a produção e a segurança.

De acordo com Silva (2011), no que se refere às empresas, os fatores que determinam a competitividade podem ser classificados nos seguintes grupos:

Fatores sistêmicos: estão relacionados ao ambiente macroeconômico, político, social, legal, internacional e à infraestrutura, sobre os quais a empresa pode apenas exercer influência [...]. Fatores estruturais: dizem respeito ao mercado, ou seja, à formação e estruturação da oferta e demanda, bem como às suas formas regulatórias específicas [...]. Fatores internos: são aqueles que determinam diretamente a ação da empresa e definem seu potencial para permanecer e concorrer no mercado.

Os fatores sistêmicos encontram-se condicionados ao crescimento do PIB, à taxa de câmbio, ao nível de emprego, às parcerias comerciais, etc., enquanto que os fatores estruturais envolvem a estrutura, a cadeia produtiva da qual participa e as possibilidades de cooperações comerciais. No que diz respeito aos fatores internos, estes são controlados pela empresa, representando a capacidade que a mesma tem de gerenciar seus negócios e de estabelecer relacionamento com seus clientes.

Ferraz; Kupfer; Haguenaer (2007), afirmam que estes fatores englobam diversos aspectos que vão desde os internos das empresas até aqueles que se referem à inter-relação do país com o mundo.

Por outro lado, com base nos fatores determinantes da competitividade, percebe-se que a mesma diz respeito à capacidade que a organização possui de competir. Conceito complexo, competitividade também representa a compreensão que a organização possui sobre porque, como e onde está competindo, o que mostra que para se manter em um mercado dinâmico e altamente competitivo, é necessário muito mais do que sorte.

Para se tornar competitiva a empresa deve definir uma boa estratégia. Esta deve ser construída de forma que seja capaz de envolver todos os seus segmentos/setores. Assim, sem uma estratégia bem elaborada e sem o envolvimento necessário, uma organização não se torna competitiva. Analisando o aspecto competitivo das empresas, Levy (1990) afirma que:

A estratégia competitiva não é nem responsabilidade, nem patrimônio de nenhuma área em particular, mas de todas em conjunto. Desse modo, os diversos setores da organização interagem e se fertilizam mutuamente em busca da vantagem competitiva.

A forma como a empresa se posiciona dentro de seu setor, é fator determinante para a sua rentabilidade, algo que independe de sua estrutura organizacional. Desta forma, quando a empresa consegue estabelecer um desempenho acima da média, por um longo período de tempo, pode-se afirmar que obteve uma vantagem competitiva sustentável.

De acordo com Porter (1989), o processo de construção das vantagens competitivas é complexo. Somente apresentando custos baixos e promovendo a diferenciação é que a empresa torna-se capaz de obter vantagens competitivas.

É importante assinalar que a vantagem competitiva está condicionada ao conjunto de ações estratégicas determinadas pelos gestores das organizações, e, que o

objetivo central desse tipo de vantagem é proporcionar às empresas as condições necessárias para que elas possam apresentar um desempenho superior em relação aos seus concorrentes, tanto em termos econômico, quanto de satisfação em relação ao cliente.

### **1.5 – A Competitividade no Agronegócio**

Segundo Nassar e Jank (2010), globalização<sup>1</sup> e competitividade são conceitos que têm sido empregados com maior frequência no cenário econômico atual. A competitividade, por sua vez, é abordada principalmente como se fala da qualidade daquilo que é produzido.

Nos mercados globalizados, a competitividade das empresas e dos setores econômicos, é determinada pela sua capacidade de crescer frente aos melhores concorrentes internacionais. Assim sendo, a competitividade relaciona-se também com a capacidade sistêmica de organização e coordenação nas cadeias produtivas, a partir das formas de governança estabelecidas entre os diferentes agentes privados e públicos que as constituem.

Nessa visão, o desafio competitivo do agronegócio passa pela discussão de temas fundamentais, tais como: segurança alimentar, agricultura orgânica, produto transgênico, desenvolvimento sustentável, etc.

Afirmam ainda Nassar e Jank (2010), que a competitividade nos SAGs é determinada em decorrência da globalização e divide-se em três grandes blocos: capacidade produtiva/tecnológica (relacionada às vantagens de custos que são reflexo da produtividade dos fatores de produção); capacidade de inovação (relacionada aos investimentos públicos ou privados em ciência e tecnologia e formação de capital humano), e, capacidade de coordenação, que pode ser entendida com a capacidade de receber, processar, transmitir e utilizar informações de modo a definir e viabilizar estratégias competitivas.

Em resumo, nos SAGs as estratégias e a competitividade dependem, em primeiro lugar, do ambiente institucional. Nestes, os padrões de concorrência podem ser definidos através de um conjunto hierarquizado de variáveis-chaves, utilizado por cada

---

<sup>1</sup> Segundo Lastres e Albagli (2009), “a globalização é um fenômeno com ramificações industriais, de prestação de serviços, comerciais ou financeiras, graças a queda do custo da comunicação e as novas tecnologias de troca de dados. A rapidez, o barateamento e a confiabilidade caracterizam a globalização do ponto de vista tecnológico. A velocidade da informação pelo mundo é a característica atual da globalização”.

empresa para competir num determinado mercado (preço, marca, atributos de qualidade, estabilidade de entrega, reputação, entre outros).

### **1.6 – O Marketing no Agronegócio**

Antes de conceituar marketing, é interessante falar a respeito da origem do termo. A palavra, de origem inglesa, foi traduzida no Brasil por volta de 1954 ao surgirem os primeiros indícios de implantação desta disciplina no ensino superior. O termo em inglês significa ação no mercado, que supõe dinamismo e não simplesmente estudos do mercado, como a tradução sugere (LAS CASAS, 1997).

Neves (2003) define como “papel do marketing ajudar no fluxo de informações no sistema agroalimentar, bem como auxiliar a empresa a monitorar o macroambiente onde opera”.

A missão do *marketing* é tornar a venda supérflua, de forma que o produto venda-se por si só, isso altera as posições nas empresas. Agora todos são vendedores. O resultado das vendas é diretamente proporcional à capacidade de excelência em toda a cadeia produtiva. Amíúde o *marketing* é confundido com vendas, e estes são quase opostos, pois a venda inicia quando se tem um produto e o *marketing* se inicia muito antes de o produto concretizado (LAS CASAS, BACHA E CARVALHO, 2016).

Embora haja situações em que abordagens estratégicas de produção e vendas sejam apropriadas, na maioria dos casos as chances de sucesso no longo prazo são ampliadas com uma orientação para o *marketing* e, essa abordagem compreende as necessidades e desejos dos clientes, para então se construir produtos e serviços que os satisfaçam (LAS CASAS, BACHA E CARVALHO, 2016).

Para executar *marketing* em agronegócio faz-se necessário possuir foco holístico. É preciso escancarar o pensamento estratégico e as análises da totalidade do perfil da cadeia produtiva na qual se está inserido para então ampliar a criatividade e a inovação no planejamento pré-estabelecido, assim como sua consistência em longo prazo e seu vigor tático-operacional no momento. Todo planejamento de *marketing* precisa ser fomentado com excelentes informações para que se obtenham resultados positivos. No agronegócio, sobretudo, essa carência é ampliada, pois ao se elaborar um plano de *marketing*, recomenda-se vislumbrar tanto o imenso conjunto de variáveis relacionadas ao mercado e aos concorrentes diretos, quanto à multiplicidade de enfoques e dados que surgem com a visão estratégica da cadeia produtiva. Isso tudo multiplica de maneira robusta as fontes de informação e de análise ideais para um

excelente planejamento. Por exemplo, ter a informação sobre a renda do produtor, é fator preponderante para a indústria de insumos (TEJON; XAVIER, 2009).

Mesmo sendo o produtor rural o elo mais forte da cadeia, quando envolvido com o produto *in natura*, enfrenta vários desafios de marketing, (HUTT; SPEH 2010; TEJON; XAVIER, 2009). Como:

- a) isolamento e impotência em ativar o marketing solitariamente;
- b) chega sempre depois de grandes potências econômicas, vendendo sua produção com parca diferenciação de marca;
- c) altamente dependente de políticas agrícolas e linhas de créditos, além de estruturação e logística das safras;
- d) suscetível às variações climáticas, pragas, legislação, e outros;
- e) dependência do associativismo e/ou cooperativismo e de lideranças competentes em *marketing*;
- f) distanciamento dos mercados consumidores finais;
- g) vocação e ênfase para a produção;
- h) recente familiarização com as mídias sociais e com a utilização do *marketing*

Por coletar, selecionar, analisar, avaliar e distribuir a informação necessária em tempo recorde e na forma apropriada para se tomar decisões, o marketing quando utilizado no agronegócio permite que as empresas expandam suas fronteiras, reduzindo desperdícios e custos com a obtenção de informações (LAS CASAS, BACHA E CARVALHO, 2016). Em um sistema de inovação, o impacto que o mercado impõe sobre os novos produtos e as carências dos consumidores são de vital importância e nessa situação as ferramentas de marketing tornam-se primordiais (MACHADO; LIMA FILHO, 2006; VILCKAS; NANTES, 2006).

