

# COMPETITIVIDADE NA AGRICULTURA COMERCIAL VERSUS SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL

Tatiana Dias Cantelle\*  
Luciana Martins Ezequiel Sousa Lima\*\*  
Ricardo Pereira Reis\*\*\*  
Lígia Cristina Amaral Magalhães\*\*\*\*

**RESUMO:** Este ensaio teórico contém uma reflexão sobre as circunstâncias que ensejam novos modelos de construção da competitividade dentro da agricultura comercial. O objetivo deste trabalho é identificar possíveis pontos de conflito entre as concepções ambientais e econômicas no setor agrícola. Justifica-se por fomentar discussões a respeito de posturas e ações a serem adotadas e implantadas na condição de comportamento estratégico e modos de gestão em busca da sustentabilidade ambiental.

**PALAVRAS-CHAVE:** Aspectos Econômicos; Comércio Agrícola; Competitividade; Legislação Ambiental.

## COMPETITIVENESS IN COMMERCIAL AGRICULTURE VERSUS ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

**ABSTRACT:** Current theoretical essay comprises reflections on circumstances that elaborate new competitiveness models within commercial agriculture. Possible conflicting points between environmental and economical concepts in agriculture are identified. Investigation may be justified by fomenting discussions with regard to stance and activities adapted and implanted with strategic behavior and management modes for environmental sustainability.

---

\* Bacharel em Ciências Biológicas e Mestranda em Administração pela Universidade Federal de Lavras - UFPA.  
E-mail: taticantelle@gmail.com

\*\* Graduação em Comunicação Social e Especialista em Gestão Estratégica e Marketing pela Pontifícia Universidade Católica – PUC - MG; Mestre em Administração pela Universidade Regional de Blumenau – FURB - SC.

\*\*\* Doutor em Economia Aplicada pela Universidade Federal de Viçosa- UFV; Docente Titular do Departamento de Administração e Economia da Universidade Federal de Lavras – UFPA.

\*\*\*\* Bacharel em Administração pelas Faculdades Integradas de Ipitanga – UNIBAHIA.

**KEY WORDS:** Economical Aspects; Agricultural Commerce; Competitiveness; Environmental Legislation.

## INTRODUÇÃO

Torna-se essencial a conscientização sobre a necessidade de se buscarem novas alternativas rumo à competitividade sustentável e utilizá-las. As empresas, nesse contexto, devem ter conhecimento e acompanhar as exigências do mercado, bem como as tendências mundiais em relação ao meio ambiente, preservação, técnicas de produção mais limpas, leis de regulamentação e fiscalização e também sobre as possíveis oportunidades e ameaças que podem surgir com a chegada desses novos padrões competitivos.

No ambiente empresarial brasileiro, os questionamentos sobre o papel das empresas e as questões socioambientais vêm crescendo e tornando-se alvo de interesse das empresas que almejam ser competitivas. Segundo Glaeser (2007), atualmente o bom desempenho de uma empresa depende, cada vez mais, da competitividade econômica no meio em que está inserida. Entretanto, a definição de sucesso empresarial está sendo questionada, trocando-se o panorama dos resultados apenas econômicos para um cenário que exige resultados também sociais e ambientais, dentro de uma perspectiva de desenvolvimento sustentável (MAYNARD; MEHRTENS, 1993; FREDERICK, 1994; CLARKSON, 1995). Com isso, outros fatores, não só os de ordem econômica, representam importantes indicadores que podem afetar a competitividade das empresas e que devem ser considerados no processo de tomada decisão, garantindo um padrão adequado de competitividade (PORTER, 1999).

Há falta de políticas de incentivo à adoção de práticas de conservação, manutenção e preservação do meio ambiente. O Brasil faz parte desse quadro, ainda que já existam movimentos de incentivo ao desenvolvimento sustentável. Atualmente, segundo o IBGE (2010), o Brasil mantém o ritmo de crescimento econômico e evolui nos principais indicadores sociais, mas persistem desigualdades

sociais e regionais. Nos 55 Indicadores de Desenvolvimento Sustentável – IDS (IBGE, 2010) foi possível destacar melhorias importantes em alguns indicadores ambientais, porém existe ainda um longo caminho a percorrer. Questões como a superação da degradação de ecossistemas, a perda de biodiversidade e a melhoria significativa da qualidade ambiental nos centros urbanos continuam sendo alvos de preocupação, pois, mesmo com os ganhos apontados, ainda estão distantes do desenvolvimento sustentável: “um desenvolvimento que atenda às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem as suas próprias necessidades”. Este conceito também pode ser empregado com o significado de “melhorar a qualidade de vida humana dentro dos limites da capacidade de suporte dos ecossistemas”. (MILARÉ, 2005, p. 57).

