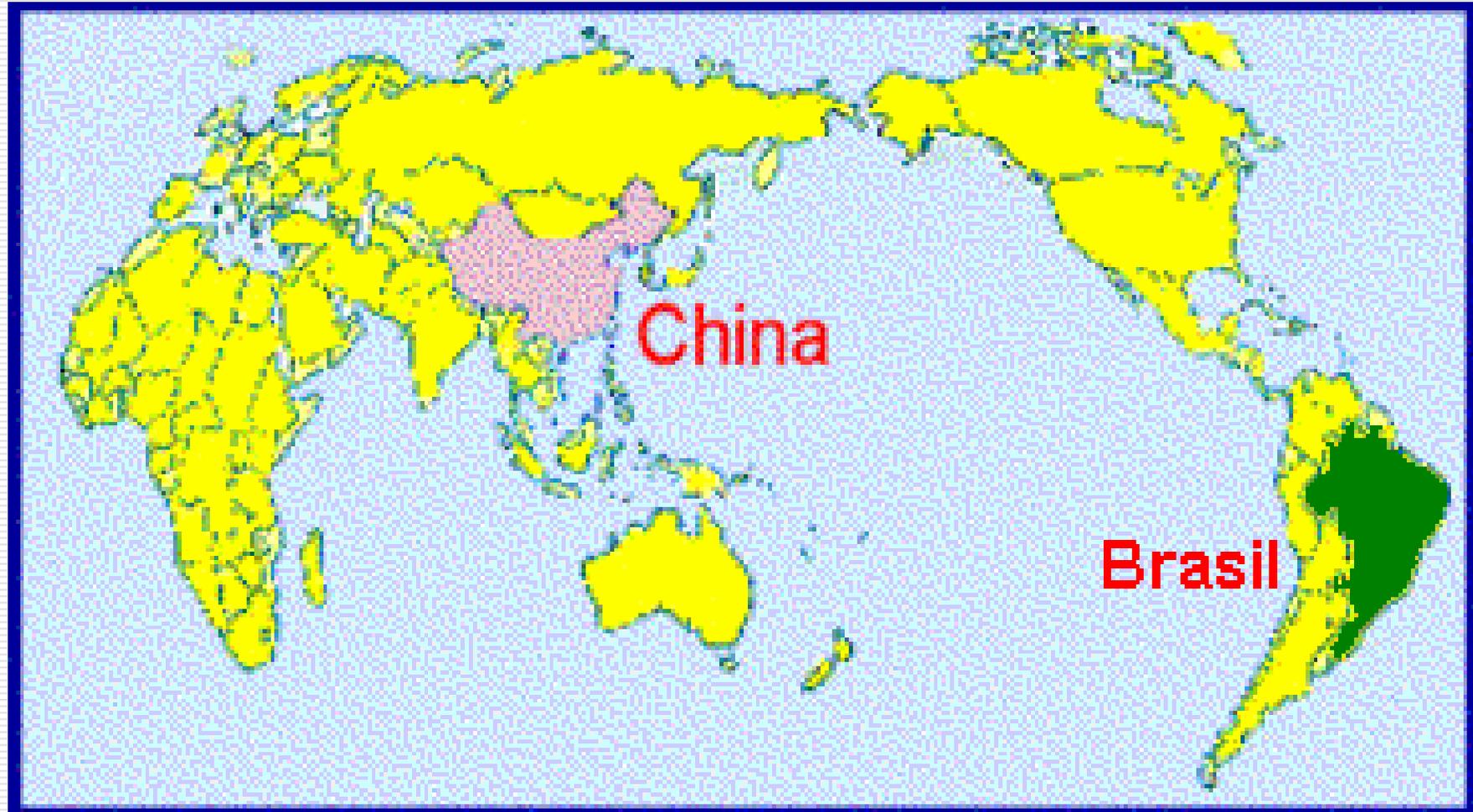


**A Emergência da China
Oportunidades e Desafios para o Brasil
no negócio do Algodão**



Panorama & Fatores

- **China vai conquistar o mundo e deve estar na mira do Brasil;**
- **China encanta pela capacidade, aparentemente inesgotável, de consumir;**
- **China também assusta pela voracidade com que produz;**
- **O PIB da China cresce quase 10% ao ano e já representa o triplo do brasileiro;**
- **As exportações da China são seis vezes superiores às nossas;**
- **As vendas externas, somente do setor têxtil, devem superar a balança de exportações totais do Brasil !**

