



Tema:  
**"OS DESAFIOS DA INTERNACIONALIZAÇÃO  
NA UNIMEP"**



## 11º Congresso de Pós-Graduação

### **ANÁLISE DA COMPETITIVIDADE INTERNACIONAL DO AÇÚCAR BRASILEIRO: UMA ANÁLISE DE MARKET-SHARE CONSTANTE ENTRE 2005 - 2011**

**Autor(es)**

---

ALINE GISELE ZANÃO BENATTO

**Orientador(es)**

---

ALINE GISELE ZANÃO BENATTO

#### **Resumo Simplificado**

---

O agronegócio tem revelado importância crescente para o Brasil nos últimos anos, em 2011, o setor foi responsável por 917 bilhões de reais, o equivalente a 22,15% do PIB, de acordo com Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada da Universidade de São Paulo (CEPEA, 2012). Dentre os produtos agrícolas tradicionais, o açúcar é a *commodity* que aparece como uma das que têm mais contribuído com o *superávit* da balança comercial brasileira. O setor sucroenergético brasileiro é referência de tecnologia e eficiência na produção de açúcar, etanol e bioenergia. Após o progresso alcançado nos aspectos agrícolas e industriais, o setor avançou nos processos de comercialização e na gestão do negócio. Desta forma, objetivo deste trabalho é identificar, através do modelo de *market-share* constante, os determinantes do desempenho exportador do açúcar demerara brasileiro no período de 2005 a 2011. Especificamente, apresentar uma análise da evolução do comércio deste produto quanto aos seus principais importadores ao longo desse período e analisar a participação brasileira no mercado de açúcar demerara através do modelo de *market-share* constante. Os modelos de "*market-share*" têm o objetivo de avaliar a participação de um país no fluxo mundial de comércio, bem como a desagregação das tendências de crescimento das exportações ou importações de acordo com os efeitos que as originam (MIRANDA-STALDER, 1997). Segundo Leamer e Stern (1970), a pressuposição básica deste modelo de análise é de que a participação de um país no mercado mundial permanece constante. A diferença entre o crescimento das exportações, calculado supondo *market-share* constante, e o efeito efetivo é atribuída a competitividade. Assim, a variação na taxa de crescimento das exportações de determinado produto pode ser decomposta em três efeitos distintos: crescimento no mercado mundial, o destino das exportações e a competitividade. Seguindo o modelo proposto, os componentes responsáveis pelo desempenho comercial do açúcar brasileiro foram divididos nos efeitos: crescimento do mercado total, variação na participação, composição do mercado importador e competitividade. Os mercados externos considerados foram a Rússia, China, Egito, Argélia, Malásia, Bangladesh, Venezuela, Irã, Marrocos e Canadá, os quais têm configurado como os dez principais importadores do açúcar brasileiro. Ao longo do período analisado, ainda há uma forte concentração das exportações brasileiras de açúcar para Rússia, o principal comprador do produto, mas vale ressaltar que a China passou da nona colocação no período 2005/2008 para a segunda colocação no período 2009/2011 como grande importadora produto do país. Os resultados da pesquisa indicam que o aumento do *market-share* do açúcar brasileiro nos países analisados foi devido aos efeitos de crescimento do mercado total e da composição do mercado importador. O efeito competitividade contribuiu negativamente para o desempenho dessa *commodity* no mercado internacional no período, mas que foi compensado pelos efeitos e crescimento do mercado total e da composição do mercado importador.