

## Preço do etanol

# Oferta rígida e demanda não tão *flex*

**A** PESAR DE os brasileiros já estarem acostumados com as oscilações de preços do etanol nas bombas, 2011 pode ser considerado um ano atípico. O aumento de preços atingiu níveis recordes, suscitando revolta nos consumidores e dúvidas, por parte do governo, sobre o marco regulatório que orienta o setor desde 1990. Além dos prejuízos causados aos consumidores brasileiros, do ponto de vista comercial, a falta do etanol no mercado doméstico reduz a confiança de países que consideram a possibilidade de adotar esta tecnologia, já que o Brasil é a única nação com um mercado de etanol em larga escala já desenvolvido, além de um dos principais fornecedores deste produto no mercado internacional. Neste sentido, essa desorganização no mercado doméstico pode criar sérios prejuízos a exportações futuras deste produto.

No acalorado debate que vem ocorrendo nas últimas semanas, muito ruído se observa em relação à causa da disparidade de preços nas bombas. A imprensa e até mesmo o governo parecem ter comprado o argumento de que as melhores condições no mercado internacional de açúcar teriam sido responsáveis pelo redirecionamento da produção, reduzindo a oferta de álcool no mercado. Apesar de as plantas industriais permitirem essa possibilidade, existem limites tecnológicos que enfraquecem esta tese, já que a margem de flexibilidade não permitiria explicar a magnitude da queda na oferta. Ainda assim, a possibilidade de se exercer o controle sobre as exportações de açúcar por meio de taxações e cotas vem sendo cogitada em Brasília. A experiência internacional, vide nossa vizinha Argentina, demonstrou o quão complexas e arriscadas são as políticas nesta direção.

O setor sucroalcooleiro, por meio da União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Unica), busca demonstrar a “excepciona-

lidade” do momento, em que as condições climáticas de 2010 teriam comprometido a safra do presente ano. Nesta linha de raciocínio, argumenta-se que o impacto sobre a oferta, graças à quebra de safra, teria sido muito superior à redução da produção em função da maior produção de açúcar. Adicionalmente, sustenta-se a ideia de que a principal explicação para esta dificuldade em atender ao mercado nacional estaria relacionada com a diminuição dos investimentos para expansão da capacidade produtiva do setor sucroalcooleiro. Desde a crise financeira de 2008, a disponibilidade de recursos para investimentos em novas usinas se reduziu, ao mesmo tempo em que a demanda cresceu, por causa do maior número de carros *flex*.

Mesmo que todos os argumentos acima mencionados façam sentido, permitindo explicar a menor oferta de etanol este ano, uma dúvida ainda aflige os analistas que buscam explicar o pico de preços observado nos últimos meses: se a maior parte da frota de veículos automotivos que utilizam etanol é *flex*, dando ao consumidor a opção de migrar para gasolina quando os preços ultrapassarem certo nível, por que a demanda por este produto não caiu na mesma proporção e os preços continuaram subindo? Caso esse ajuste ocorresse de forma tão automática quanto supunha-se, a redução na demanda de etanol quando os preços ultrapassaram os 70% da gasolina deveria ter reduzido a pressão e, de certa forma, ajustado o mercado. Assim, levanta-se a dúvida de se o mercado de combustíveis brasileiro é tão *flex* como a tecnologia automotiva sugere.

Pesquisa recente conduzida pelo Prof. Alberto Salvo, da Kellogg School of Management (Northwestern University - EUA), em coautoria com o Prof. Cristian Huse, da Stockholm School of Economics, buscou evidências de como os



SXC.HU

consumidores brasileiros tomam suas decisões nos postos de combustíveis. Foram considerados pelo menos 20 postos localizados em cada uma de seis capitais brasileiras (São Paulo, Curitiba, Recife, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Belo Horizonte). Após a escolha do combustível, os consumidores eram abordados e convidados a responder perguntas relativas ao seu perfil socioeconômico e aos atributos considerados na escolha dos combustíveis. Aproveitando a elevação dos preços do etanol na entressafra de 2010, os pesquisadores puderam comparar o comportamento dos consumidores, quando a vantagem de preço estava a favor ou contra o álcool, e ainda relacionar como estas diferenças se alinhavam com o perfil dos consumidores.

Os resultados indicam a existência de um grande contingente de proprietários de carros *flex* que não seguiu o comportamento esperado. Mesmo quando o preço do etanol ultrapassava em 20% a “linha de indiferença”, 20% dos consumidores se mantiveram consumindo etanol e, da

mesma forma, 20% dos entrevistados se mantiveram consumindo gasolina mesmo quando o etanol era substancialmente mais vantajoso por quilômetro rodado. Em outras palavras, para 40% dos consumidores ouvidos, o preço não era o único determinante do combustível escolhido. Quanto aos demais atributos, observou-se maior tendência a abastecer com a gasolina entre os consumidores que se revelaram preocupados com o efeito que o combustível teria sobre a vida útil dos motores. Já aqueles que revelaram preocupação com o meio ambiente tendem a utilizar mais o etanol. A pesquisa tam-

bém revelou que os consumidores com maior tendência ao etanol eram majoritariamente jovens, com ensino superior completo e vivendo em regiões próximas à produção do combustível.

Tais evidências demonstram que, para um grupo considerável de consumidores, a gasolina e o etanol não são substitutos perfeitos, sendo que a diferença de preço tem de ultrapassar a linha dos “reais por quilometro” para fazê-los alterar sua opção de consumo. Dessa forma, cria-se certa rigidez neste mercado, o que reduziria os efeitos do ajustamento que a tecnologia *flex* permite. Uma explicação para

isto estaria nas campanhas realizadas pelo setor sucroalcooleiro brasileiro, em que o etanol é apontado como uma solução verde. Outra possível razão poderia estar no fato de este produto representar uma solução brasileira, gerando empregos e renda no País. O fato de consumidores em regiões produtoras apresentarem maior tendência a consumir este produto corrobora esta tese. Mas independentemente do motivo, fica claro que a flexibilidade parece estar bem mais nos motores que nas preferências e percepções (inclusive sobre preços efetivos) dos consumidores brasileiros. ■

## A logística reversa que é exemplo para o mundo

Desde que entrou em funcionamento há nove anos, o Sistema Campo Limpo (programa de destinação das embalagens vazias de defensivos agrícolas) já retirou do meio ambiente mais de 170 mil toneladas de embalagens vazias do campo, ou 94% das embalagens plásticas comercializadas em todo país. A união desse setor (agricultores, canais de distribuição e cooperativas agrícolas, fabricantes, com apoio do poder público), por meio de responsabilidades compartilhadas e de um objetivo comum, serve de exemplo para outras cadeias, gera orgulho a todos os participantes e alçou o Brasil ao posto de referência mundial no assunto.

### Conheça a ecoeficiência\*

(impacto econômico e ambiental) da criação do Sistema Campo Limpo:

Consumo de energia

**3 vezes menor**

Consumo dos recursos naturais

**3 vezes menor**

Produção de resíduos / rejeitos

**7 vezes menor**

CO<sub>2</sub> equivalente

**164.000 t não emitidas**

Geração de empregos

**8 vezes maior**

\* Estudo realizado pela Fundação Espaço Eco em 2009.



inpev.org.br

Instituto Nacional de Processamento de Embalagens Vazias



inpev