Diante de tantos conceitos e posicionamento sobre o Marketing no Agronegócio, percebe-se que a competição no setor faz com que as empresas desenvolvam inovações no intuito de atender o mercado e a demanda do consumidor. Além disso, o cenário de modernização na agricultura induz a uma aceleração desses mesmos processos inovadores para o setor, partindo da pré-porteira à pós-porteira. Vale ressaltar que a vantagem competitiva sustentável se dá quando a empresa consegue estabelecer um desempenho acima da média, por um longo período de tempo. Em outras palavras, o *marketing* rural veio para atrair os clientes mais exigentes, forçando o agronegócio a produzir produtos cada vez melhores.



## CAPÍTULO II

### AGRONEGÓCIO NO BRASIL

A abertura comercial, iniciada a partir de 1988, determinou maior dinamismo na política comercial brasileira, que desde então, tem implementado medidas de abertura comercial unilateral, negociações bilaterais, multilaterais e formação de áreas de livre comércio e blocos econômicos. Diante dessa perspectiva de medidas de política comercial mais ativas, a competitividade internacional passa a desempenhar papel crucial para o sucesso de exportadores brasileiros como agentes ativos no mercado mundial. Para auferir ganhos com a redução de barreiras comerciais, é necessário operar em escala compatível com os demais concorrentes desse mercado, quando se têm em mente transações comerciais em bens relativamente homogêneos (GURGEL E CAMPOS, 2015).

Dessa forma, o agronegócio brasileiro tem-se mostrado representativo no cenário nacional como segmento relevante na geração de divisas e emprego. Em 2005, as 400 maiores empresas do agronegócio brasileiro responderam, conjuntamente, por uma renda de 370 bilhões de reais, montante que representa metade de tudo que é produzido no Brasil pelo setor (JAEL, 2006). Conforme dados do IBGE (2006), em 2003, a taxa de crescimento da agroindústria superou a da indústria em geral pelo terceiro ano consecutivo, tendo registrado crescimento de 1,6%, ao passo que a taxa obtida pela média da indústria nacional foi de 0,3%, no mesmo período. Tais estatísticas confirmam o impacto positivo originado pelo agronegócio, principalmente o de exportação, sobre a atividade industrial (IBGE, 2006).

Além do mais, as ligações relevantes que a agropecuária apresenta com os demais setores da economia, aliados ao seu crescente volume de produção em função da disponibilidade de abundantes recursos naturais, inovação tecnológica, investimentos e ganhos de produtividade acima da média internacional, têm dado ao agronegócio brasileiro, o reconhecimento de ser um componente crítico para o desenvolvimento econômico nacional e, o status de referência mundial para o fornecimento de alimentos com destaque no mercado de carne bovina, suína e frango, de suco de laranja, de açúcar, de café, de etanol, além do milho e da soja (MONTTOYA et al., 2014).

Dada à importância estratégica do setor, o Brasil está posicionado entre as dez maiores economias mundiais, com um Produto Interno Bruto (PIB) superior a US\$ 2 trilhões em 2013. Possui a quinta maior população (mais de 200 milhões de pessoas) e a

quinta maior área superficial. O PIB real per capita vem se elevando a uma média de aproximadamente 5% ao ano desde 1995, permitindo que o rendimento per capita alcançasse US\$ 11.200 em 2013 e elencando o Brasil a uma posição de “renda média superior”, conforme Indicadores de Desenvolvimento Mundial, no ano de 2014 (LAS CASAS, BACHA e CARVALHO; 2016).

O setor agrícola é importante ator no desempenho econômico do Brasil, mesmo a agricultura tendo ocupado apenas 5,4% do PIB em 2010-2013. A agricultura brasileira alcançou uma forte elevação nos últimos trinta anos, com produção agrícola que suplantou os 100%, em comparação ao registrado em 1990 (LAS CASAS, BACHA e CARVALHO; 2016).

Por isso, a agroindústria de alimentos é uma das indústrias com características que apontam para a existência de economias de escala. Certo grau de conhecimento tecnológico, especificidades no processo produtivo, investimentos iniciais em pesquisa e desenvolvimento, aquisição de experiência no processo produtivo, especialização quando do aumento da escala produtiva, fatores dimensionais de escala na estocagem, redução de custos de transporte e distribuição quando da expansão de mercados, ganhos de escala advindos de melhoria no equipamento produtivo, escala de integração vertical, entre outros, são fatores presentes nos diversos segmentos da indústria alimentícia, os quais levam à existência de economias de escala internas nas firmas de uma indústria (GURGEL E CAMPOS, 2015).

Diante do contorno das perspectivas, vê-se que o agronegócio brasileiro tem se mostrado representativo no cenário nacional como segmento relevante na geração de divisas e emprego. Dessa forma, torna-se necessário considerar a existência de economias de escala nos segmentos produtivos, uma vez que a expansão dos mercados de exportação pode provocar um incentivo na empregabilidade e inovação para o setor da agricultura moderna.

Uma vez que se emprega certo grau de conhecimento tecnológico, especificidades no processo produtivo, investimentos iniciais em pesquisa e desenvolvimento, aquisição de experiência no processo produtivo, especialização produtiva por produto, ganhos de escala advindos de melhorias no equipamento, insumos e maquinário produtivo.

Com base nesse contexto avaliaram-se as perspectivas e dificuldades do agronegócio brasileiro. Mesmo assimilando que o Brasil é um país rico em biodiversidade, considerado também celeiro mundial de alimentos tem se destacado no

cenário internacional pelas pesquisas e desenvolvimento de produtos no campo da engenharia genética e genômica, o segmento tem como entrave – visto em pesquisa – a falta de políticas de investimento nacional para o setor, além da redução dos custos de produção no que tange ao transporte logístico devido às condições de estrada brasileiras e redução de barreiras comerciais. Com esse cenário é necessário operar em escala compatível com os demais concorrentes desse mercado, quando se têm em mente transações comerciais em bens relativamente homogêneos.

## **2. O Agronegócio Brasileiro**

### **2.1 – O Agronegócio em um breve relato**

A associação entre “modernidade” e “agricultura” no Brasil tem uma longa história. Desde, pelo menos, a segunda metade do século XIX, pensadores e homens de ação opõem propostas de uma “agricultura” ou mesmo de uma “indústria rural” moderna ao que seria uma agricultura “tradicional” ou “práticas tradicionais” das empresas agrícolas. Assim foi com a introdução dos engenhos a vapor e com as usinas de açúcar no Nordeste canavieiro; ou com o uso sistemático de máquinas no arroz e no trigo no sul do país nos anos de 1950. Mas foi, sobretudo a partir dos anos de 1970 – com a política de “modernização da agricultura” promovida pelo regime militar –, que se começou a falar mais explicitamente da existência de uma “agricultura moderna” ou de uma “agricultura capitalista” no Brasil, de “empresas rurais” (figura contraposta no Estatuto da Terra ao “latifúndio”) e de “empresários rurais” (HEREDIA et. al., 2010)

A ocupação e o povoamento do Brasil se deram por meio de surto de atividades exportadoras que, sucedendo-se ao longo do tempo, foram fixando populações em diferentes pontos do território nacional. E, conforme o sucesso ou insucesso da exploração econômica - em particular, a capacidade ou incapacidade de levar à diversificação e à industrialização - estabeleceram-se diferenciações nítidas entre esses focos isolados de civilização, bem retratadas nos indicadores econômicos e sociais, consagrando a herança regional do desenvolvimento do país.

A desigualdade entre as regiões no que se refere ao crescimento econômico e à distribuição de renda tem sido uma característica da economia brasileira desde os tempos coloniais, e cada um dos ciclos de exportação de produtos primários do passado beneficiou uma ou outra região específica (PERRÉ; GUILHOTO, 2011).

O ciclo da cana-de-açúcar nos séculos XVI e XVII favoreceu o Nordeste; o de exploração de ouro (séculos XVII e XVIII) levou o dinamismo da economia para a área de Minas Gerais e do Sudeste do país; a expansão da exportação de café do século XIX

favoreceu primeiro o interior do Rio de Janeiro, e, posteriormente, o Estado de São Paulo. No século XX, entretanto, segundo Baer (2005), a substituição histórica de regiões economicamente favorecidas chegou ao fim. O Sudeste do país, que era a área dinâmica de exportação no início do processo de industrialização, tornou-se também a região líder da economia brasileira e o principal beneficiário do crescimento econômico do país.

