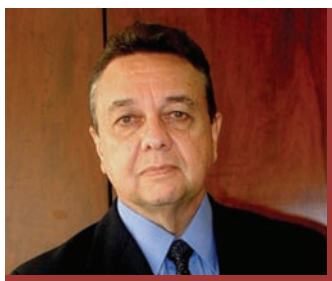


## Diário de bordo

## Mercado para biocombustíveis



Roberto Rodrigues\*

**A** ONDA dos biocombustíveis vem crescendo no mundo inteiro. Todos os dias acontecem novos seminários, exposições e debates sobre o tema, em todos os continentes. Talvez, devido à quantidade dos eventos, não seja possível levar a todos eles os especialistas competentes e que de fato conhecem o setor da agroenergia, de modo que acabam sendo ouvidas pessoas nem sempre bem informadas ou, às vezes, preconceituosas em relação à temática. E a confusão cresce, em vez de se levar ao esclarecimento.

Nada é mais repetitivo que o falso dilema da disputa biocombustível x alimentos, e não há argumentação numérica, técnica ou científica que demova os neo-malthusianos crentes na fome por causa do etanol e do biodiesel. As pessoas fazem contas sobre o futuro olhando para o passado. Avaliam que vai faltar comida com base em níveis de produtividade estáticos, como se a inovação tecnológica não existisse.

Esquecem-se de exemplos recentes que mostram exatamente o contrário. Só no caso brasileiro, os dados são suficientes para desmontar o argumento: nos últimos 15 anos, a área plantada com grãos no Brasil cresceu 21% enquanto a produtividade aumentou 119%. No caso das carnes, o número é ainda mais impressionante: em 12 anos a produção de carne suína cresceu 113% e a de frango 170%!

Isso demonstra a enorme capacidade de aumentar a oferta de alimentos no futuro, inclusive com o uso de novas tecnologias, como a transgenia.

De outro lado, a produtividade do etanol por hectare também dobrará em função de avanços tecnológicos. E finalmente, haverá produção de alimentos nas áreas de renovação da cana onde antes só havia pastagens. Portanto, não há e nem haverá no longo prazo o problema da concorrência entre alimentos e biocombustíveis.

Outras questões recorrentes nos referidos eventos – como a plantação de cana na floresta amazônica (absurdo agrônomico), ou a questão ambiental da monocultura – já estão todas equacionadas.

Na verdade, o grande problema em relação aos biocombustíveis é a criação de um efetivo mercado mundial. Ainda não existe este mercado. E para que exista, para que o etanol se transforme em uma *commodity* de fato, é fundamental que mais países produzam para exportar, que haja políticas para estocagem e investimentos em logística. Não haverá uma *commodity* se só houver um país exportando-a. Ninguém trocará a dependência do petróleo pela do álcool. Também é necessário padronizar o produto.

Esse é o grande tema a ser perseguido, além da relevante questão do aquecimento global: tem muita gente investindo na produção, contando com um mercado que precisa ser estabelecido.

É por isso que o entendimento entre Brasil e Estados Unidos para construir destilarias na América Central e no Caribe é bem-vindo. Mas é pouco. Precisamos de muito mais, como acordos com países europeus para investimentos na África, e com o Japão para projetos na Ásia. E isso não é apenas um trabalho para governos. É muito mais uma ação do setor privado, que ganhará em todas as frentes: na comoditização, na exportação do etanol, na exportação de usinas completas, de tecnologia, de *know-how*, e de inteligência. É aí que não dá mais para perder tempo. ■

\* Coordenador do Centro de Agronegócio da FGV, presidente do Conselho Superior de Agronegócio da Fiesp e professor de Economia Rural da Unesp/Jaboticabal

## Produzir

## Impactos do câmbio



Cesário Ramalho da Silva\*

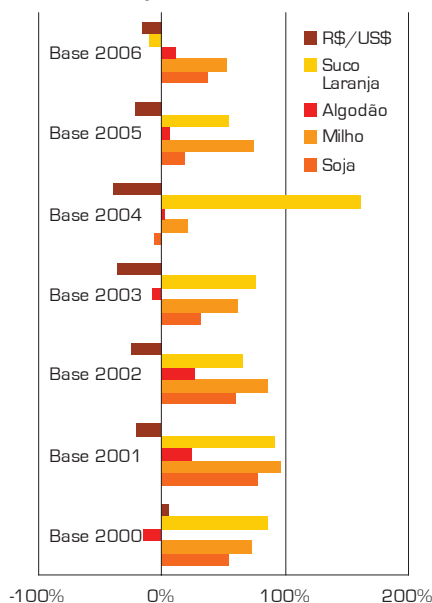
**A** POLÍTICA cambial vigente detriora a competitividade da agropecuária brasileira, com impacto negativo direto na renda do produtor rural. A valorização do real é duplamente punitiva para os setores produtivos. Encarece os produtos nacionais em moedas estrangeiras e reduz a margem de rentabilidade dos agentes produtivos.

