

COMÉRCIO INTERNACIONAL DE CARNE BOVINA

Anderson Barbosa¹

Heloisa Helena de Almeida Portugal²

RESUMO: Os subsídios à agricultura tem por efeito direto a transferência de renda dos contribuintes em geral para os fazendeiros. A justificção para esta transferência e os seus efeitos são complexos e muitas vezes controversa. Alguns críticos e defensores da Organização Mundial do Comércio têm observado que os subsídios à exportação, através da redução do preço das commodities, pode fornecer comida barata para os consumidores nos países em desenvolvimento. Mas os preços baixos também são considerados prejudiciais aos agricultores que não recebem o subsídio. Porque é geralmente os países ricos que podem pagar os subsídios domésticos, os críticos argumentam que promovem a pobreza nos países em desenvolvimento por artificialmente derrubando os preços das culturas do mundo.

Palavras-Chave: Carne Bovina. Subsídios. Commodities.

INTRODUÇÃO

Agronegócio, também conhecido por agribusiness, é uma conexão comercial e industrial cercada por um conjunto de negócios ligados a agricultura dentro da visão economica.

Os agronegócios estão presos em um ciclo que se forma através de insumos, da produção, do processamento, da distribuição e do cliente.

¹ Autor e Discente do 5º Ano de Direito do CESD, e-mail: andersonjosebarbosa@hotmail.com

² Professora orientadora do trabalho.

- Insumos – esta relacionado a matéria-prima e mão-de-obra, é onde ocorre uma combinação destes fatores para que a elaboração de certa quantidade de bens ou de serviços, a principal parte dos insumos esta ligada a produção na “roça”, isto é, eles são as sementes, os defensivos, adubos, maquinário, combustível e mão de obra especifica.

- Produção – se liga ao agropecuarista, especificamente ao seu trabalho que esta no cultivo do solo e a criação de animais, isto simultaneamente ou escolha por um dos dois, o que não é regra. Este trabalho nada tem haver com o tamanho da área de produção ou seu método de produção, e visa a obtenção de bens de consumo.

- Processamento – refere-se ao beneficiamento o produto, transformando-os em subprodutos, que podem ser próprios para consumo humano ou animal, como o beneficiamento do leite, queijos, carnes, imbutidos etc ou podem ser bens de consumo.

- Distribuição – é caracterizada pelo transporte, processamento e distribuição dos bens produzidos no campo e seus subprodutos.

- Clientes – é o que consome os produtos, que saem do campo, sejam eles processados ou in natura.

O agronegócio esta diretamente ligado a produção de alimentos, que engloba toda a produção de alimentos, que são utilizadas para a consumo humano ou animal, fornecendo assim energia vital para seu crescimento e desenvolvimento e reprodução, e estas são estão ligadas por sua vez com industrias de beneficiamento, como o frigorifico, o laticinio, industria de óleo, empacotadoras, empresas de ração e distribuidores de grãos. Ainda tem-se os produtores que se dividem em tipos, como os de pequenas e medias áreas de produção e as grande áreas.

Nas pequenas e medias áreas de produção do Brasil, os produtos também são chamados de minifundiários, pois possuem propriedades e pequeno porte rural, e só produzem em pequena escala para poucas pessoas, sendo que normalmente o recurso financeiro que eles possuem é pequeno. Normalmente estes produtores tem pouco ou quase nenhum recurso

financeiro para incrementar o processo produtivo. Um dado interessante é que no Brasil, o que predomina deste tipo de minifúndios é a agricultura familiar. Já nas grandes áreas, os proprietários ou aqueles que arrendam porções grandes de terra, também são conhecidos como latifundiários, e sua cultura normalmente se caracteriza através da monocultura, ou seja a produção de determinada cultura, que são consideradas produtos de commodities.