Além disso, segundo Lopes et al. (2000), a falta de informação, assim como a não consciência dos riscos ambientais e a pobreza, está diretamente relacionada à omissão do poder público e tem ligação com determinantes socioeconômicas, políticas e culturais. Desse modo, observa-se ainda discreta conscientização de que a sustentabilidade presa por assegurar a manutenção e a continuidade dos avanços na melhoria da qualidade de vida e no desenvolvimento econômico.

Setores como a agricultura podem contribuir para o desenvolvimento econômico sem prejudicar e alterar o meio ambiente ou podem, dentro dos critérios de sustentabilidade, comprometer a sobrevivência humana. De acordo com Saturnino e Landers (1997), a agricultura sustentável integra várias correntes de ideias e procedimentos, tendo como finalidade a proteção dos recursos naturais, a manutenção e o aumento da produtividade, a diminuição dos riscos e o desenvolvimento econômico e social.

Nesse contexto, é relevante expor, em nível macroeconômico, como essas circunstâncias e como as novas formas de competição se manifestam em situação de intensa transformação e frenética substituição de paradigmas econômicos e ambientais. Especificamente, pretende-se avaliar o comportamento dos empresários rurais dentro da perspectiva do desenvolvimento sustentável, abordando aspectos da microeconomia.

## 2 CONTEXTUALIZANDO A ADMINISTRAÇÃO NO CAMPO AMBIENTAL

Genericamente e reduzida aos seus traços mais evidentes, há duas maneiras básicas de analisar a Abordagem Sistêmica na Administração. A visão clássica produz um “modelo” de sistema que apresenta algumas limitações, sendo a principal a ideia de um sistema fechado que se autorrecicla ao se retroalimentar. Contudo, não apresenta alguns reais obstáculos para os sistemas de produções industriais típicos da sociedade moderna. As entradas não são apenas entradas. Elas, no geral, são recursos naturais utilizados pelo sistema. Esses recursos naturais são, na maioria dos casos, finitos e exauríveis na natureza. As saídas não podem ser tratadas de forma simples, pois, em parte, se configuram em resíduos que podem contaminar a natureza de diferentes formas. Quando não se observam estes limites pode-se ter uma visão distorcida e/ou limitada da realidade.

A outra forma de considerar esta problemática vê o sistema econômico de uma maneira mais completa. Nota-se a ligação das atividades econômicas que moldam a sociedade industrial moderna com aspectos relacionados com o ambiente. Isto remete a uma reflexão um pouco mais complexa sobre os elementos constitutivos das organizações no que tange à questão ambiental e a gestão dessas, tornando-se um sistema aberto. Desta maneira, deve-se considerar que não apenas as organizações usam os recursos do meio ambiente como também o influenciam. Assim, além de interferir, elas são afetadas pelos diversos fatores que compõem o ambiente que as cercam. Essa alteração é exercida desde os fatores mais próximos até os mais distantes.

Em suma, o percurso de análise constituído parte de uma visão clássica (sistema fechado) para uma visão ampliada (sistema aberto) da Abordagem Sistêmica na Administração. Esta evolução ocorreu concomitantemente à ascensão da problemática ambiental, entre as décadas de 60 e 70, mediante questionamentos acerca do comportamento social, da limitação dos recursos naturais e do sistema econômico vigente.

Nesse movimento entre crescimento e preservação, conforme argumentam Hupffer, Weyermüller e Waclawovsky (2011), emerge a necessidade de uma tutela estatal do meio ambiente. Destarte, formulam-se normas e criam-se instrumentos

que visam disciplinar a conduta humana e o consumo racional dos recursos naturais. Estas normas influenciaram o surgimento de um novo ramo jurídico: o Direito Ambiental (BORGES; REZENDE; PEREIRA, 2009).

Para sistematizar as normas de conduta em relação ao meio ambiente foram criados os instrumentos de Política Ambiental. Divididos em três grupos, são eles: instrumentos de comando e controle (ou regulação direta), instrumentos econômicos (ou de mercado) e instrumentos de comunicação.

No que tange à política ambiental brasileira, pode-se afirmar que sempre esteve calcada nos chamados instrumentos de comando e controle (LUSTOSA; CÁNEPA; YOUNG, 2003). Referem-se a um conjunto de normas, controles, procedimentos, regras e padrões a serem seguidos, cujo não cumprimento resulta em uma série de penalidades administrativa, cível e criminal. Um exemplo de instrumento de comando e controle são os critérios estabelecidos pelo Código Florestal.

Ainda segundo esta autora, são também instrumentos: os meios de comunicação, utilizados para conscientizar e informar os agentes poluidores e as populações atingidas sobre diversos temas ambientais, tendo como exemplos a educação ambiental, selos ambientais, dentre outras formas; e os econômicos, caracterizados por sua maior flexibilidade, atuando como um incentivador a adoção de práticas ou sistemas produtivos ambientalmente mais amigáveis. Exemplificando esses, tem-se o princípio do poluidor-pagador e, mais recentemente, o princípio do usuário-pagador (HUPFFER; WEYERMÜLLER; WACLAWOVSKY, 2011).