No final da década de 1960, tomou vulto no país uma nova estratégia de modernização, cujos reflexos no setor agrícola traduziram-se na consolidação do modelo de complexos agroindustriais ou de agronegócio, na reformulação da política agrícola e na criação de incentivos à verticalização da produção<sup>2</sup>. Hoffmann et al (2005), analisando esse novo padrão agrícola brasileiro, observam que:

Todas essas transformações (...) apresentam uma característica comum (...), que é a de terem se processado de forma desigual em dois sentidos: regionalmente, beneficiaram os estados do Centro-Sul, particularmente o estado de São Paulo; dentro de cada estado, atingiram preferencialmente os médios e grandes estabelecimentos agropecuários. É preciso enfatizar, porém, que, já em 1960, essas características regionais e entre estabelecimentos eram acentuadas, devido à própria evolução histórica de cada região.

O surgimento e a expansão do agronegócio brasileiro, não se deram de modo uniforme e simultâneo em todo o país. Em particular, os níveis de desenvolvimento das regiões brasileiras determinaram a constituição e a influência do agronegócio, afetando o desenvolvimento regional, e, conseqüentemente, a agricultura regional.

Na opinião de Guanziroli (2016):

É nítido que o crescimento do agronegócio brasileiro nos últimos anos, com sucessivas quebras de recordes de produção, produtividade e de exportações, se constituiu na grande âncora do governo brasileiro na política de contenção da inflação e para a geração de saldos expressivos na balança comercial. O agronegócio fora o fator determinante para minimização dos desequilíbrios das contas externas brasileiras e além de ter sido a âncora do Plano Real contra a inflação, contribuiu decisivamente para as exportações com saldo comercial setorial positivo, sendo válido lembrar que os setores não agrícolas foram altamente deficitários.

Na atualidade, o agronegócio é o motor da economia brasileira, registrando importantes avanços, se mantendo como setor de grande capacidade empregadora e de geração de renda, cujo desempenho médio, tem superado o desempenho do setor industrial.

---

<sup>2</sup> Verticalização da produção: Princípio que dá à produção agrícola uma maior competitividade no cenário econômico.

## 2.2 – O Crescimento do Agronegócio no Brasil

Segundo Guanziroli (2016), nos últimos 20 anos, o Brasil conseguiu dobrar a produção de grãos para os atuais 100 milhões de toneladas, em relação à colheita de 50,8 milhões de toneladas obtida no início da década de 80, com a mesma área plantada. Este desempenho no campo só foi possível graças à utilização de insumos - basicamente sementes, adubo e agrotóxicos - de primeira linha disponíveis para o setor.

O agronegócio brasileiro compreende atividades econômicas ligadas, basicamente, a insumos para a agricultura, como fertilizantes, defensivos, corretivos, a produção agrícola, compreendendo lavouras, pecuária, florestas e extrativismo, a agroindustrialização dos produtos primários, transporte e comercialização de produtos primários e processados (MAPA, 2011).

A produção mundial e exportação de café, açúcar, álcool e sucos de frutas é atualmente liderada pelo Brasil. O mesmo ocorre com as vendas internacionais de soja, carne bovina, carne de frango, fumo, couro e calçados de couro. Segundo projeções da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) o país deverá ser, dentro de poucos anos, o maior polo mundial de produção de algodão e biocombustíveis derivados da cana-de-açúcar e de óleos vegetais. Outros itens de destaque da pauta produtiva do agronegócio brasileiro são: arroz, milho, frutas frescas, cacau, castanhas, carne de porco e pescado, bem como borracha e papel e celulose. Dono de vantagens comparativas que provavelmente não encontram paralelo em nenhum outro país do mundo, o agronegócio brasileiro conta com uma combinação de elementos fundamentais para a obtenção de altas taxas de produtividade rural, como clima privilegiado, solo fértil, disponibilidade de água e biodiversidade. Como obstáculo, por outro lado, enfrenta, como já dissemos anteriormente, o protecionismo de outros países que possuem grandes mercados consumidores em potencial, mas não contam com o variado conjunto de vantagens comparativas que detém a agropecuária brasileira (IGLECIAS, 2005).

O Brasil possui inúmeros produtos agropecuários que possuem um significativo valor estratégico em nossa economia, sendo os principais o álcool e açúcar, café, carnes e couro, produtos de origem bovina, suína e de aves, soja, fruticultura e produtos florestais. O agronegócio é o motor da economia nacional, registrando importantes avanços quantitativos e qualitativos, que se mantém como setor de grande capacidade empregadora e de geração de renda, cujo desempenho médio, tem superado o desempenho do setor industrial, ocupando, assim, a posição de destaque no âmbito global, o que lhe dá importância crescente no processo de desenvolvimento econômico, por ser um setor dinâmico da economia e pela sua capacidade de impulsionar os demais setores (MAPA, 2011).

Atualmente, o Brasil é um dos maiores países produtores de grãos, frutas, cana-de-açúcar e carnes do mundo, conseguindo obter produtos de qualidade, com altíssima eficiência e baixo custo na propriedade. Possuindo cerca de 4,90 milhões de

estabelecimentos rurais e 4,9 milhões de produtores rurais, o Brasil produziu 113 milhões de toneladas de grãos na safra 2004/2005.

O sucesso do agronegócio no Brasil forma parte de uma estratégia desenhada nos anos 70 que apontou para a resolução de vários problemas estruturais que entravavam o desempenho da agricultura. O desenvolvimento tecnológico promovido pela EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) é usualmente citado como um dos principais fatores, mas há outros de igual ou maior relevância, como a abertura de fronteiras agrícolas nos Cerrados através de programas de colonização dirigida e as inovações introduzidas nos mecanismos tradicionais de política agrícola no Brasil. Vários fatores contribuem para que haja grandes chances, no longo prazo, do Brasil aumentar sua produção agrícola (principalmente de soja e milho). Pelo lado da oferta cabe destacar que o Brasil possui grandes áreas ainda inexploradas ou deficientemente exploradas que poderão ser incorporadas à produção agrícola no futuro se houver investimentos em produtividade e em meios de escoamento das safras (GUANZIROLI, 2016).

As razões do crescimento do agronegócio no Brasil, acima enumeradas, revelam que o agronegócio - por tratar-se de um conjunto de atividades extremamente complexas e diversificadas - envolve uma enorme quantidade de atores. Os dados recentes do desempenho do setor agropecuário brasileiro revelam a importância que as atividades rurais têm para a economia brasileira, conforme verifica-se no Quadro 1:

**Quadro 1 - Participação do agronegócio no PIB nacional**

PIB NACIONAL	PERCENTUAIS (%)		
	TOTAL	AGRICULTURA	PECUÁRIA
1994	30,45	21,96	8,46
1995	30,07	21,45	8,62
1996	28,81	20,71	8,10
1997	27,65	20,09	7,56
1998	27,78	19,89	7,89
1999	28,07	19,76	8,31
2000	26,92	18,55	8,37
2001	27,04	18,66	8,38
2002	28,86	20,25	8,61
2003	30,58	21,69	8,90
2004	30,07	21,39	8,68

Fonte: CEPEA/USP/CNA, 2006.

Entendido como a soma dos setores produtivos com os de processamento do produto final e os de fabricação de insumos, o agronegócio responde por quase um terço do PIB do Brasil e por valor semelhante das exportações totais do país. Em 2005, embora tenha apresentado uma pequena queda em termos percentuais, o agronegócio contribuiu com R\$ 537,6 bilhões para o PIB nacional, conforme pode ser visto no Quadro 2, abaixo:

## Quadro 2 - Principais indicadores do Brasil

<b>PIB Brasil</b>	<b>R\$ 1.938 bilhões</b>
<b>PIB Agropecuária</b>	<b>R\$ 153,0 bilhões</b>
<b>PIB Agronegócio (27,7%)</b>	<b>R\$ 537,6 bilhões</b>
<b>Exportações Brasileiras</b>	<b>US\$ 118,3 bilhões</b>
<b>Exportações Agronegócio (36,8%)</b>	<b>US\$ 43,5 bilhões</b>
<b>Emprego Agrícola</b>	<b>37% PEA</b>

Fonte: CEPEA/USP/CNA, 2006.

Responsável por um terço do PIB nacional, 43,50% das exportações e 37,00% dos empregos, o agronegócio continua expandindo-se de forma bastante acelerada nos últimos anos. A economia brasileira é hoje altamente dependente da exportação de commodities. Para se ter uma ideia, nos últimos 14 anos o agronegócio tem contribuído de forma incisiva na geração de divisa para o país. O crescimento do volume exportado para o período entre 2000 e 2013 foi de 230%. Já o saldo comercial teve um crescimento de 468% no período, sendo que em 2013 foi de US\$ 83 bilhões.