Panorama & Fatores

- **China conta com um mercado com 1,3 bilhões de habitantes -- um quinto da humanidade -- e uma população economicamente ativa de mais de 750 milhões de trabalhadores;**
- **Nos últimos cinco anos, 200 milhões de chineses migraram do campo para as cidades e foram incorporados ao setor dinâmico da economia. É mais gente do que toda a população brasileira;**
- **As exportações da China no setor têxtil somaram 84 bilhões de dólares no ano passado, enquanto o Brasil, batendo recorde histórico, vendeu 2 bilhões de dólares !**
- **Com o fim das cotas internacionais neste ano, as vendas da China explodiram -- a ponto de Estados Unidos, União Européia e Brasil já falarem em restringir a entrada de seus produtos.**

Panorama & Fatores

- **A China consome mais de que 1/3 do algodão do mundo e importa mais do que 40% do comercio mundial do produto !**
- **Composição das exportações do Brasil para a China de 2002 a 2004: 40% de produtos agrícolas;**
- **As exportações do Brasil para a China quintuplicaram de 2000 a 2004:
2000 : US\$ 1,1 bilhões => 2004 : US\$ 5,4 bilhões**
- **Onde o Brasil pode ganhar ???**
- **O despontar da China como nova potência econômica é a melhor notícia para os produtores brasileiros de *commodities*. O algodão brasileiro tem muito a lucrar com a ascensão da China a potência mundial. Qual país do mundo, afinal, conta com uma reserva de terras de 90 milhões de hectares para expansão agrícola, onde possa produzir *commodities* agrícolas, como o algodão?**
- **Estima-se que, em 15 anos, os chineses superem o Japão, em termos econômicos, transformando-se na maior potência do mundo, à frente dos Estados Unidos, em 20 ou 30 anos. Para chegar lá, os chineses têm que lidar com o enorme desafio de alimentar e vestir sua população.**

Panorama & Fatores

- **Nos últimos 25 anos, a China tirou, da situação de pobreza extremada, cerca de 300 milhões de pessoas (quase duas vezes a população brasileira) e quadruplicou a renda média da população. Trata-se de um mar de gente que precisa, antes de mais nada, comer e se vestir;**
- **Toda a área agricultável dos chineses já está ocupada pela lavoura. Sem impacto ambiental, utilizando apenas áreas mal aproveitadas, o Brasil pode incorporar 90 milhões de hectares à agricultura e vender muito mais aos chineses;**
- **A produção e exportações de algodão, cultura em que o Brasil esta expandindo, podem crescer muito na esteira do avanço mundial dos tecidos e confecções chineses;**
- **Em 2004, 102,4 bilhões de yuans, um recorde, foram investidos em ativos fixos novos pela industria têxtil da China, e nos primeiros 3 meses de 2005, um crescimento de 32% sobre o primeiro trimestre de 2004.**

Panorama & Fatores

China: Cumulative Fixed Capital Investment in the Textile/Apparel Industry, By Sector			
Sector	Jan-Dec 2003	Jan-Dec 2004	Percent Change
<i>Unit: Billion Yuan</i>			
Total Textile Industry	81.39	102.40	25.8
Textile Products	61.43	76.24	24.1
Apparel, Footwvr, Headwvr	19.95	26.16	31.1

Note: Includes domestic and foreign investment.

Source: National Bureau of Statistics.