Voltando ao ponto culminante concebido desta perspectiva, a preocupação com o meio ambiente, seus recursos naturais renováveis, a continuidade desses recursos e o uso de formas alternativas de consumo tornaram-se uma área de interesse das empresas que querem garantir seu desenvolvimento e sobrevivência no mercado nacional e internacional.

Todavia, pode-se dizer que não foi sempre assim. Nos primórdios de seus processos de industrialização e desenvolvimento industrial, não houve um planejamento ou menção à preocupação ambiental. Ainda hoje, há barreiras e dificuldades em se priorizar o cuidado com o meio ambiente. Além disso, o aumento da competitividade e as políticas de favorecimento a novos entrantes no mercado ainda acentuaram a utilização descompromissada dos recursos naturais e a poluição.

Portanto, a razão de ser dessa política é perfeitamente compreensível, dada a necessidade de assegurar a preservação do ambiente e a utilização dos insumos de produção de maneira sustentável.

### **3 COMPETITIVIDADE NO MERCADO AGRÍCOLA**

De acordo com Thompsom Jr e Strickland III (2002), uma empresa possui vantagem competitiva quando consegue atrair os clientes e defender-se de outras forças competitivas em relação aos seus competidores. Pode ser em função da qualidade de seu produto, a sua localização estratégica e melhores custos em relação aos concorrentes, ao domínio de uma tecnologia ou sua patente, rapidez no desenvolvimento de produtos e sua inserção no mercado e produtos mais atraentes para o consumidor. Mas, para se tornar uma vantagem competitiva, a estratégia da empresa deve ser a de promover o entendimento dos consumidores de que seu produto é, de alguma maneira, superior. Uma empresa possui valor agregado quando a rede de clientes, fornecedores e complementadores na qual ela opera fica mais enriquecida com a sua presença, ou seja, quando a empresa oferece o único e valioso no mercado (GHEMAWAT, 2000). “A essência da estratégia consiste em criar as vantagens competitivas de amanhã antes que seus concorrentes imitem as que você tem hoje” (HAMEL; PRAHALAD, 1996, p. 153).

Nessa linha de análise, Silva e Fernandes (1998) consideram fundamental que se compreenda a natureza da atividade de cada organização para se entender a ação estratégica adotada. As estratégias são concebidas de modo diferenciado, em função da importância relativa que se atribui aos ambientes técnico e institucional para o alcance dos objetivos organizacionais. As organizações respondem às exigências de ambas as facetas da dimensão ambiental, em diferentes graus, em face da importância relativa de cada uma: enquanto o ambiente técnico condiciona a sua posição no mercado e o seu potencial de concorrência, o ambiente institucional afeta a legitimidade de suas escolhas e práticas.

Em decorrência da abertura dos mercados e da necessidade de ser competitiva, a agricultura brasileira passa de forma contínua por grandes transformações. A forte

inserção do Brasil nesses novos mercados, principalmente no mercado internacional, além de ter seu caráter estratégico do ponto de vista competitivo, influencia no desenvolvimento econômico, uma vez que ocorre a geração de empregabilidade e desenvolvimento econômico. Além disso, incita o aprimoramento de técnicas de produção e cultivo e, em consequência, a adequação do produto às exigências dos padrões internacionais de qualidade. Isto faz com que as empresas envolvidas no ramo de agronegócios se preocupem com as modificações a serem realizadas em seu próprio negócio e em relação às dos seus concorrentes.

#### **4 EMPRESAS AGRÍCOLAS E A QUESTÃO AMBIENTAL**

Empresas da atividade agrícola, que são aquelas envolvidas na produção, processamento, armazenamento e distribuição de commodities da agricultura, incluindo também o fornecimento de insumos, como sementes, fertilizantes e pesticidas, têm como maior desafio garantir e aumentar a produtividade e, ao mesmo tempo, conservar os recursos naturais, bens de interesse comum, mantendo um alicerce saudável para todos aqueles que dependem da atividade agrícola como subsistência. Uma das maneiras para se alcançar essas metas encontra-se em três elementos da agricultura sustentável: rentabilidade, proteção ambiental e justiça social.

Dessa forma, as empresas estão em busca de melhorias contínuas para eliminar as deficiências e ineficiências, reduzindo custos de produção, melhorando a qualidade, buscando conformidade às normas e regulamentações para assim se destacarem num mercado competitivo.

O conhecimento - no sentido de informações consistentes e confiáveis sobre a produção, operações, mercado e tendências de consumo - é tratado cada vez mais como um fator crucial de competitividade.