O mesmo setor tem mantido sua trajetória de crescimento, com aumento do Produto Interno Bruto (PIB) setorial de 3,9% ao ano ante 3,6% da economia brasileira para o período de 2000 e 2011 (BELIK, 2015). Tal crescimento, alterou o aspecto da balança comercial, que, após vários anos apresentando déficits, inverteu a tendência recentemente e nos últimos exercícios tem apresentado superávits. Assim,

Os superávits que vem sendo obtidos pelo país em sua balança comercial nos últimos anos são devidos, em grande medida, ao desempenho do agronegócio enquanto força exportadora. Enquanto desde fins dos anos 1980 o agronegócio vem mantendo superávits comerciais, que tornaram-se particularmente notáveis a partir de 2002, após ultrapassarem a marca dos US\$ 20 bilhões, o saldo comercial dos demais setores da economia brasileira vem acumulando déficits desde 1994 [...]. Desta forma, pode-se concluir que a reversão da trajetória de acumulação de déficits nas transações comerciais com outros países desde 2001 tem sido ocasionada pelo desempenho do setor agropecuário, ao passo que os setores industriais e de serviços continuam acumulando perdas no comércio exterior (IGLECIAS, 2005).

A globalização, a abertura comercial e a estabilização econômica têm influenciado fortemente no crescimento dos índices apresentados pelo agronegócio. No entanto, para incrementar ainda mais tais índices, o Brasil carece de políticas macroeconômicas saudáveis, melhoria da infraestrutura física (estradas, portos) para facilitar o escoamento da produção, reforma tributária e simplificação dos procedimentos, para continuar sendo o agronegócio o maior negócio de sua economia.

No setor agrícola, por exemplo, são consideráveis as vulnerabilidades econômicas do agronegócio no Brasil pelo grau desproporcional do seu controle por

setores monopolistas globais das indústrias intermediária da agricultura, e da alimentar, que produzem e comercializam internacionalmente produtos e serviços alimentícios, agrícolas, financeiros e industriais. A aquisição ou falência das empresas nacionais de sementes e a ‘apropriação’ da Embrapa por companhias do chamado ‘Big 6’ (Monsanto, Dupont, Syngenta, Bayer, Dow, e BASF) que controlam as sementes/química/biotecnologias em todo o mundo, resultaram na forte dependência genética da agricultura nacional, em vários produtos animais e vegetais. vez mais frequentes e intensas quebras de safra nos principais países agrícolas por conta dos efeitos do aquecimento global (TEIXEIRA, 2013).

Agravando o cenário de risco potencial para a segurança alimentar em nosso país, as políticas governamentais nos últimos anos disseminaram a lógica da agricultura do agronegócio entre grande parcela dos agricultores familiares. Resultado: quando comparamos 2003 com 2012, mesmo considerando o aumento exponencial no volume de recursos ofertados pelo Pronaf, no período, o número de operações de custeio de arroz com agricultores familiares declinou de 34.405 para 7.790 (-77.4%).

No caso do feijão, o número de contratos de custeio pelo Pronaf reduziu de 57.042 para 10.869 (- 81%). Os contratos para o custeio da mandioca caíram de 65.396 para 20.371 (-69%), e para o custeio de milho declinaram de 301.741 para 170.404 (-44%). Em síntese, constatamos trajetória de progressiva redução do plantio de culturas alimentares básicas, o que tem ampliado a nossa dependência de importações num cenário internacional de grandes vulnerabilidades da oferta agrícola em função das cada (TEIXEIRA, 2013).

Dados mais recentes apresentados pelo Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA), referentes aos meses de Janeiro a Maio de 2017, mostram a estimativa de queda para Produto Interno Bruto (PIB) do Agronegócio Brasileiro em 1,17% em maio e em 2,83% no acumulado dos primeiros cinco meses do ano. Essa baixa do acumulado é resultado principalmente das estimativas de retrações de 5,46% no segmento primário e de 2,93% em agrosserviços. Os segmentos industrial e de insumos também apresentaram projeção de baixa no ano, mas em menor intensidade (-0,88% e -0,03%, respectivamente).

Quanto ao ramo pecuário o CEPEA estima maior retração, sendo de 2,68% em maio, acumulando baixa de 7,23% no ano. As atividades da pecuária seguiram prejudicadas pela menor demanda interna e por restrições nas exportações – como a da Rússia para suínos e da União Europeia para aves –, o que vem gerando excedentes de



oferta nas atividades que compõem o ramo e pressionando as cotações. As exceções são para o mercado de lácteos, que vem apresentando produção mais restrita.

Já no ramo agrícola, observa-se retração apenas no segmento primário. A queda na geração de renda “dentro da porteira” é derivada dos baixos preços na comparação entre períodos. Porém, cabe destacar que, na média, tem se verificado uma tendência de recuperação mês a mês desde o início de 2017, devido a um maior equilíbrio de oferta neste ano e a um impulso da desvalorização do Real frente ao dólar, que tem beneficiado a produtos de alta demanda internacional.

Para a agroindústria, em maio, foi verificada retração, revertendo a tendência de alta que vinha se acumulando de janeiro a abril. Tal reversão está atrelada à menor expectativa de alta na produção para as indústrias de origem madeireira, biocombustíveis, café, conservas de frutas e legumes, óleos, ou as retrações estimadas para têxtil e vestuário e todas as atividades pecuárias.

Por fim, o PIB-volume do agronegócio, calculado pelo critério de preços constantes, apresenta estimativas de alta para 2017. Para os segmentos, as estimativas anuais de variação são: de 1,73% para insumos, de 1,23% para o segmento primário, de 2,01% para a agroindústria e de 2,16% para os agrosserviços. De forma agregada para o agronegócio, e considerando-se preços constantes, as perspectivas para o PIB volume do agronegócio apontam expansão, de 1,86% em 2017.

Levando em consideração que o cálculo do PIB do Agronegócio Brasileiro resulta de uma parceria entre o Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA), da Esalq/USP, e a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), vale ressaltar que o Agronegócio tem significativa participação no PIB brasileiro, conforme apresenta a Figura 2. A imagem representa os números mais atuais dados pelo CEPEA, que compreendem os anos de 2005 a 2017, e que abrangem informações totais em percentagem, porém, apresenta em quanto cada ramo contribuiu para o resultado do Produto Interno Bruto (PIB) nacional.

**Figura 2 – Participação do Agronegócio no PIB do Brasil (em %) de 2005 a 2017**

	PIB total_BR (a preços de mercado em R\$ milhões correntes - ref 2010)	Agronegócio				Agronegócio Total (A+B+C+D)
		(A) Insumos	(B) Agropecuária	(C) Indústria	(D) Serviços	
2005	2.170.585	1,1%	4,5%	8,4%	10,2%	24,2%
2006	2.409.450	0,9%	4,8%	7,9%	9,6%	23,3%
2007	2.720.263	1,0%	4,9%	7,4%	9,5%	22,7%
2008	3.109.803	1,2%	5,1%	7,1%	9,4%	22,8%
2009	3.333.039	1,0%	4,3%	7,1%	9,2%	21,5%
2010	3.885.847	0,9%	4,9%	6,8%	9,1%	21,6%
2011	4.376.382	1,0%	5,4%	6,2%	8,5%	21,0%
2012	4.814.760	1,0%	4,7%	5,9%	7,8%	19,4%
2013	5.331.619	1,0%	4,8%	5,7%	7,7%	19,2%
2014	5.778.953	0,9%	4,7%	5,7%	7,8%	19,1%
2015	5.995.787	1,0%	4,9%	6,1%	8,6%	20,5%
2016	6.259.228	1,0%	5,7%	6,6%	9,5%	22,8%
2017	6.559.940	0,9%	5,4%	6,3%	9,0%	21,6%

Fonte: Cepea/CNA

Por meio do CEPEA também é possível observar o PIB do Agronegócio Brasileiro. A Figura 3 mostra dados referentes aos anos de 1996 a Maio de 2018, em R\$ Milhões (milhões de reais).