O Comércio Internacional de Carne Bovina é um campo fértil para estudos dos mais variados. Um local onde se misturam áreas diversas. Procura-se compreender melhor que apenas através de uma abordagem multi e interdisciplinar, existe a possibilidade de que sejam esclarecidas algumas das muitas questões pertinentes ao tema. Este tipo de trabalho certamente vai trazer benefícios para o estudo de novas alternativas e, podem surgir inúmeras aplicações práticas destes estudos.

A investigação se esgota na pesquisa bibliográfica e documental para a coleta do conhecimento temático, na forma de: legislação, as teses e ou monografias que tratam de assuntos conexos ou análogos, os estudos ou obras importantes, as bibliografias sistemáticas ou críticas substanciais contidas em certos revistas especializadas, as fontes jornalísticas e a internet. O principal objetivo dessa pesquisa é contribuir para identificar a zona semântica onde ocorrem as conexões político-econômicas relacionadas ao tema.

As fontes de informação usadas serão as bases de dados em formatos digitais on line (bases referenciais e full text). Para a análise do repertório foi eleito o critério qualitativo como forma de explorar o assunto.

1 IMPACTO DOS SUBSÍDIOS

Os subsídios à agricultura tem por efeito direto a transferência de renda dos contribuintes em geral para os fazendeiros. A justificação para esta transferência e os seus efeitos são complexos e muitas vezes controversa.

2 OS PREÇOS GLOBAIS DOS ALIMENTOS E DO COMÉRCIO INTERNACIONAL

Observa-se que os subsídios à exportação, através da redução do preço das commodities, podem fornecer comida barata para os consumidores nos países em desenvolvimento.

Mas os preços baixos também são considerados prejudiciais aos agricultores que não recebem o subsídio. Porque é geralmente os países ricos que podem pagar os subsídios domésticos, os críticos argumentam que promovem a pobreza nos países em desenvolvimento por artificialmente derrubando os preços das culturas do mundo.

Para Cassel (2002, p.24), a agricultura é uma das poucas áreas onde os países em desenvolvimento têm vantagens comparativas, mas os baixos preços incentivam os países em desenvolvimento a ser compradores dependentes de alimentos provenientes de países ricos.

Assim, os agricultores locais, em vez de melhorar a agricultura e a auto-suficiência econômica de seu país de origem, são forçados a sair do mercado e talvez até de suas terras. Os subsídios agrícolas frequentemente são uma pedra de tropeço nas negociações comerciais. (CASSEL, 2002, p.26)

Outros argumentam que o mercado mundial com os subsídios agrícolas e outras distorções do mercado (como acontece hoje) resulta em preços mais altos dos alimentos, ao invés de alimentos de preços mais baixos, em comparação com o mercado livre. (STIGLITZ, 2006, p.32)

Joseph Stiglitz (2006, p.45), prêmio Nobel de Economia, alegou que os subsídios têm um efeito a longo prazo de aumentar os preços globais de alimentos, que na verdade prejudica os pobres, a desnutrição aumenta etc.

Mark Malloch Brown (2002, p.61), ex-chefe da Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento, estima que os subsídios agrícolas dos

países pobres acarrete 50 bilhões de dólares por ano em perda de exportações de produtos agrícolas.

3 IMPACTO SOBRE A NUTRIÇÃO

Alguns críticos alegam que os preços artificialmente baixos, resultantes de subsídios criam incentivos saudáveis para os consumidores. Por exemplo, a açúcar de cana foi substituída por baratos xarope de milho, fazendo alimentos doces mais barato. No entanto, deve notar-se que a beterraba e o açúcar de cana nos EUA é um beneficiário de subsídios. (POLLAN, 2003, p.51)

As distorções do mercado devido aos subsídios levaram a um aumento dos bovinos alimentados com milho ao invés de alimentados com capim. Bovinos alimentados com milho requerem mais antibióticos e tem um maior teor de gordura. (KUMMER, 2003, p.17)

4 FAZENDAS CORPORATIVA

Alguns proponentes tem em vista os subsídios agrícolas mais apropriados para a "família" ou pequenos agricultores, mas inadequado para as "corporações" ou grandes fazendeiros. Muitos programas de subsídio tem limites para o tamanho da fazenda que pode receber subvenções.

