



## **A IMPORTÂNCIA DO AGRONEGÓCIO NO BRASIL: UMA REVISÃO DE LITERATURA**

HERTZ, Tiago Rafael<sup>1</sup>

CARNIEL, Daniel Vinícios<sup>2</sup>

DA SILVA, Daniel Ivan Geminiano<sup>3</sup>

SEHNEM, Adenilson<sup>4</sup>

STORCH, Jalusa Andréia<sup>5</sup>

[tiago\\_hertz@hotmail.com](mailto:tiago_hertz@hotmail.com)

### **RESUMO**

Este estudo teve por objetivo descrever a importância e a evolução do setor do Agronegócio no contexto brasileiro, além de mencionar as necessidades de um bom planejamento estratégico para alavancar o setor. Para isso, utilizamos como metodologia uma pesquisa bibliográfica que resgatou diferentes abordagens que demonstram a evolução do Agronegócio, mencionando que o setor ocupa uma posição de destaque como uma das maiores potências mundiais do Agronegócio. Mesmo assim, verificamos que o setor apresenta muitos problemas e desafios que ameaçam sua permanência entre os maiores na atividade. Contudo, as perspectivas do Agronegócio são bastante promissoras, já que ele apresenta muitas vantagens dos pontos de vista natural e econômico, podendo o país explorar melhor suas potencialidades, a qual pode ser obtida por um bom planejamento estratégico.

**Palavras-Chave:** Agronegócio. Desafios. Resultados.



## INTRODUÇÃO

O Agronegócio representa atualmente o setor mais importante da economia nacional, com cerca de um terço do PIB brasileiro. O Brasil é um país com grandes perspectivas satisfatórias para o agronegócio, em face de suas características e diversidades, tanto de clima quanto de solo, possuindo ainda áreas agricultáveis altamente férteis e ainda inexploradas. Com o aumento da demografia mundial e sua consequente demanda por alimentos nos leva a uma previsão de que o Brasil alcançará o patamar de líder mundial no fornecimento de alimentos e commodities ligadas ao agronegócio, solidificando sua economia e crescimento (BACHA, 2000).

Avaliando a evolução do conceito de agronegócio, percebemos que ele engloba os aspectos no que se trata da produção, processamento, armazenamento e distribuição dos produtos agrícolas.

A melhoria da competitividade da agricultura e pecuária do Brasil, sobretudo nos últimos dez anos, e o próprio empenho do governo e da iniciativa privada em estimular e divulgar o produto agrícola brasileiro no exterior tem proporcionado aumento das exportações do agronegócio (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, 2006).

Para aumentar a participação de mercado dos produtos agrícolas brasileiros, além do trabalho promocional desenvolvido em conjunto pelo governo federal e iniciativa privada, o governo tem atuado junto a OMC (Organização Mundial de Comercio) no sentido da eliminação de barreiras comerciais nos países importadores.

O sucesso do agronegócio forma parte de uma estratégia desenhada nos anos 70 que apontou para a resolução de vários problemas estruturais que entravavam o desempenho da agricultura. O desenvolvimento tecnológico promovido pela EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) é usualmente citado como um dos principais fatores, mas há outros de igual ou maior relevância, como a abertura das fronteiras agrícolas nos Cerrados através de programas de colonização dirigida e as inovações introduzidas nos mecanismos tradicionais de política agrícola no Brasil.



Vários fatores contribuem para que haja grandes chances, no longo prazo, do Brasil aumentar sua produção agrícola (principalmente de soja e milho). Pelo lado da oferta cabe destacar que o Brasil possui grandes áreas ainda inexploradas ou deficientemente exploradas que poderão ser incorporadas à produção agrícola no futuro se houver investimentos em produtividade e em meios de escoamento das safras.

Embora as perspectivas de continuação do desempenho do agronegócio continuem promissoras, há problemas tanto conjunturais como estruturais que podem definir este sucesso. No curto prazo observa-se um declínio dos preços internacionais e domésticos como o avanço de certas pragas que podem afetar a produtividade em algumas regiões (ferrugem asiática). No médio e longo prazo surge o problema da infraestrutura de transportes, cuja deficiência tanto em termos de extensão como de qualidade ameaça introduzir um vetor de aumento de custos significativo na estrutura de produção.

Partindo do exposto, esse estudo versará o objetivo de verificar a inserção do setor do Agronegócio no contexto Brasileiro e averiguar a questão da boa gestão para o agronegócio, a fim de fortalecer e expandir as suas atividades, independente do seu ramo de atuação.

## **1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **1.1 O SETOR DO AGRONEGÓCIO NO CONTEXTO BRASILEIRO**

O conceito de agronegócio implica na ideia de cadeia produtiva, com seus elos entrelaçados e sua interdependência. A agricultura moderna extrapolou os limites físicos da propriedade. Dependendo, cada vez mais, de insumos adquiridos fora da fazenda, e sua decisão do que produzir, quanto e como está fortemente relacionada ao mercado consumidor. Há diferentes agentes no processo produtivo, inclusive o agricultor, em uma permanente negociação de quantidades e preços (BACHA, 2000).