**Figura 3 – PIB do Agronegócio Brasileiro, 1996 a 2017, em R\$ Milhões correntes**

	Agronegócio			Agronegócio Total (A+B+C+D)
	(B) Agropecuária	(C) Indústria	(D) Serviços	
2006	116.706	190.509	231.547	560.478
2007	132.320	200.897	257.227	618.054
2008	158.175	221.444	292.986	710.174
2009	143.669	235.750	305.003	717.330
2010	189.627	262.985	352.227	841.025
2011	235.961	271.945	370.099	920.264
2012	226.763	284.606	376.249	934.578
2013	253.471	305.060	411.187	1.022.027
2014	271.689	326.847	448.110	1.101.374
2015	293.230	365.235	515.425	1.231.419
2016	357.416	412.639	595.802	1.428.880
2017	357.896	410.440	588.717	1.418.778

Fonte: Cepea/CNA (\*estimativa 2017)

É possível, ainda, através de dados divulgados pelo Cepea/CNA, identificar quais ramos (Agrícola ou Pecuário) e quais segmentos (insumos, agropecuária, indústria, serviços) mais contribuem, ou seja, impulsionam o Produto Interno Bruto (PIB) do Agronegócio brasileiro. As Figuras 4 e 5 representam os Ramos Agrícola e Pecuário e suas participações no PIB do Agronegócio, respectivamente:

**Figura 4 – Participação Agrícola e seus segmentos no PIB do Agronegócio**

	Ramo Agrícola				Ramo Agrícola (A+B+C+D)
	(A) Insumos	(B) Agropecuária	(C) Indústria	(D) Serviços	
1996	1,6%	11,2%	29,6%	32,6%	75,1%
1997	1,8%	11,8%	29,4%	32,0%	75,0%
1998	1,9%	12,5%	29,2%	32,3%	75,8%
1999	2,0%	12,6%	29,3%	32,8%	76,6%
2000	2,1%	10,7%	30,0%	33,8%	76,6%
2001	2,2%	12,1%	28,3%	32,3%	74,9%
2002	2,6%	14,6%	27,7%	32,6%	77,5%
2003	3,1%	16,4%	26,8%	32,4%	78,6%
2004	3,7%	14,8%	27,4%	31,6%	77,5%
2005	2,9%	13,2%	28,8%	31,9%	76,8%
2006	2,5%	16,4%	28,9%	32,9%	80,7%
2007	3,1%	16,5%	26,0%	29,9%	75,5%
2008	3,8%	15,2%	24,7%	28,6%	72,3%
2009	3,1%	13,6%	26,4%	29,7%	72,8%
2010	2,9%	15,7%	24,9%	29,0%	72,6%
2011	3,0%	18,9%	23,9%	28,9%	74,8%
2012	3,4%	18,2%	25,0%	29,6%	76,3%
2013	3,5%	16,6%	23,8%	28,1%	72,1%
2014	3,4%	15,4%	23,1%	27,0%	68,9%
2015	3,1%	15,1%	22,8%	27,2%	68,2%
2016	2,8%	16,7%	22,6%	28,1%	70,1%
2017	2,8%	16,6%	22,5%	27,5%	69,4%

Fonte: Cepea/CNA (\*estimativa 2017)

**Figura 5 – Participação Pecuária e seus segmentos no PIB do Agronegócio**

	Ramo Pecuário				Ramo Pecuário (A+B+C+D)
	(A) Insumos	(B) Agropecuária	(C) Indústria	(D) Serviços	
1996	0,6%	3,1%	7,3%	13,8%	24,9%
1997	0,6%	3,4%	7,2%	13,8%	25,0%
1998	0,7%	3,4%	6,9%	13,2%	24,2%
1999	0,8%	3,8%	6,5%	12,4%	23,4%
2000	0,9%	4,5%	6,2%	11,8%	23,4%
2001	0,8%	5,0%	6,5%	12,7%	25,1%
2002	1,1%	4,8%	5,7%	10,9%	22,5%
2003	1,3%	5,3%	5,1%	9,7%	21,4%
2004	1,5%	6,1%	5,3%	9,6%	22,5%
2005	1,5%	5,3%	6,0%	10,4%	23,2%
2006	1,4%	4,4%	5,1%	8,4%	19,3%
2007	1,4%	4,9%	6,5%	11,8%	24,5%
2008	1,5%	7,1%	6,5%	12,6%	27,7%
2009	1,5%	6,5%	6,5%	12,8%	27,2%
2010	1,4%	6,9%	6,3%	12,9%	27,4%
2011	1,6%	6,7%	5,7%	11,3%	25,2%
2012	1,6%	6,0%	5,5%	10,6%	23,7%
2013	1,6%	8,2%	6,0%	12,1%	27,9%
2014	1,6%	9,3%	6,5%	13,7%	31,1%
2015	1,5%	8,8%	6,8%	14,7%	31,8%
2016	1,6%	8,3%	6,3%	13,6%	29,9%
2017	1,5%	8,6%	6,4%	14,0%	30,6%

Fonte: Cepea/CNA (\*estimativa 2017)

Observando os dados é possível identificar que a participação do Ramo Agrícola supera a cooperação do Pecuário em todos os anos analisados (1996 a 2017). Sendo assim, a maior influência no PIB do agronegócio advém do setor agrícola. Pelo critério metodológico do Cepea/Esalq-USP, o PIB do Agronegócio é medido pela ótica do produto, ou seja, Valor Adicionado (VA) total deste setor na economia.

Ademais, avalia-se o VA a preços de mercado (consideram-se os impostos indiretos menos subsídios relacionados aos produtos). Vale também ressaltar que o PIB do Agronegócio brasileiro refere-se, portanto, ao produto gerado de forma sistêmica na produção de insumos para a agropecuária, na produção primária e se estendendo por todas as demais atividades que processam e distribuem o produto ao destino final. A renda, por sua vez, se destina à remuneração dos fatores de produção (terra, capital e trabalho).

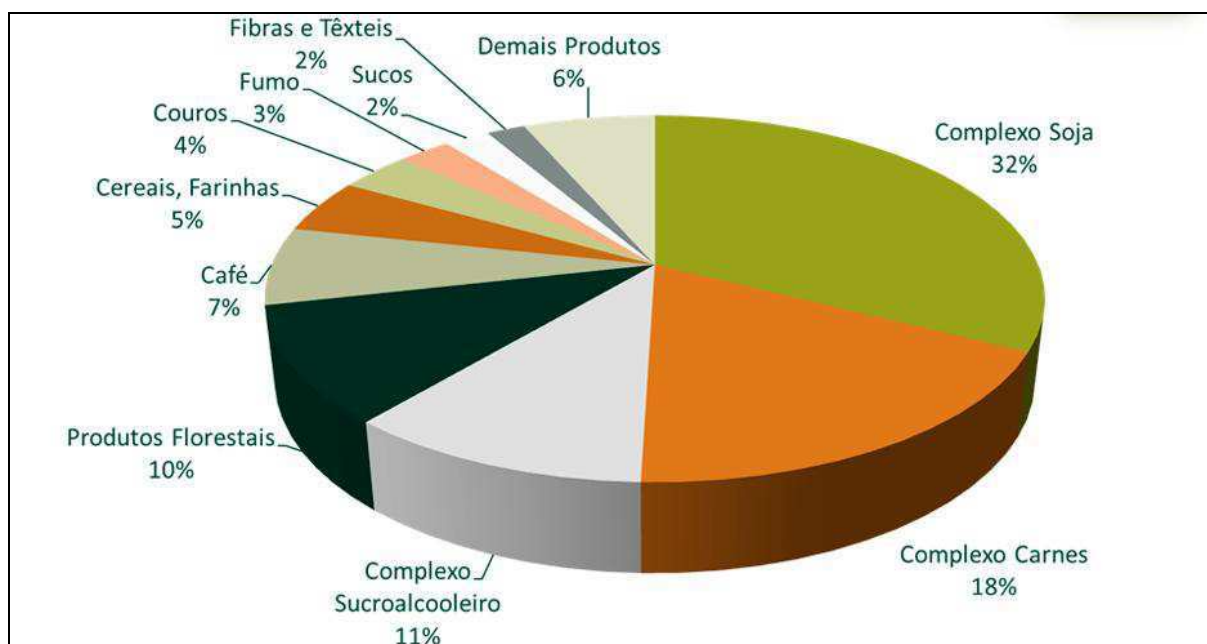
### **2.3 – Principais Produtos de Exportação do Agronegócio Brasileiro**

De acordo com Coelho (2005), o desenvolvimento do agronegócio no Brasil acompanhou o crescimento da produção de grãos, iniciado em larga escala a partir de meados da década de sessenta. Antes, porém, a economia agrícola brasileira era caracterizada pelo predomínio do café e do açúcar.

O notável crescimento da produção de grãos (principalmente da soja) foi a força motriz no processo de transformação do agronegócio brasileiro e seus efeitos dinâmicos foram logo sentidos em toda a economia. Inicialmente surgiu um imenso parque industrial para a extração do óleo e do farelo da soja e outros grãos. A disponibilidade de grande quantidade de farelo de soja e milho permitiu o desenvolvimento de uma moderna e sofisticada estrutura para a produção de suínos, aves e leite, bem como a instalação de grandes frigoríficos e fábricas para a sua industrialização. Foi criado também um sistema eficiente de suprimento de insumos modernos (fertilizantes, defensivos, maquinários agrícolas etc) e uma rede de distribuição que inclui desde as grandes cadeias de supermercados até os pequenos varejistas locais (Coelho, 2005).