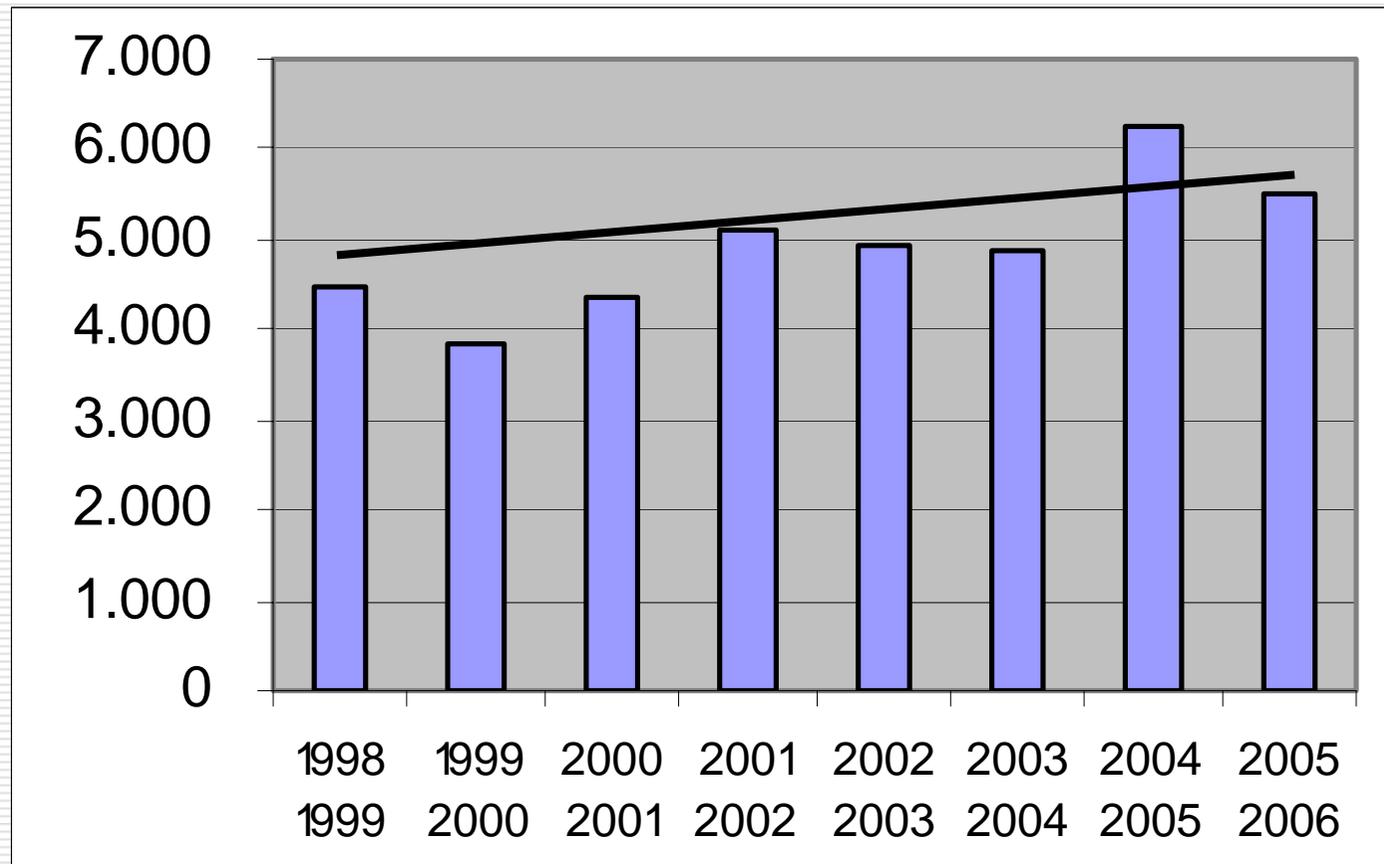
Panorama & Fatores

China: Cumulative Fixed Capital Investment in the Textile/Apparel Industry, By Sector			
Sector	Jan-Mar 2004	Jan-Mar 2005	Percent Change
<i>Unit: Billion Yuan</i>			
Total Textile Industry	13.97	18.44	32.0
Textile Products	10.32	13.44	30.2
Apparel, Footwvr, Headwvr	3.65	5.00	37.1