Quando se fala em agronegócio, refere-se às atividades econômicas da agropecuária, desde a sua produção, comercialização até a industrialização dos produtos. Dentro disso estão alguns setores que cuidam dessas etapas, como os pequenos, médios e grandes produtores rurais, representantes de indústrias e por fim o setor responsável pela venda do produto agrícola (CNA, 2017).

Os objetivos do Plano Agrícola e Pecuário de 2011 e 2012 é expandir de 161,5 milhões para 169,5 milhões de toneladas a produção de grãos, fibras e oleaginosas. Esse aumento de 5% vai assegurar o abastecimento interno, contribuindo para maior regularidade nos preços, bem como para ampliar os excedentes exportáveis, com consequente geração de divisas para o País; estimular o desenvolvimento sustentável da agropecuária, incentivando especialmente as práticas agrônômicas que assegurem a mitigação dos gases causadores de efeito estufa (NETO e NASCENTE, 2005).

De acordo com dados da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA), da porteira para dentro, em 2015 o setor teve um crescimento de 2,4%, ampliando a participação da agropecuária em 23% no Produto Interno Bruto brasileiro. Segundo o relatório da CNA, mesmo com a economia baixa em 2016, a expectativa é que o setor continue crescendo (CNA, 2017).

Em relação ao agronegócio brasileiro podemos perceber algumas particularidades. Ainda que os consumidores de produtos alimentícios, fibras e bioenergia sejam tradicionalmente menos sensíveis a este tipo de ligações com marcas, e que esse processo de estabelecimento de identidade seja feito entro de parâmetros particulares, novas demandas têm transformado esse quadro (NETO e NASCENTE, 2005).

Alguns quesitos pouco mencionados como a procedência como produtos de regiões específicas como queijos, vinhos, entre outros, modo de produção, cultivo orgânicos, bem estar animal entre outros fatores, rastreabilidade e segurança de alimentos têm hoje uma relevância inédita. Episódios como a ocorrência do mal da vaca louca, surtos de salmonelas e outras doenças relacionadas ao consumo de alimentos, bem como fatores ligados à questão ambiental, impulsionaram esta tendência de comportamento (NETO e NASCENTE, 2005).

Apesar do crescimento do agronegócio no Brasil, foi observada a necessidade de uma evolução no setor devido à manutenção de barreiras tarifárias e não tarifárias, além dos subsídios à produção e exportação ainda impostos pelos países desenvolvidos.

Percebemos que o agronegócio brasileiro ainda se depara com uma verdadeira muralha protecionista, principalmente em mercados de países desenvolvidos, o que representa uma séria restrição ao seu crescimento. Dentre os principais produtos do agronegócio brasileiro estão: soja, milho, arroz, trigo, feijão, algodão e sorgo. O Brasil é atualmente um dos líderes mundiais na produção e exportação de vários produtos agropecuários. É o primeiro produtor e exportador de café, açúcar, álcool e sucos de frutas. Além disso, lidera o ranking das vendas externas de soja, carne bovina, carne de frango, tabaco, couro e calçados de couro.

Sobre a excelente colocação do agronegócio brasileiro em termos de produção mundial e participação nas exportações mundiais apresenta-se a seguinte tabela:

Participação nas exportações mundiais(%)				Participação na produção mundial(%)			
Produto	2004	2005	Posição em 2005	Produto	2004	2005	Posição em 2005
<b>Carnes</b>				<b>Carnes</b>			
Carne de aves	39,87	39,88	1º	Carne de aves	15,58	16,12	2º
Carne bovina	25,05	26,43	1º	Carne bovina	15,13	15,36	3º
Carne suína	13,97	14,05	4º	Carne suína	2,85	2,85	4º
<b>Grãos / Outros</b>				<b>Grãos / Outros</b>			
Açúcar	33,34	38,70	1º	Açúcar	18,55	19,81	1º
Café	27,42	30,06	1º	Café	29,73	35,39	1º
Suco de laranja	84,44	83,02	1º	Suco de laranja	52,29	55,38	1º
Soja-Grão	35,60	31,72	2º	Soja-Grão	27,11	24,50	2º
Soja-Farelo	33,09	32,24	2º	Soja-Farelo	17,68	16,91	2º
Óleo de soja	30,27	28,25	2º	Óleo de soja	18,85	17,71	2º
Algodão	2,92	5,4	4º	Algodão	6,73	5,03	4º
Milho	7,38	2,26	5º	Milho	6,32	5,35	5º
Arroz	0,14	0,78	11º	Arroz	2,24	2,23	9º

*Fonte: Política Agrícola, 2006.*

As projeções indicam que o país também será, em pouco tempo, o principal polo mundial de produção de algodão e biocombustíveis, feitos a partir de cana-de-açúcar e óleos vegetais. Milho, arroz, frutas frescas, cacau, castanhas, nozes, além



de suínos e pescados, são destaques no agronegócio brasileiro, que emprega atualmente 17,7 milhões de trabalhadores somente no campo (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, 2006).