As organizações que desejam se manter competitivas no mercado globalizado estão cada vez mais preocupadas com dois grandes desafios: o primeiro diz respeito à melhoria contínua de seu desempenho; o segundo, ao atendimento de seus compromissos com os requisitos legais e outros a elas aplicáveis no que tange as

questões ambientais, já que os aspectos e os impactos ambientais do negócio de uma organização envolvem questões legais e financeiras, as quais podem denegrir sua imagem e reputação perante a sociedade, afetando seu valor e seu modelo de gestão.

De acordo com May (2003), a política ambiental de diferentes países pode influenciar nos fluxos de comércio internacional. Quando o produto ou seu método de produção causam problemas ambientais, o país importador pode colocar barreiras ao comércio internacional. Estas são chamadas de barreiras verdes, pois restringem o comércio internacional com a finalidade de proteger o meio ambiente.

O Brasil, internacionalmente conhecido por sua rica biodiversidade, pode ter impostas barreiras verdes, também chamadas de barreiras não tarifárias, reduzindo suas exportações e, conseqüentemente, a produção industrial, impactando na renda e geração de empregos.

Dentre as barreiras comerciais não tarifárias que vêm sendo redigidas especialmente nos países desenvolvidos, destaca-se o selo ecológico da Comunidade Econômica Europeia (CEE), também conhecido como Selo Verde, criado para identificar produtos que atendam a padrões de proteção ambiental durante o seu ciclo de vida.

O Selo Verde surgiu a partir da crescente preocupação ambiental dos consumidores, principalmente do mercado europeu. Foi quando governos e organizações não governamentais (ONGs) de vários países formularam um conjunto de normas para regular o comércio de produtos provenientes das florestas tropicais através de acordos internacionais.

A sociedade passa a valorizar cada vez mais as empresas que cuidam do ambiente. Os consumidores preferem os produtos ecologicamente corretos e, muitas vezes, levam a público aqueles produtores que agredem o meio ambiente. Desta forma, a empresa que responde a estes apelos possui vantagem competitiva e uma imagem positiva perante o consumidor.

Uma das maneiras de declarar à sociedade que as empresas possuem uma prática ambientalmente correta é a certificação, que é voluntária e, muitas vezes, reconhecida internacionalmente. Assim, dentre as diversas certificações existentes, a de reconhecimento internacional é a ISO 14001, que define o que deve ser feito para

estabelecer um Sistema de Gestão Ambiental (SGA) efetivo. É um instrumento que permite à empresa coordenar suas ações em toda a sua cadeia produtiva, visando à melhoria contínua interna e estar de acordo com o meio ambiente. Portanto, quando uma empresa implanta um sistema de gestão ambiental adquire uma visão estratégica em relação ao meio ambiente: ela deixa de agir em função apenas dos riscos e passa a perceber também as exigências competitivas.

Nesse contexto, não atender às normas, num ambiente globalizado e altamente competitivo, pode resultar em verdadeiras barreiras não tarifárias às empresas exportadoras e/ou fornecedoras. As práticas ambientais passam a ser decisivas nas negociações, visto que o mercado está cada vez mais seletivo entre as empresas que se preocupam com o meio ambiente.

## **5 EXEMPLIFICANDO: O MERCADO DE SOJA**

O Brasil destaca-se como um dos líderes mundiais em produção e exportação de produtos agropecuários. É o primeiro produtor e exportador de café, açúcar, etanol de cana de açúcar e suco de laranja. Além disso, lidera o ranking das vendas externas do complexo soja (farelo, óleo e grão) e representa o segundo maior produtor mundial dessa cultura, superado apenas pelos Estados Unidos. Em nível mundial, a soja apresenta o papel de principal oleaginosa produzida e consumida. Isto acontece por ser um grão rico em proteínas, cultivado como alimento tanto para humanos quanto para animais. Alguns produtos derivados da soja incluem óleos, farinha, sabão, cosméticos, resinas, tintas, solventes e biodiesel. A cadeia produtiva da soja passa por um processo de refino (inicia-se com o esmagamento no qual, basicamente, se separa o óleo bruto) até assumir propriedades ideais ao consumo como óleo comestível e é também voltada para a exportação ou consumo interno do produto em grãos.

Para atender às exigências de produção de uma cultura altamente tecnificada foi criado, em 1975, o Centro Nacional de Pesquisa de Soja como uma das unidades da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa), para que pudesse suprir às demandas da produção nacional. A importância do complexo da soja para

o Brasil se dá pelo perceptível crescimento da produção deste grão quanto pelo aquecimento da economia em relação às exportações de soja em grão e derivados (óleo e farelo de soja). Trata-se de uma cadeia produtiva bastante abrangente devido a animais que, criados com rações produzidas a partir do farelo de soja, oferecem outros subprodutos que vão afiançar outras áreas da economia como o setor de couro, o de fertilizantes orgânicos e outros (ROESSING; SANCHES; MICHELLON, 2005).