Os críticos também argumentam que os subsídios agrícolas vão principalmente para as maiores fazendas que precisam de menos subsídios. Pesquisa de Brian M. Riedl na Heritage Foundation mostrou que quase três quartos do dinheiro vai para 10% dos beneficiados. Assim, as grandes fazendas, que são os mais rentáveis porque têm economias de escala, recebem mais dinheiro. (RIEDL, 2002, p.33)

Entre 1990 e 2001, os pagamentos para grandes fazendas, quase que triplicou, enquanto os pagamentos para as pequenas explorações se manteve constante. (UNITED STATES GENERAL ACCOUNTING OFFICE, 2001, p.05)

Brian M. Riedl argumenta que o dinheiro da subvenção está ajudando os grandes fazendeiros a comprar mais fazendas. Especificamente, as grandes explorações agrícolas estão usando seus enormes subsídios federais para compra as pequenas fazendas e consolidar o setor agrícola. Como eles compram fazendas menores, não são apenas estas grandes explorações agrícolas capazes de capitalizar sobre as economias de escala e se tornam mais rentáveis, mas também se tornam mais elegíveis para mais subsídios federais, que eles podem usar para comprar as pequenas explorações. (RIEDL, 2002, p.42)

Os críticos também notam que, na América, mais de 90% do dinheiro vai para culturas básicas de milho, trigo, soja e arroz, enquanto produtores de outras culturas nada recebem. (UNITED STATES GENERAL ACCOUNTING OFFICE, 2001, p.06)

Na Europa, por exemplo, a Política Agrícola Comum tem disposições que incentivam as variedades locais e paga os subsídios com base na área total e não de produção. Outro ponto, a pesquisa mostrou que pequenos agricultores recebem maior pagamento em relação ao valor das culturas de grandes fazendas. (UNITED STATES GENERAL ACCOUNTING OFFICE, 2001, p.06)

5 EMPRESAS NÃO-AGRÍCOLAS

Os subsídios também são dadas a empresas e indivíduos com pouca ligação com a agricultura tradicional. Tem sido relatado que a maior parte da quantia dada a essas empresas flui para empresas multinacionais,

como os conglomerados de alimentos, fabricantes de açúcar e destilaria de licor. (UNITED STATES GENERAL ACCOUNTING OFFICE, 2001, p.06)

6 O COMÉRCIO INTERNACIONAL DE CARNE BOVINA

Os produtores de carne do Reino Unido estão cada vez mais preocupados com o crescente volume de carne bovina brasileira e sul-americana que chega ao Reino Unido. De particular interesse é o desenvolvimento recente de supermercados no Reino Unido que pratica o varejo de carne brasileira e argentina. Tais produtores de carne do Reino Unido estão preocupados porque eles estão enfrentando as ameaças conseqüentes da dissociação e da globalização, ao mesmo tempo.

A dissociação é a mudança de subsídios à produção associada introduzida pela UE, a fim de permitir aos agricultores se reestruturar e produzir produtos não rentáveis exclusivamente para reivindicar a receita de subvenção.

Os criadores de bovinos já não têm que produzir carne de boi a fim de reivindicar subsídio, mas estão preocupados que irão continuar a subsidiar a produção de carne a menos que obtenham maiores retornos de seus clientes, os supermercados e processadores.

Enquanto os supermercados e os processadores reconhecem que os produtores de carne são demorados em mudar, que os rebanhos de gado bovino e o número de gado ainda em produção, os compradores de carne sabem que ainda haverá bovinos prontos para serem abatidos ao longo dos próximos anos, independentemente dos preços alcançarem ou não o custo de produção.

Enquanto produtores de carne do Reino Unido estavam reclamando dos preços da carne caírem, inclusive da carne advinda de novilhos, os produtores de carne bovina brasileira foram protestar contra o

equivalente a 1/3 do valor. Essa diferença de preço, antes de incluir a diferença salarial entre um trabalhador de matadouro, na Escócia, e um no Mato Grosso, ilustra a impossibilidade de o produtor de carne do Reino Unido concorrer no setor de commodities se o produto brasileiro tiver permissão para ser vendido no Reino Unido.