A soja é a cultura de exportação com maior demanda no mercado internacional, estimada em 180 milhões de toneladas. Os Estados Unidos ocupam a primeira posição entre os países produtores, respondendo por 78 milhões de toneladas. O Brasil é o segundo maior produtor mundial de soja (Figura 2).

**Figura 6 – Pauta de Exportação Agronegócio - Principais Produtos Jan-Dez/2014**



Fonte: Faculdade CNA, s.d.

Na safra 2003, produziu cerca de 50 milhões de toneladas (SILVA E BERNANDO, 2005).

A geração de tecnologias teria sido um dos fatores fundamentais para que o Brasil aumentasse sua produção de soja, passando a ocupar o segundo lugar entre os maiores produtores de soja do mundo. A evolução do plantio e da produção de soja são bastante acentuadas e rápidas no Brasil: em 1975 a produção brasileira não passava de 10 milhões de toneladas ao ano, mas em 2003, o país já estava produzindo cerca de 50 milhões de toneladas (GUANZIROLI, 2006).

A expansão de área de plantação da soja, implicou em mudança de padrões regionais de localização. Os Estados do Centro-Oeste, que em 1980 tinham 14% da área brasileira ocupada com soja, contra 77% da região Sul, em 1998 passaram a 36%, enquanto que a região Sul diminuiu sua área para apenas 48%. Por sua vez, a soja do Cerrado, que representava 16% da área total plantada em 1980, passou a ocupar 45% em 1998 (BRUM et al, 2005).

Outro produto fundamental na pauta de exportações do agronegócio brasileiro é a cana de açúcar. 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 Herrera et al (2005), as exportações brasileiras de açúcar demonstraram um desempenho marcante durante os anos 90, passando de um volume próximo a 1,7 milhões 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.

Os números do setor na safra 2002/2003 dizem que há no país 324 unidades de usinas que geram um milhão de empregos diretos e três 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 (HERRERA, et al, 2005).

Fora o açúcar propriamente, o Brasil produz o álcool etílico combustível. 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.

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 (GUANZIROLI, 2016).

No Brasil, a região sudeste é a maior produtora de álcool, 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 (CONTINI et al., 2006). Segundo Machado et al (2005), a terceira atividade do agronegócio em ordem de importância é a pecuária bovina. A pecuária nacional, atualmente, é uma das maiores e mais rentáveis atividades do agronegócio brasileiro. Esta atividade participou com R\$ 64,94 bilhões do Produto Interno Bruto (PIB), em 2003.

Além disso, o Brasil possui o maior rebanho do mundo, em termos comerciais, com cerca de 168 milhões de cabeças. Por outro lado, a disponibilidade de terras a baixo custo permitiu expandir a produção, para atender a demanda mundial crescente pelo produto brasileiro. Ademais:

O cenário internacional favorável às exportações brasileiras de carne bovina contribuiu para aumentar a parcela de mercado do país no mercado internacional, mesmo numa época em que as exportações mundiais apresentavam taxas modestas de crescimento. A conquista de novos mercados como Chile, Egito e Rússia mais o aumento do volume negociado para aqueles países com os quais o Brasil já comercializava contribuiu para o enorme crescimento do volume exportado (MACHADO et al, 2005).

No Brasil, a produção de carne bovina teve um aumento de 21,5% no período de 1995 a 2003, passando de seis milhões para 7,3 milhões de toneladas (MACHADO

et al, 2005). O aumento da produção tem possibilitado abastecer o mercado doméstico, reduzindo a dependência das exportações para complementar o abastecimento interno, bem como gerar excedentes exportáveis. O crescimento na produção brasileira de carne se deve a fatores como investimentos em novas tecnologias da genética, sanidade, manejo, gerenciamento e nutrição.

O Brasil que até 1997 ocupava a 6ª posição, atrás da Argentina, tornou-se o terceiro maior exportador mundial em 2001 e ocupa atualmente a primeira posição. Naquele ano, houve uma redução de cerca de 55% nas exportações da Argentina em função dos casos da febre aftosa detectados naquele país. O enorme crescimento das exportações de carne *in natura* (refrigerada e congelada) contribuiu para que o Brasil se tornasse o maior exportador de carne bovina. Esse crescimento se deve, principalmente, à conquista de novos mercados consumidores e ao aumento do volume exportado para os países com os quais o Brasil já comercializava (MACHADO et al, 2005).

As exportações brasileiras de carne bovina enfrentam limitações de acesso ao mercado externo em quase todos os países, relacionadas às barreiras sanitárias e barreiras comerciais não-tarifárias. Apesar disso, o Brasil conseguiu elevar o seu *market share*<sup>3</sup> de 0,92% no período inicial para 8,34% no período final (MACHADO, 2005).

A participação dos produtos agropecuários brasileiros nas exportações totais está representada no Quadro 3, abaixo:

#### **Quadro 1- Participação dos produtos agropecuários brasileiros nas exportações mundiais.**

<b>PRODUTO</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2005</b>	<b>2005</b>
<b>AÇÚCAR</b>			31,86	27,86	34,48	<b>38,7</b>
<b>ALGODÃO</b>		1,19	2,33	1,61	2,92	<b>5,4</b>
<b>SUCO DE LARANJA</b>		81,26	28,73	85,86	84,44	<b>83,02</b>
<b>SOJA</b>						
<b>EM GRÃO</b>		28,78	28,09	32,3	34,8	<b>32,93</b>
<b>FARELO</b>		29,91	29,09	32,13	32,77	<b>35,47</b>
<b>ÓLEO BRUTO</b>		21,35	21,04	26,39	27,91	<b>30,04</b>
<b>CARNES</b>						
<b>BOVINA</b>	8,55	13,18	14,14	18,65	25,05	<b>26,43</b>
<b>DE FRANGO</b>	17,78	21,92	27,42	31,66	39,87	<b>39,88</b>
<b>SUÍNA</b>	<b>5,14</b>	<b>10,46</b>	<b>15,87</b>	<b>14,98</b>	<b>13,97</b>	<b>14,05</b>

Fonte: Contini (2006)

Analisando o Quadro acima, constata-se que as mudanças mais expressivas ocorrem nas carnes bovina, de frango e suína. A participação brasileira no mercado mundial de carne bovina passou de 8,55% em 2000, para 26,43% em 2005. Nesse

<sup>3</sup> MARKET SHARE: Expressão em inglês que significa participação no mercado. É a fatia das vendas de um produto que cada fabricante detém. Um exemplo: se o mercado brasileiro de biscoitos é de 5 bilhões de unidades vendidas e um dos fabricantes participa com 3 bilhões de unidades, então ele tem um *market share* de 60% e é líder deste mercado (SANDRONI, 1998).

período, a carne de frango passou de 17,78% para 39,88%, e a suína passou de 5,14% para 14,05%. Tais dados mostram como o Brasil tornou-se o maior exportador mundial em carne bovina e de frango. Percebe-se que:

O Brasil é um grande produtor, consumidor e exportador de carnes. Em relação à carne bovina, o Brasil é o segundo maior produtor mundial atualmente e seu consumo é o terceiro maior do mundo. Sua liderança ocorre também nas exportações, ocupando, a partir de 2004, a posição de primeiro lugar, com 26,4% das exportações mundiais de carne bovina. Essa posição era até então ocupada pela Austrália. Em relação à carne de frango, o Brasil é o terceiro maior produtor, após Estados Unidos e China, mas é o maior exportador do mundo, estando previsto exportar 2,59 milhões de toneladas de carne de frango em 2005 (CONTINI, 2006).

A comparação do crescimento entre setores, nos últimos anos, mostra que a agropecuária tem sido superior aos setores de indústria e serviços. Esse crescimento reforça a tese de que o agronegócio é o melhor negócio da agricultura.

Dados estatísticos do Produto Interno Bruto (PIB) divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2017, aponta que o crescimento acumulado da Agropecuária no ano foi de 14,5%. De acordo com o Instituto esse resultado da agropecuária reflete, principalmente, a safra de grãos, que se encontra praticamente colhida. Destaca-se um conjunto de produtos agrícolas que vem puxando o crescimento tais como algodão, arroz, cana-de-açúcar, laranja, mandioca, milho, soja e uva. Na pecuária, destaque para suínos e leite.

A participação dos produtos agropecuários brasileiros no mercado internacional deve-se a combinação de vários fatores, tais como desenvolvimento de tecnologia voltada ao clima tropical, ampliação do investimento em novos conhecimentos, disponibilidade de recursos escassos (terras agricultáveis) e sustentação do crescimento da produtividade.