Desde o início deste ano o câmbio já sofreu valorização acumulada de 10,97%. A tendência não é a interrupção deste processo. Os saldos comerciais do país continuam elevados, e a taxa de juros interna mais elevada atrai capital internacional. A oferta de dólar é intensa e o real se valoriza.

É interessante fazer uma comparação do vai-e-vem das cotações das *commodities* agrícolas importantes no mercado internacional, junto com o sobe-e-desce cambial entre 2000 e 2006. O processo, no acumulado do período, mostra um declínio na renda dos produtores. O caso do suco de laranja, em 2004, é uma exceção, pois decorreu dos problemas climáticos nos Estados Unidos.

Soma-se a isso um cálculo que aponta elevação de 103% nos custos agregados do produtor rural diante de um aumento de receita bem menor, de apenas 72% entre 2000 e 2006. Com base nesses números o fato é que a agropecuária da *perreira para dentro* tem argumentos sólidos

## Opinião

*Fair trade*Variação cambial versus  
variação de preço

Fonte: Cbot/Nyse/Ipeadata

para questionar a atual política cambial. A relação de troca para o produtor rural piorou significativamente.

A política monetária do País, guiada pelo Comitê de Política Monetária (Copom) do Bacen, tem de ser rediscutida. Há ainda a infra-estrutura logística deficitária e o seguro incipiente como outros dois vilões para a competitividade do setor agropecuário. Algo precisa ser feito antes que os produtores rurais sacrifiquem seu patrimônio.

Para contribuir para reversão desse cenário, a SRB iniciou um esforço que avança em direção a uma audiência pública na Comissão de Agricultura, Pecuária, Abastecimento e Desenvolvimento Rural da Câmara dos Deputados, que irá debater, em agosto, os efeitos da política cambial na agropecuária. Sintam-se convidados a participar. ■



João Sampaio\*

**I**NICIADO HÁ mais de 50 anos, o movimento de *fair trade* (comércio justo), de acordo com a definição clássica dada pela Federação Internacional de Comércio Alternativo, constitui uma parceria comercial baseada em diálogo, transparência e respeito, de modo a assegurar melhores condições de comercialização e dos direitos dos trabalhadores.

No papel, parece até redundante registrar o estabelecimento das transações de compra e venda de produtos nessas bases. Mas, quando envolvemos competitividade e a procura incessante por ganhos, certas obviedades se transformam em variáveis.

Nascida entre os países desenvolvidos, a vigilância na compra de uma produção, seja de relações justas entre produtores e trabalhadores como de equilíbrio na cadeia produtiva, começa a fazer parte das restrições e demandas de muitos consumidores. Produtos socialmente justos e ambientalmente limpos se tornam condição fundamental para o consumo. O problema surge quando aquilo que parece ser uma conscientização maciça das populações, também pode ter efeito contrário e produzir injustiças para aqueles que produzem.

Na prática, a primeira dificuldade é definir exatamente o *fair trade*. Enquanto as nações desenvolvidas do continente europeu, Japão e Estados Unidos subsidiam seus produtores, elas impõem taxas de

importação para países como o Brasil ou países do sudeste asiático e africano. Não dá para concorrer em pé de igualdade se o nosso produto enfrenta um subsídio de US\$ 1 bilhão gastos por dia para os países ricos manterem a sua competitividade.

Chega a ser até paradoxal os mesmos países subsidiarem pesadamente a sua produção e serem os maiores consumidores dos produtos com selo *fair trade*.

E mais, quando levamos nossas reclamações à Organização Mundial do Comércio, como no caso do painel do algodão, ganhamos mas não levamos. Não houve suspensão dos subsídios e nem ressarcimento aos cotonicultores brasileiros.

Entretanto, criticar as relações injustas entre os países competidores e os produtores brasileiros fica até inadequado quando o *fair trade* ainda é uma palavra estrangeira aos ouvidos de certos segmentos da cadeia produtiva. A transparência comercial, a transferência de informações do mercado para os produtores, assim como a garantia do preço mínimo para o produto, não acontecem em muitos produtos.

Considere-se a eterna disputa entre os citricultores e a indústria da laranja, entre os pecuaristas e os frigoríficos. Os foros reguladores dentro das cadeias precisam

funcionar e os números devem ser transparentes. Se o comércio justo não ocorre nem dentro da nossa própria casa, como podemos imaginar que funcione no comércio internacional?

Neste momento em que o Brasil desponta como o maior fornecedor de combustíveis alternativos e renováveis do mundo, a aplicabilidade do conceito de *fair trade* surge na boca de todos quando se fala em agroenergia. Mostrar aos nossos potenciais compradores que produzimos dentro das regras e, mais que isso, seguirmos efetivamente dentro dos parâmetros de comércio justo é indispensável. ■

\* Secretário de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. Ex-presidente da Sociedade Rural Brasileira

\* Presidente da Sociedade Rural Brasileira (SRB)