Para que os produtores de carne do Reino Unido consigam construir um futuro promissor para si mesmo, eles devem ser capazes de resolver as suas estruturas de custo, enquanto o desenvolvimento e a comercialização de um produto que seu cliente está disposto a pagar um preço que o agricultor considera aceitável.

A fim de obter um preço rentável no mercado dissociado o agricultor deve melhorar o seu produto, deve adicionar valor ao produto, tornando-o coerente e consistentemente melhor do que era quando ele estava recebendo um preço não rentável.

Qualquer indústria quando confrontada com a réplica do seu produto sendo produzida por um custo substancialmente mais baixo por um concorrente, é confrontada com a escolha de tentar reduzir os custos de produção para um nível comparável, neste caso, só realizável se os produtores de carne do Reino Unido começarem a migrar para a América do Sul, ou fazerem seu produto perceptivelmente diferente. Essa diferenciação, se percebida pelo consumidor e a cadeia de abastecimento como um valor acrescido substancial, pode fazer com que o produto seja vendido com um lucro substancial sobre a "réplica barata".

A pressão da indústria da carne de bovino do Reino Unido enfrenta as exportações brasileiras de carne bovina em duas frentes, as vendas de carne bovina nacional e os mercados internacionais.

Internamente, o setor de serviços de alimento no Reino Unido cuida dos açougueiros, corretores de importação e atacadistas de países como o Brasil, a Argentina, a Austrália e, recentemente, a Polônia.

Embora o processamento e varejo tenham importado principalmente da Irlanda, os supermercados do Reino Unido têm vendido

quantidades cada vez maiores de carne bovina brasileira e argentina nas últimas décadas.

A indústria de carne bovina do Reino Unido supria somente pouco mais que a metade das necessidades por carne de bovino do Reino Unido em meados da década passada. Como estas vendas (80%) estão concentradas no setor de varejo, de produtos frescos, congelados e processados, os supermercados do Reino Unido e açougues independentes são de longe os maiores clientes dos produtores de carne do Reino Unido.

O setor de alimentos, no entanto, só comprou cerca de 40% de sua carne das fontes do Reino Unido. Com empresas como a McDonald's praticam uma política "nacional" de abastecimento, sempre que possível, um número razoável de processadores fornecem ao McDonald's do Reino Unido, sendo que as importações de carne principais são direcionadas aos restaurantes e às hotelarias.

Alguns açougueiros fazem como Campbell Bros, perto de Edimburgo, promovem a venda de carne escocês, com o logotipo QMS, na entrada do estabelecimento e em seu site na internet, no entanto, 70% das suas vendas é carne brasileira, com cerca de 25% proveniente da Irlanda ou Austrália e o restante Angus e Scotch para aqueles clientes que fazem pedidos especiais. Seu argumento principal é a qualidade superior, a consistência, a cor, a textura, os cortes e os preços.

No plano internacional, o Brasil tornou-se rapidamente exportador mundial de carne. Enquanto alguns sugerem que o Brasil tenha preenchido o vácuo existente nos EUA, o Brasil tem vendido carne bovina para países fora da esfera de influência dos EUA. As vendas para a UE dispararam, mas também para países em que a UE tem exportado carne bovina, como para o Egito, a Argélia e a Rússia.

A UE-15 chegou a importar carne do Brasil a uma taxa de 91 milhões dólares americanos por mês em meados da década passada, um aumento de 12 milhões dólares a partir do ano anterior, enquanto que a Rússia importou 33,8 milhões dólares por mês (cerca de quase 19.000 toneladas) no

mesmo ano, comparado a 19 milhões de dólares (quase 13.000 toneladas) no mesmo período, o Egito importou 21 milhões de dólares por mês se comparado com os mais de 14 milhões naquele ano.