#### **2.4 – Dimensões e Características dos Sistemas Agroindustriais – SAGs**

Os Sistemas Agroindustriais (SAGs) constituem-se em arranjos interorganizacionais constituídos sob uma rede de contratos (formais e informais) legitimados a partir de critérios de produção, transformação e distribuição de produtos que têm sua origem no ambiente agropecuário. Esta característica permite particularizar os SAGs, quando comparados com outros sistemas produtivos, uma vez que a dependência do “rural” implica em integrar variáveis ambientais de baixo controle ao Sistema e, por conseguinte, compreende peculiaridades institucionais. A dependência do espaço rural reflete uma dessas singularidades e condiciona os estudos de SAG a uma análise ao nível de território (seja esta, num contexto micro, meso ou macro). O certo é

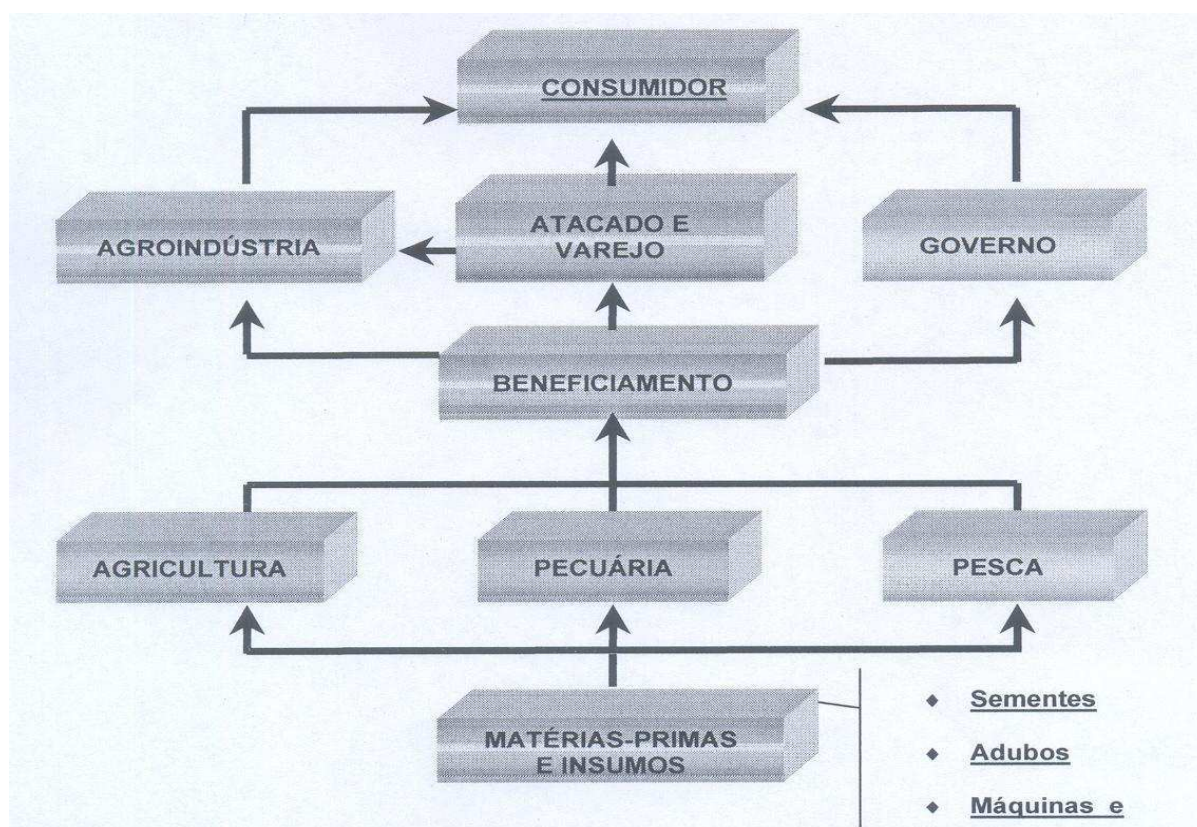


que a compreensão sobre a eficiência, a competitividade ou alguma outra característica social, política ou econômica de um determinado SAG, passa pela identificação das peculiaridades inerentes ao território (ou territórios) em que os atores que o compõem atuam e pelas instituições que determinam sua existência e o seu funcionamento (BRISOLA e GUIMARÃES, 2015).

Segundo Zylberzatajn et al. (2000), os sistemas agroindustriais (SAGs), modificam-se ao longo do tempo. Sua estrutura está condicionada aos seus agentes. Tais modificações podem ocorrer por intervenção externa ou por mudanças tecnológicas.

Os SAGs são compostos pelos agentes (que se relacionam entre si), pelos setores de produção, pelas organizações de apoio e pelo ambiente institucional, conforme figura 3, abaixo:

**Figura 7 – Segmentos formadores dos agronegócios**



Fonte: Mendonça (2005)

Ainda segundo Zylberzatajn et al. (2000), os agentes do SAG apresentam algumas características próprias e que sejam enumeradas para um melhor entendimento da dimensão que possui o referido sistema. São elas:

I - Consumidor: constitui o ponto focal para onde converge o fluxo dos produtos do SAG. É ele que adquire o produtor final do SAG para satisfazer suas necessidades alimentares. Seus hábitos, mudaram com o processo de globalização e por isso, o produto que lhe é oferecido deve ter boa qualidade.

II - O varejo de alimento: No mundo atual, o varejo de alimentos passa por grandes mudanças. Dá-se, uma grande importância aos aspectos da qualidade e essas mudanças acentuaram-se a partir da década de 1990.

III - O atacado: As transformações que afetam os sistemas produtivos também chegam ao setor da grande distribuição, ou seja, ao varejo.

IV - A agroindústria: Esse segmento lida com o seu cliente (agente distribuidor), objetivando um melhor espaço para expor seus produtos.

V - A produção primária: representa o segmento onde ocorrem os mais variados conflitos nos agronegócios. Tais conflitos são frutos das rápidas mudanças pelas quais passam os SAGs no mundo atual.

Mediante o apresentado no Capítulo II deste trabalho, nota-se o aperfeiçoamento e oportunidade inovadoras de negócios que o mercado mundial oferecerá ao agronegócio brasileiro tornando o setor permanente e concreto para incremento econômico produtivo. Em geral, a indústria de alimentos – segmento importante do agronegócio brasileiro – apresenta mudanças mais favoráveis na presença de economias de escala do que na presença de retornos constantes e viáveis.

Além das ações específicas para cada produto do agronegócio brasileiro, existe a necessidade de se convencer os produtores a se organizarem para enfrentar os desafios da qualidade e produtividade que existem nos mercados externos, e mais ainda, para atingir uma escala comercial de acordo como os padrões internacionais.

Viu-se também que a razão principal do modesto desempenho brasileiro na área de exportações do agronegócio é devido aos produtos não serem motivados a exportar, pois com um largo mercado interno, pouco exigente e lucrativo. Em síntese, considerando que as tendências crescentes dos produtos do agronegócio brasileiro, pode-se afirmar que o crescimento econômico para o setor no país, onde se apresenta perspectivas e resultados promissores.

## CONCLUSÃO

Diante do exposto sobre o Agronegócio vê-se que há uma perspectiva positiva quanto ao cenário nacional, uma vez que, o setor tem-se mostrado representativo no como segmento relevante na geração de divisas e emprego. Viu-se, também, que a globalização tem tornado o setor cada vez mais inovador com exigências de certo grau de conhecimento tecnológico, especificidades no processo produtivo, investimentos iniciais em pesquisa e desenvolvimento, aquisição de experiência no processo produtivo, especialização produtiva por produto e ganhos advindos de melhoria no equipamento, insumos e maquinário produtivo.

Quanto às dificuldades notou-se que mesmo assimilando que o Brasil é um país rico em biodiversidade, considerado também celeiro mundial de alimentos e que tem se destacado no cenário internacional pelas pesquisas e desenvolvimento de produtos no campo da engenharia genética e genômica, o segmento do agronegócio apresenta entraves como a falta de políticas de investimento nacional.

E sobre a participação do Agronegócio no PIB brasileiro viu-se a importância dos Ramos Agrícola e Pecuário que são fundamentais para a impulsão do Produto Interno Bruto nacional, levando em consideração um conjunto de produtos agrícolas que vem puxando o crescimento tais como algodão, arroz, cana-de-açúcar, laranja, mandioca, milho, soja e uva. Na pecuária, destaque para suínos e leite.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Massilon M.; **Fundamentos de agronegócios**. São Paulo: editora Atlas, 2013.

BAER, Wernner. **Economia brasileira**. 4 ed. São Paulo: Nobel, 1995.

BARROS, G. S.A. C.; SILVA, A.F. Produtividade da agricultura e transferência de renda no Brasil. In: MATTOS, L.B; TEIXEIRA, E.C.; FONTES, R. M. O. (Org.). **Políticas Públicas & Desenvolvimento**. Ed. VIÇOSA MG: UFV, 2011, v. I, p. 305-328.