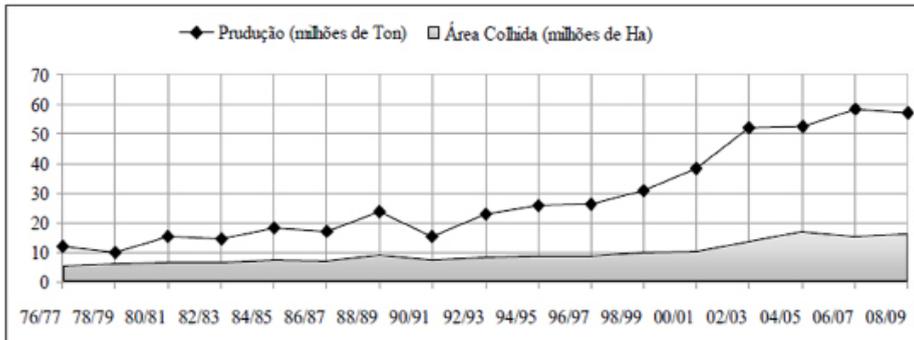
Desde os primórdios da teoria econômica, reconhece-se que o comércio ocorre quando uma coletividade descobre que é economicamente vantajoso comprar bens de outra, cujo patrimônio natural ou os conhecimentos culturalmente transmitidos permitem produzir esses bens com um custo relativamente menor, ou seja, a doutrina da vantagem competitiva. No entanto, na prática, a maioria dos países tem sido levada, historicamente, a proteger os produtos nacionais da competição externa (MAY, 2003).

Desviando-se dos mercados altamente subsidiados, o Brasil passou a concentrar seus esforços para a venda de complexo de soja na Ásia e no Oriente Médio. Somente a China importou quase 20 milhões de toneladas (mt) de soja em 2004 e aumentou em 30 % no ano de 2005, para 26 mt. Em 2007, as exportações atingiram a cifra de US\$ 12 bilhões, com 27 mt, sendo o Brasil o maior exportador mundial pelo terceiro ano consecutivo (os EUA ficaram em segundo com 25 mt).

Na safra 2007/08, o mundo produziu 221,59 mt para uma demanda mundial de 235,20 mt de soja. O estoque final ficou menor, com 47,32 mt, o que representou uma queda de 22,6 % sobre o estoque anterior de 61,11 mt. Segundo a Companhia Nacional de Abastecimento - CONAB, a safra 2007/08 de soja saltou para 60 mt, representando aumento de 2,8% sobre a safra 2006/07, que teve colheita de 58,376 mt.

Em janeiro de 2011 as exportações de soja em grãos alcançaram US\$ 107,1 milhões. No primeiro mês de 2010 o valor registrado foi de US\$ 45,3 milhões. O resultado representa crescimento de 136,3%. No ano passado o total das vendas do grão chegou a US\$ 11 bilhões. A safra 2011/2012 está estimada em 66,38 mt, produção 11,9% ou 8,94 mt inferior à produção da safra anterior. As condições climáticas adversas caracterizadas por estiagens prolongadas causadas pelo fenômeno “La Niña” foram as responsáveis pelo resultado negativo da safra (CONAB, 2012).

No período em análise (Figura 1), o Brasil, devido aos avanços da tecnologia e condições climáticas favoráveis, teve um aumento na produtividade, fortalecendo assim o setor e alcançando notável crescimento.



**Figura 1.** Evolução da produção de soja no Brasil – 1976/77 a 2008/09.

Fonte. CONAB/ABIOVE (2011).

A análise da figura 1 indica que a área colhida (parte hachurada no gráfico), em milhões de hectares, teve um aumento pouco expressivo, mediante o crescimento da produção (linha), o que expressa ganhos em produtividade. Considerando o mercado competitivo ao qual as empresas agrícolas estão expostas, somando-se a este fato o caráter homogêneo dos produtos por elas ofertados, no caso a soja, resta a esses empresários a busca de inovações tecnológicas, cujo emprego é considerado por muitos como uma das formas de reduzir o impacto do crescimento econômico sobre o meio ambiente, reduzindo assim a demanda por novas áreas agricultáveis.

Todavia, observa-se também que, perante a impossibilidade de controlar o preço dos produtos que vendem e considerando suas limitações tecnológicas, os empresários rurais devem atuar principalmente sobre as variáveis do ambiente interno de sua empresa, como no caso dos custos de produção.

Cabe ao produtor atuar, de acordo com sua tecnologia, na tentativa de reduzir os custos de produção e ganhar em escala, visando tornar seu produto mais competitivo no mercado imperfeito vigente e aumentar assim sua eficiência produtiva. Nessa busca, o controle gerencial possibilita o uso mais racional dos recursos produtivos a fim de alcançar a eficiência econômica, ou seja, proporcionar maior lucratividade.