Visando analisar o posicionamento das regiões em relação ao crescimento do setor no país, buscou-se a verificação dos principais produtos utilizados por cada região no ano de 2006, de modo a se fazer uma distinção entre regiões exportadoras e produtos exportados. De acordo com a figura apresentada a seguir, a região Sul foi responsável por quase a metade (41, 5%) das exportações do agronegócio em 2003. O Sudeste foi a segunda maior região exportadora, com 33,2% do total. A região Centro Oeste respondeu por 11,62%, mantendo a terceira posição, assumida desde 2000 como resultado do amplo crescimento das exportações de soja e de carnes, o que reflete o dinamismo exportador dos estados de Mato Grosso e Goiás. O Nordeste apresentou-se como o quarto maior exportador, com 9%. A região Norte posicionou-se em quinto lugar, com 2,97 % das exportações do agronegócio (MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, 2006).

## 1.2 IMPORTÂNCIAS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O Planejamento Estratégico faz diferença no que diz respeito à ampliação da capacidade produtiva futura e redução nos custos da propriedade rural. Barros (2012) afirma que diante deste mecanismo de gestão, as empresas conseguem atingir um grau de maturidade, alcançando um crescimento econômico e financeiro. O planejar é uma função administrativa e por isso tem como objetivo alcançar resultados através de processos estratégicos, táticos e operacionais.

O Planejamento Estratégico detalhado por Barros (2012), abrange análises tanto do Ambiente Externo quanto do Ambiente Organizacional. No Ambiente Externo, as oportunidades e ameaças são fatores que podem ser aproveitados ou evitados. Já a análise do Ambiente Organizacional permite que o produtor conheça as forças e as fraquezas da sua empresa, com foco, por exemplo, nos produtos, nos recursos financeiros, no relacionamento com fornecedores e clientes, no prazo de



entrega, na produtividade, época e tipo de comercialização, na demanda, na produtividade, na concorrência direta e indireta, entre outras.

Nesse assunto, segundo indicadores da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento, o Brasil será o maior país agrícola do mundo em dez anos. Em 2006, as exportações cresceram 19,29% em relação a 2005, em termos de saldo, a ampliação em 2007 foi de cerca de US\$ 58,4 bilhões, um aumento de 10,8% acima dos US\$ 52,04 bilhões de 2006. Ressalta-se que o país é líder mundial de exportação de açúcar, café, suco de laranja e soja. Assumiu também a dianteira nos segmentos de carne bovina e frango, depois de ultrapassar tradicionais concorrentes, como Estados Unidos e Austrália. Essas boas posições devem consolidar-se ainda mais nos próximos anos e mencionam a necessidade do bom planejamento por parte das instituições governamentais e produtores.

## **CONCLUSÃO**

É indiscutível a importância do agronegócio à economia brasileira e a posição que ele chegou no cenário mundial atual. Por isso, se tornou o setor chave para que o Brasil se inclua no comércio mundial. Apesar das grandes vantagens encontradas no agronegócio brasileiro e das suas boas perspectivas futuras, o mesmo encontra muitos problemas e desafios a serem superados que dependem, essencialmente, de investimentos tanto públicos como privados, bem como de mudanças nas políticas econômicas internas.

Os obstáculos para o crescimento do agronegócio brasileiro são imensos, mas podem ser superados. Segundo Padilha Junior (2004), muito embora o potencial de comércio do agronegócio brasileiro seja muito grande, já poderia ser maior do que é atualmente, mesmo assim, o Brasil ocupa lugar de destaque entre os demais países.

Com isso, percebemos que ainda falta muito para que o Brasil se torne a maior potência do agronegócio do mundo, pois é competitivo em algumas cadeias



produtivas. Além do mais, as políticas econômicas impedem que o rendimento seja maior e os problemas de logística geram custos elevados.

Contudo, o agronegócio brasileiro é persistente e, apesar desses obstáculos, ocupa a cada dia lugar no cenário mundial. Isto implica dizer que as vantagens apresentadas como terras abundantes, potencial de produção, climas favoráveis, imensa disponibilidade de água doce e energia renovável e sua capacidade empresarial falam mais alto do que qualquer problema, fazendo do agronegócio o nosso negócio.

## REFERÊNCIAS

BACHA, C. J. C. **Economia e Política Agrícola no Brasil-São Paulo: Atlas**, 2004.  
VIEIRA, W. C. (Ed.). **Agricultura na virada do milênio: velhos e novos desafios**. Viçosa, pág. 93-116, 2000.

BARROS, A.M. **Gerenciamento da produção visando o crescimento da propriedade rural**. Disponível em:<  
<http://rehagro.com.br/plus/modulos/noticias/imprimir.php?cdnoticia=2373>> Acesso em 04 de Abril de 2017.

CONFEDERAÇÃO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA DO BRASIL (CNA). Disponível em: <http://www.cnabrasil.org.br/>. Acessado em 08 de Setembro de 2017.

MENESES, Antônio Hélio e PINHEIRO, José César Vieira. **O potencial do agronegócio para alavancar a economia brasileira**. Revista de Política Agrícola. Jul./ago./set.2005.

NETO, C. R. e NASCENTE, A. S. **O agronegócio da fruticultura na Amazônia: um estudo exploratório**. Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária, Porto Velho, RO; 2005.