BATALHA, M. O; SILVA, A. L. **Gerenciamento de sistemas agroindustriais: definições, especificidades e correntes metodológicas**. In: BATALHA, M. O. (Coord.) **Gestão agroindustrial: GEPAI: Grupo de estudos e pesquisas agroindustriais** – 3. ed. – São Paulo: Atlas, 2007. p. 1-60.

BELIK, W. **O financiamento da agropecuária brasileira no período recente. Texto para discussão, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Brasília**. Nº 2028. Rio de Janeiro: Ipea, 2015.

BRISOLA, M., V. GUIMARÃES M., C. Instituições, Território e Sistemas Agroindustriais: uma proposta de análise históricocomparativa. **REVISTA DE ESTUDOS E PESQUISAS SOBRE AS AMÉRICAS**. V.9. N.1. ISSN 1984-1639. 2015.

BRUM, A. (et al). **A economia mundial da soja: impactos na cadeia produtiva da oleaginosa no Rio Grande do Sul 1970-2000**. In: XLIII Congresso da SOBER. São Paulo: SOBER, 2005.

COELHO, Carlos Nayro. **Os caminhos do agronegócio brasileiro**. São Paulo: FGV, 2005.

CONTINI, Elísio et al. **Projeção do agronegócio: Brasil**. Brasília: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, 2006.

FERRAZ, J. C.; KUPFER, D.; HAGUENAUER, L. **Made in Brazil: desafios competitivos para a indústria.** Rio de Janeiro: Editora Campus, 1997.

GASQUES, J. G.; BASTOS, E. T.; VALDES, C.; BACHHI, M. Produtividade e crescimento – Algumas comparações. In: ALVES, E.R.A.; SOUZA, G.S.; GOMES, E.G. (Org.) **Contribuição da Embrapa para o desenvolvimento da agricultura no Brasil.** Brasília, DF: Embrapa, 2013.

GILIO, L.; SILVA, A. F.; BARROS, G. S.; FACHINELLO, A. L.; CASTRO, N.R.; O agronegócio em Minas Gerais: evolução do Produto Interno Bruto entre 2004 e 2015. **Revista de Economia e Agronegócio**, VOL.14, Nº 1,2 E 3. 2016.

GUANZIROLI, Carlos Enrique. **Agronegócio no Brasil: perspectivas e limitações.** Universidade Federal Fluminense/Faculdade de Economia, 2016.

GUERREIRO, L., F., MATTA, J., P., R., MACÊDO, W. **Agroindústria na Bahia: Diagnóstico e Perspectivas da Cadeia Produtiva.** Estudo Setorial 03/02, nov. 2002.

GURGEL, A. C.; CAMPOS, A. C.; Alternativas de políticas comerciais para o agronegócio brasileiro sob diferentes pressuposições de retornos à escala. **Revista de economia e agronegócio - REA**, vol.1, Nº 2, 2015.

HEREDIA, B; PALMEIRA, M; LEITE, S., P. Sociedade e Economia do “Agronegócio” no Brasil. **REVISTA BRASILEIRA DE CIÊNCIAS SOCIAIS.** VOL. 25. Nº74. 2010.

HERRERA, Vânia Érica. **A competitividade da agroindústria sucroalcooleira do Brasil e o Mercado Internacional: barreiras e oportunidades.** São Paulo: SOBER, 2005.

HOFFMANN, Ângela (et al). **Agricultura e políticas públicas.** Brasília: CNPq/EMBRAPA, 2005.

HUTT, M., D.; SPEH, T., W. **B2B: Gestão de Marketing em Mercados Industriais e Organizacionais**. Trad. Angela T. Nery – São Paulo: Cengage Learning, 2010.

IANNI, O. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1995.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Agroindústria cresce 1,6% em 2003 e a indústria em geral tem crescimento de 0,3%. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/13022004agroindhtml.shtm>>. Acesso: 20 de abr. de 2017.

IGLECIAS, Carlos. **Agronegócio na economia brasileira**. São Paulo: FUNDAP, 2005.

KAVESKI, I. D. S.; HALL, R. J.; DEGENHART, L.; HEIN, N.; Determinantes da estrutura de capital das empresas brasileiras de capital aberto do agronegócio: um estudo a luz das teorias *trade off* e *pecking order*. **E&G Economia e Gestão**, Belo Horizonte, v. 15, n. 41, Out./Dez. 2015.

LAS CASAS, Alexandre L. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

LAS CASAS, A. L.; BACHA, R. A.; CARVALHO, C. M. E.; O Agronegócio e o Marketing Rural no Estado de Mato Grosso do Sul. *História e Perspectivas*, Uberlândia (55): 271-289, jul./dez. 2016.

LEVY, A. R. **Estratégia em ação**. São Paulo: Atlas, 1990. P. 19.

MACHADO, Amaury (et al). **Agronegócio brasileiro**. São Paulo: Atlas, 2005.

MACHADO, M., D; LIMA FILHO, D., de O. **Ferramentas de Marketing no Processo de Inovação de Produtos Agroindustriais**. **Agronegócios: Gestão e Inovação**. São Paulo: Saraiva, 2006.

MAPA. Plano Agrícola e Pecuário 2011- 2012 / **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. Secretaria de Política Agrícola. – Brasília: Mapa/SPA, pág. 92. ISSN 1982-4033, 2011.

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Projeções do Agronegócio Brasil 2012/13 a 2022/23**. Assessoria De Gestão Estratégica Brasília, Jun.2013. Disponível em < <http://www.agricultura.gov.br/>>. Acesso em 10 de abr. de 2017.

MENDONÇA, M. R.; **Produtividade da agricultura no Brasil: mensuração e crescimento**. Brasília, IPEA, 2005.

MONTOYA, M. A.; PASQUAL, C.A. LOPES, R. L.; GUILHOTO, J. J. M.; Dimensão Econômica e Ambiental do Agronegócio Brasileiro na Década de 2000: Uma Análise Insumo-Produto da Renda, do Consumo e Energia e das Emissões de Dióxido de Carbono por Fonte de Energia. **TD Nereus 04-2014** São Paulo 2014.

MOUTINHO, L. M. G.; CAMPOS, M. J. C. **Globalização e competitividade da indústria têxtil da Paraíba e do nordeste: um estudo comparativo**. 2000. Disponível in:[http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/50520F4A2EADB49B0325701200528F84/\\$File/NT000A89DE.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/50520F4A2EADB49B0325701200528F84/$File/NT000A89DE.pdf) . Acesso em:10/11/2017.

NASSAR, R.; JANK, P. M. **Competitividade no agronegócio**. In: ZYLBERSZTAJN, Décio (et al.). **Cadeias agroalimentares**. São Paulo: Atlas, 2000.

NEVES, Marcos Favas. Introdução ao Marketing, Networks e Agronegócios. In: NEVES, M., F; E CASTRO, L., T. (Orgs.). **Marketing e Estratégia em Agronegócios e Alimentos**. São Paulo: Atlas, 2003.

PERRÉ, José Luiz; GUILHOTO, Joaquim José Martins. **A importância econômica do agronegócio para a região sul do Brasil**. Florianópolis: UFSC, 2011.

SILVA, S.; BERNARDO, D.; **Estimativa da função de produção de soja no Brasil no período de 1994 a 2003**. São Paulo: SOBER, 2005.

PORTER, M. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Rio de Janeiro. Campos, 1989.

SERGIO PEREIRA LEITE, S. P.; WESZ JUNIOR, V. J.; Estado, políticas públicas e agronegócio no Brasil: Revisitando o papel do crédito rural. **R. Pós Ci. Soc.** v.11, n.22, jul/dez. 2014.

SILVA, C., L., da. Competitividade: mais que um objetivo, uma necessidade. **Revista FAEBUSINESS**, n. 1, p. 1-3, nov., 2001.

SILVA, G. J. C.; SOUZA, E. C.; MARTINS, H. E. P. Produção agropecuária em municípios de Minas Gerais (1996-2006): padrões de distribuição, especialização e associação espacial. **Revista Brasileira de Economia e Sociologia Rural**, Brasília, v. 50, n. 2, p. 333-350, 2012.

TEIXEIRA, G., **O agronegócio é ‘negócio’ para o Brasil?** Disponível em:<<http://www.reformaagrariaemdados.org.br>>. Acesso em: 23/05/2018. Brasília, fevereiro de 2013.

TEJON, José Luiz; XAVIER, Coriolano. **Marketing & Agronegócio: A nova geração – diálogo com a sociedade**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

VILCKAS, Mariângela; NANTES, José Flávio Diniz. **Planejamento e Agregação de Valor nos Empreendimentos Rurais**. Agronegócios: Gestão e Inovação. São Paulo: Saraiva, 2006.

ZYLBERSZTAJN, Décio (et al.). **Cadeias agroalimentares**. São Paulo: Atlas, 2000.