No que se refere ao mercado, o país exporta, em média, 40% do que produz (Tabela 1), o que demonstra forte dependência em relação ao comércio exterior e a suas imposições. Verifica-se também que a receita em relação à exportação dessa *commoditie* não para de crescer (Tabela 2), o que denota um mercado direcionado a atender a política externa, a logística, a sustentabilidade e, mantendo os padrões de qualidade, conseguir assim maior valor agregado e maiores divisas com as exportações e ainda, continuar contribuindo para o desenvolvimento do país.

**Tabela 1.** Oferta e demanda no mercado de soja

(continua)

Oferta e demanda no Brasil (em mil toneladas – Março/2011)						
Soja em Grãos						
Descrição/Safra	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11 (**)
Estoque Inicial	2.734,7	2.469,7	3.675,6	4.540,1	675,0	2.690,0
Produção	55.027,1	58.391,8	60.017,7	57.161,6	68.688,2	70.296,9
Importação	48,8	97,9	96,3	100,0	200,0	100,0
Suprimento	57.810,6	60.959,4	63.789,6	61.801,7	69.563,2	73.086,9
Esmagamento	28.100,0	31.100,0	32.100,0	30.114,0	34.700,0	34.740,5
Semente e outros	2.283,0	2.450,0	2.650,0	2.450,0	3.100,0	3.300,0
Consumo						
Interno						
Consumo total	57.194,8	33.550,0	34.750,0	32.564,0	37.800,0	38.040,5
Exportação	24.957,9	23.733,8	24.499,5	28.562,7	29.073,2	32.050,0
Estoque Final	2.469,7	3.675,6	4.540,1	675,0	2.690,0	2.996,4
Farelo de Soja						
Descrição/Safra	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11 (**)
Estoque Inicial	1.824,6	1.782,6	2.306,6	3.053,0	2.087,8	3.038,2
Produção	21.918,0	23.947,0	4.717,0	223.187,8	26.719,0	26.750,2
Importação	152,4	101,2	117,3	100,0	100,0	100,0
Suprimento	23.895,0	25.830,8	27.140,9	26.340,8	28.906,8	29.888,4
Consumo						
Interno	9.780,0	11.050,0	11.800,0	12.000,0	12.200,0	12.700,0
Exportação	12.332,4	12.474,2	12.287,9	12.253,0	13.668,6	13.900,0
Estoque Final	1.782,6	2.306,6	3.053,0	2.087,8	3.038,2	3.288,4
Óleo de Soja (bruto e refinado)						

(conclusão)

## Óleo de Soja (bruto e refinado)

Descrição/Safra	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11 (**)
Estoque Inicial	279,0	214,5	275,1	246,2	289,8	562,5
Produção	5.479,5	5.909,0	6.259,5	5.872,2	6.766,5	6.774,4
Importação	25,4	44,1	27,4	15,0	50,0	50,0
Suprimento	5.783,9	6.167,6	6.562,0	6.133,4	7.106,3	7.386,9
Consumo Interno	3.150,0	3.550,0	4.000,0	4.250,0	4.980,0	5.200,0
Exportação	2.419,4	2.342,5	2.315,8	1.593,6	1.563,8	1.600,0
Estoque Final	214,5	275,1	246,2	289,8	562,5	586,9

(\*\*) Estimativa.

Fonte: Adaptado de CONAB (2011).

Tabela 2. Receita cambial das exportações de soja nos últimos 19 anos

(continua)

Ano	VOLUME (em mil tons)			PREÇO MÉDIO (US\$/t)			US\$ MILHÕES /FOB			
	Grão	Farelo	Óleo	Grão	Farelo	Óleo	Grão	Farelo	Óleo	Total
1992	3.737	8.349	650	217	191	448	812	1.595	291	2.698
1993	4.159	9.484	760	226	192	403	946	1.815	306	3.067
1994	5.362	10.635	1.518	245	186	546	1.316	1.980	828	4.124
1995	3.520	11.563	1.730	220	173	596	770	1.997	1.031	3.798
1996	3.647	11.226	1.283	279	242	534	1.018	2.731	685	4.434
1997	8.340	10.016	1.013	294	268	525	2.452	2.681	532	5.665
1998	7.279	10.447	1.195	234	168	603	2.175	1.750	720	4.645
1999	8.917	10.431	1.433	179	144	444	1.593	1.503	636	3.732
2000	11.513	9.363	910	190	176	342	2.188	1.648	311	4.147
2001	15.675	11.268	1.417	174	183	301	2.725	2.064	427	5.216
2002	15.970	12.515	1.821	190	176	403	3.032	2.198	733	5.963
2003	19.890	13.601	2.486	216	191	496	4.290	2.601	1.233	8.124
2004	19.247	14.485	2.506	280	226	549	5.388	3.270	1.376	10.034
2005	22.435	14.420	2.697	238	199	470	5.345	2.864	1.267	9.476

(conclusão)

Ano	VOLUME (em mil tons)			PREÇO MÉDIO (US\$/t)			US\$ MILHÕES /FOB			
	Grão	Farelo	Óleo	Grão	Farelo	Óleo	Grão	Farelo	Óleo	Total
2006	24.956	12.332	2.419	227	196	508	5.663	2.419	1.228	9.310
2007	23.734	12.472	2.343	283	237	734	6.709	2.956	1.720	11.385
2008	24.499	12.282	2.316	447	355	1153	10.952	4.360	2.671	17.983
2009	28.563	9.985	1.593	400	366	774	11.424	3.659	1.234	16.317
2010	29.073	13.602	1.562	380	343	863	11.043	4.673	1.349	17.065

Fonte. Adaptado de Associação Nacional dos Exportadores de Cereais (2011).