No entanto, as vendas de carne bovina brasileira para o Egito passaram a um patamar de 39 milhões de dólares (mais de 20.000 toneladas), um aumento significativo de 11 milhões de dólares importados em relação ao ano anterior. Registrou-se um aumento similar da Argélia e as vendas do Brasil de carne bovina para a Rússia somaram quase 300 milhões de dólares.

O crescimento das vendas brasileiras para a Rússia e Egito representa uma perda de vendas para os exportadores de carne bovina da UE, um mercado que perdeu, que diminui os preços do gado no interior do país. Além disso, o aumento nas importações brasileiras de países como a Itália representa uma perda adicional de mercado para os países da UE que, anteriormente, forneciam a esse mercado italiano.

Dessa forma, a influência das exportações brasileiras para a Itália, Rússia e Egito, está-se acarretando um efeito significativo sobre a indústria de transformação da Irlanda, que tem um papel tão integrado com a indústria de carne bovina do Reino Unido.

A OMC foi criada para ajudar a criar um mercado de livre comércio mundial, a fim de negociar a remoção ou redução significativa das barreiras tarifárias e políticas que restringem o comércio.

Enquanto países como os EUA e blocos de nações, como a UE, se reúnem para negociar acordos multilaterais, também se negociam acordos de comércio preferencial entre países individuais, por exemplo, EUA e Japão, ou blocos comerciais (como a UE) com o Mercosul.

Desde o começo da década passada, o Mercosul (Brasil, Paraguai, Uruguai e Argentina) tem negociado com a UE para obter maior acesso para produtos agrícolas ao mercado da UE, embora a UE tenha optado para o acesso ao setor financeiro e de telecomunicações da América do Sul.

Em comparação com o poder político exercido pelos produtores de carne bovina dos EUA, o poder de negociação na UE tem sido mantido pequeno pela subvenção de negociação os sindicatos de agricultores, com base regional e nacional, a variedade de inquilino e grupos proprietários, grupos de lobby da carne, investigação financiada pela imposição e organizações de marketing.

Atualmente não há nenhum esforço concertado por um modelo unificado. Bem financiado por grupos lobistas, a UE luta para manter a carne brasileira fora da UE.

7 CONCLUSÃO

Ante o exposto, os subsídios agrícolas são uma ferramenta benéfica e importante na economia agrícola, embora deva ser melhor gerida e fiscalizada, de modo que se evite corrupções e tráfico de interesses entre políticos e proprietários de terras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Cláudia B., **Serviço pós-venda: A dimensão esquecida do marketing**, RA – Revista de Administração de Empresas, São Paulo, Jul./Ago./Set., 1996.

ADIZES, Ichak. **Gerenciando as mudanças**, São Paulo: Pioneiras, 1997.

ALBRECHT, Karl. **A única coisa que importa** - trazendo o poder do cliente para dentro de sua empresa, São Paulo: Pioneira, 1997.

AMORIM NETO, Malaquias; BELTRÃO, Napoleão Esberard de Macêdo. Zoneamento do algodão herbáceo no Nordeste. **In: EMBRAPA ALGODÃO. O agronegócio do algodão no Brasil**. Brasília: Embrapa, 1999.

ARAUJO, N.B; WEDEKIN, I; PINAZZA, L. **A Complexo Agroindustrial - o "Agribusiness Brasileiro"**. São Paulo: Agrocere, 1990.

BERRY, Leonard L. **Serviços de satisfação máxima**, Rio de Janeiro: Campus, 1995.

BROWN, Mark Malloch. **The Millennium Development Goals and Africa: A new framework for a new future**. 2002. Disponível em: <http://content.undp.org/go/newsroom/2002/november/mmb-uganda.en;jsessionid=axbWzt8vXD9>. Acesso em: 05 nov. 2010.

CALDAS, R de A. e outros (Editores). **Agronegócio Brasileiro: Ciência, Tecnologia e Competitividade**. Brasília: CNPq, 1998.