A abertura econômica e as políticas liberalizantes na América Latina favoreceram a expansão das exportações, onde estas mais se duplicaram em termos de representatividade no PIB. Este processo levou à intensificação generalizada na exploração dos recursos naturais regionais. Posteriormente reconhecida, a primazia ambiental entrou no cenário comercial como um fator limitante.

De acordo com May (2003), as medidas regulatórias do comércio agrícola como emprego de subsídios ao produtor, de barreiras tarifárias ou de restrições quantitativas, buscando a proteção de um determinado setor, estabelecem uma diferença entre os custos sociais e os custos privados, a qual representa uma perda em termos de bem-estar social. Como resultado apresenta-se uma agricultura ineficiente e danosa ao meio ambiente, vistas as falhas de políticas setoriais ou ambientais. No caso desta, Lustosa, Cánepa e Young (2003) argumentam que a eficiência do instrumento de comando e controle, base da política ambiental brasileira, está atrelada a uma fiscalização contínua e efetiva pelos órgãos reguladores, requerendo altos custos de implementação, especialmente em países com uma grande extensão territorial.

Elucidando os dados anteriormente apresentados, a produção agrícola de soja (grão, farelo e óleo) apresenta-se crescente, mesmo diante da instável estrutura do Estado, onde a política agrícola favorece a expansão da área produtiva, de acordo com as teorias econômicas; em contraste, a política ambiental estabelece áreas para conservação e preservação dos recursos naturais, respaldada em suas bases científicas. E, como observado, o comércio agrícola trabalha no sentido de favorecer as práticas ambientalmente corretas mediante a competitividade sustentável.

Em última análise, a competitividade no mercado global será condição fundamental para o futuro da soja, que dependerá do apoio governamental, do empenho do produtor e do tratamento equânime no que diz respeito às práticas que distorcem o livre comércio.

Então, permanecem em cena algumas questões para reflexão: Qual o papel do comércio agrícola na harmonização entre ambiente e economia? Por que a política ambiental brasileira, através de seus instrumentos, não prioriza a adoção de sistemas produtivos menos agressivos? Como as empresas rurais podem trabalhar visando à manutenção dos recursos ambientais e, conseqüentemente, produtivos? Como o conceito de economia verde, proposto pelo PNUMA, será abordado pelas políticas setoriais?

## **6 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A conjugação dos custos econômicos e ambientais nos setores empresarial e agrícola ainda constitui um ponto de forte divergência. Neste sentido, a política comercial, na medida em que estimula a produção, restringe sua comercialização via barreiras tarifárias e não tarifárias.

A empresa rural, buscando adequar-se às características do mercado competitivo, atua segundo os fundamentos da teoria dos custos de produção, aperfeiçoando a gestão e incrementando, quando possível, o nível tecnológico e a qualidade do produto ofertado. Porém, muitas vezes, para alcançar a eficiência econômica e ganhos em escala, é necessário o aumento da área produtiva com a utilização de áreas florestadas, comprometendo a visão de sustentabilidade do empreendimento.

Atualmente, mercado da soja é economicamente rentável, devido principalmente ao não pagamento das externalidades negativas geradas pelo seu sistema de produção. Com isso, pode haver um comprometimento da sustentabilidade e da segurança alimentar no Brasil. Diante disso, o mercado econômico ainda não percebe com clareza essa realidade, pois ignora os custos de sua produção e não reconhece os prejuízos devido aos resíduos gerados. É urgente o planejamento de

novas formas para reorganizar a produção da soja buscando minimizar os problemas gerados.

Nessa perspectiva, o conflito estabelecido pelo incentivo ao aumento da produção, exemplo, a política agrícola, revela a disputa em torno da reapropriação social da natureza, exemplificando a política ambiental. Em sua busca pelo reconhecimento no mercado, o empresário rural encontra na política comercial respaldo para ações antagônicas, que podem ou não promover a conciliação dessas políticas.

## REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE ÓLEOS VEGETAIS. ABIOVE. Disponível em: <[http://www.abiove.com.br/menu\\_br.html](http://www.abiove.com.br/menu_br.html)>. Acesso em: 02 ago. 2011.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS EXPORTADORES DE CEREALIS. ANEC. **Receita cambial das exportações do complexo soja nos últimos 19 anos**. Disponível em: <<http://www.anec.com.br/links.html>>. Acesso em: 03 ago. 2011.