CASSEL, Andrew. **Why US Farm Subsidies are Bad for the World: They make it possible for us to export food so cheaply that farmers in poorer nations can't possibly compete**. 2002. Disponível em: http://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=pt-BR&sl=en&tl=pt&u=http://www.commondreams.org/views02/0506-09.htm&rurl=translate.google.com.br&anno=2&usg=ALkJrhkkmZSVStdbsWSAWliUKCbzM1Fd5g. Acesso em: 05 nov. 2010.

CORBY, Kummer. **The Old Way Of Raising Cattle Is Now The New Way—better for the animals and better for your table**. 2003. Disponível em: http://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=pt-BR&sl=en&tl=pt&u=http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2003/05/back-to-grass/2722/&rurl=translate.google.com.br&anno=2&usg=ALkJrhhlDw44QR2eGQqj1TqU_d1ioWq8iQ. Acesso em: 05 nov. 2010.

FOGO, Regina Cláudia, **Database marketing e o bom atendimento ao cliente**, Monografia, ESPM, Junho / 1996.

GIMPEL, José Luiz. **Administração de empresas varejistas no Brasil**, São Paulo: Atlas, 1980.

KOTLER, Philip, **Administração de marketing, análise, planejamento e controle**, São Paulo: Atlas, 1981.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary, **Princípios de marketing**, Rio de Janeiro: LTC, 1999.

LEVITT, Theodore. **A imaginação de marketing**, São Paulo: Atlas, 1997.

LORENZETTI, Dagoberto Hélio. **Gestão das operações, qualidade e produtividade**, Projeto de pesquisa, São Paulo, 1999.

NEVES, M.F.; THOMÉ E CASTRO, L. **Marketing e estratégia em agronegócios e alimentos**. São Paulo: Atlas, 2003.

POLLAN, Michael. **The Way We Live Now: Contradictions Of Obesity**. 2003. Disponível em: http://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=pt-BR&sl=en&tl=pt&u=http://query.nytimes.com/gst/fullpage.html%3Fres%3D9A0DE2D61E3CF931A25753C1A9659C8B63%26sec%3Dhealth&rurl=translate.google.com.br&anno=2&usg=ALkJrhiAouLL-HPhsDbPxStXG5ujJn4z-g. Acesso em: 05 nov. 2010.

REIS, Luís Filipe Sousa Dias. **Qualidade total**, São Paulo: Érica, 1997.

RIEDL, Brian. **Still at the Federal Trough: Farm Subsidies for the Rich and Famous Shattered Records in 2001**. 2002. Disponível em: http://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=pt-BR&sl=en&tl=pt&u=http://www.heritage.org/Research/Reports/2002/04/Farm-Subsidies-for-the-Rich-amp-Famous-Shattered-Records-in-2001&rurl=translate.google.com.br&anno=2&usg=ALkJrhi8_wdABE5gk788d2fuQ_JAGOvfGg. Acesso em: 05 nov. 2010.

SAUER, S. **Agricultura familiar versus agronegócio: a dinâmica sociopolítica do campo brasileiro**. Brasília: Embrapa, 2008.

STIGLITZ, Joseph. **The tyranny of King Cotton**. 2006. Disponível em: http://translate.google.com.br/translate?hl=pt-BR&sl=en&tl=pt&u=http%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FAgricultural_subsidy&anno=2. Acesso em: 05 nov. 2010.

UNITED STATES GENERAL ACCOUNTING OFFICE. **Farm Programs: Information on Recipients of Federal Payments**. Report to the Chairman, Committee on Agricultura, Nutrição e Florestas, Agriculture, Nutrition, and

Forestry. US Senate. 2001. Disponível em:
http://translate.google.com.br/translate?hl=pt-BR&sl=en&tl=pt&u=http%3A%2F%2Fen.wikipedia.org%2Fwiki%2FAgricultural_subsidy&anno=2. Acesso em: 05 nov. 2010.

WHITELEY, Richard. **Entusiasmo garantido ou...**, Revista HSM Management, Set./Out., 1998.