BORGES, L. A. C.; REZENDE, J. L. P. de; PEREIRA, J. A. A. Evolução da legislação ambiental no Brasil. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, Maringá, v. 2, n. 3, p. 447-466, set./dez. 2009.

CLARKSON, M. B. E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 1, p. 92-117, jan. 1995.

COMPANHIA NACIONAL DE ABASTECIMENTO. CONAB. **Séries históricas**. Disponível em: <[http://www.conab.gov.br/conteudos.php?a=1252&t=2&Pagina\\_objcmsconteudos=2#A\\_objcmsconteudos](http://www.conab.gov.br/conteudos.php?a=1252&t=2&Pagina_objcmsconteudos=2#A_objcmsconteudos)>. Acesso em: 03 jun. 2011.

\_\_\_\_\_. **Acompanhamento da safra brasileira: grãos**. Disponível em: <[http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/12\\_09\\_06\\_09\\_18\\_33\\_boletim\\_graos\\_-\\_setembro\\_2012.pdf](http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/12_09_06_09_18_33_boletim_graos_-_setembro_2012.pdf)>. Acesso em: 25 set. 2012.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. EMBRAPA. **Tecnologias de produção de soja região central do Brasil 2004**: a soja no Brasil. [Brasília]: Embrapa Soja. (Sistema de Produção, n. 1). Disponível em: <[www.cnpso.embrapa.br/producaosoja/SojanoBrasil.htm](http://www.cnpso.embrapa.br/producaosoja/SojanoBrasil.htm)>. Acesso em: 03 jun. 2011.

FREDERICK, W. C. From CSR1 to CSR2: the maturing of business-and-society thought. **Business and Society**, v. 33, n. 2, p.150-164, 1994.

GLAESER, E. L. **Entrepreneurship and the city**. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research (NBER), out. 2007. (Working Paper, 13551).

GHEMAWAT, P. **A estratégia e o cenário dos negócios**: texto e casos. Porto Alegre: Bookman, 2000.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C. K. **Competindo pelo futuro**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

HUPFFER, H. M.; WEYERMULLER, A. R.; WACLAWOVSKY, W. G. Uma análise sistêmica do princípio do protetor -recebedor na institucionalização de programas de compensação por serviços ambientais. **Ambiente & Sociedade**, Campinas, v. 14, n. 1, p. 95-114, jan./jun. 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. IBGE. **Indicadores de desenvolvimento sustentável 2010**: Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <[www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)>. Acesso em: 25 maio 2010.

LOPES, I. V. et al. **Gestão ambiental no Brasil**: experiência e sucesso. São Paulo: Atlas, 2000. 272p.

LUSTOSA, M. C. J.; CÁNEPA, E. M.; YOUNG, C. E. F. Política ambiental. In: MAY, P. H.; LUSTOSA, M. C. J.; VINHA, V. **Economia do meio ambiente**: teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003, p. 135-153.

MAY, P. H. Comércio agrícola e meio ambiente na América Latina. In: MAY, P. H.; LUSTOSA, M. C.; VINHA, V. **Economia do meio ambiente**: teoria e prática. Rio de Janeiro, RJ: Elsevier, 2003, p. 197-218.

MAYNARD JR., H. B.; MEHRTENS, S. E. Redefinições da prosperidade empresarial. In: RAY, M.; RINZLER, A. (Orgs.). **O novo paradigma nos negócios**. São Paulo, SP: Cultrix, 1993.

MILARÉ, É. **Direito do ambiente**: doutrina, jurisprudência, glossário. São Paulo, SP: Revista dos Tribunais, 2005. 1120p.

PORTER, M. E. **Competição**: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999. Cap. 2, O que é estratégia?

ROESSING, A. C.; SANCHES, A. C.; MICHELLON, E. As perspectivas de expansão da soja. In: CONGRESSO DA SOBER, 43., 2005, Ribeirão Preto. **Anais...** Ribeirão Preto, SP: [s.n.], 2005. 1 CD-ROM.

SATURNINO, H. M.; LANDERS, J. N. (Ed.). **O meio ambiente e o plantio direto**. Brasília: EMBRAPA-SPI, 1997, p. 83-88.

SILVA, C. L.M.; FERNANDES, B. H. R. Mudança ambiental e reorientação estratégica: estudo de caso em instituição bancária. **Revista de Administração de Empresas**, v. 38, n. 4, p. 46-56, 1998.

THOMPSON JR, A. A.; STRICKLAND III, A. J. **Planejamento estratégico**: elaboração, implementação e execução. São Paulo, SP: Pioneira, 2002. 431p.

*Recebido em: 02 de março de 2012.*

*Aceito em: 30 de outubro de 2012*