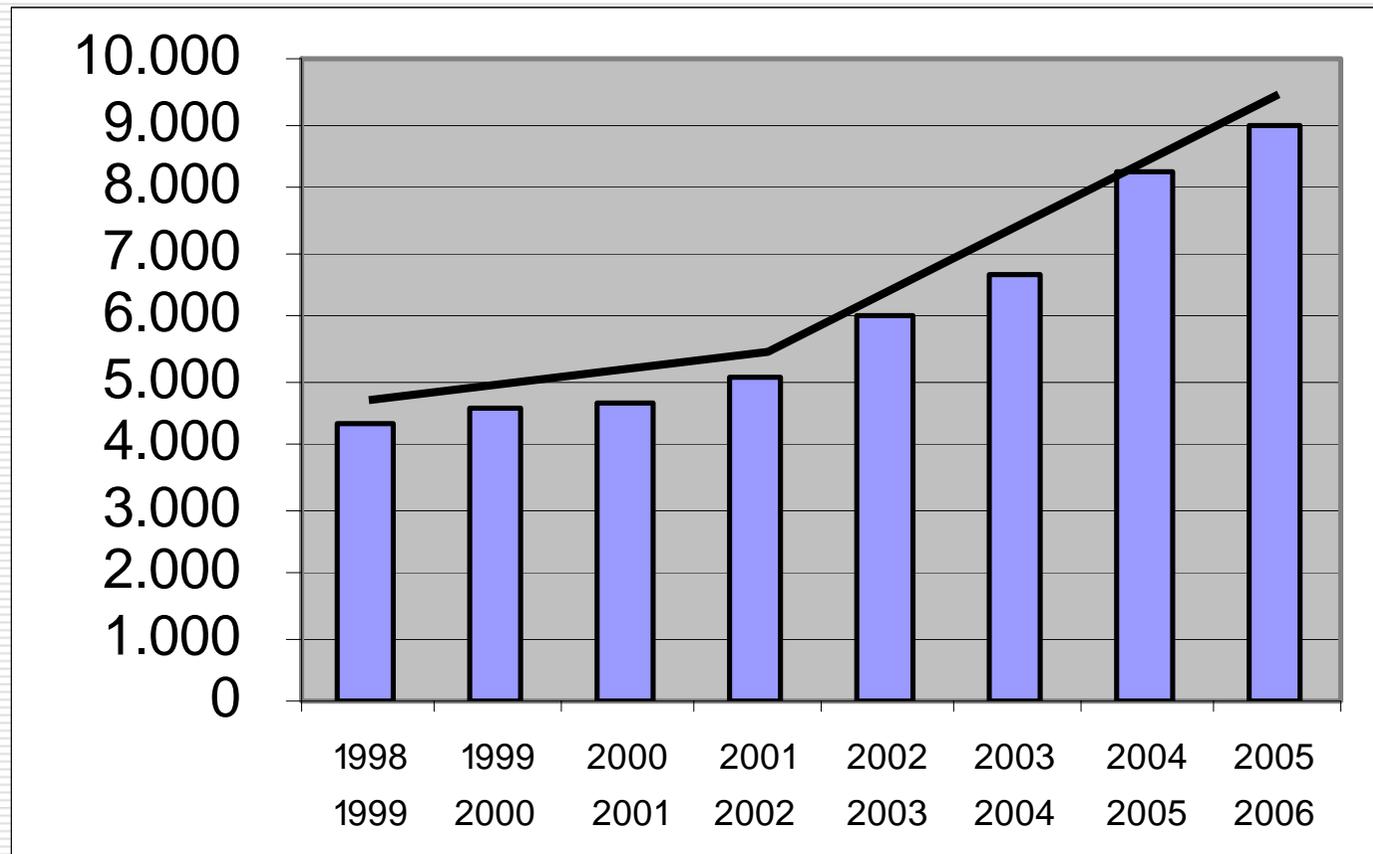
Note: Includes domestic and foreign investment.

Source: National Bureau of Statistics.

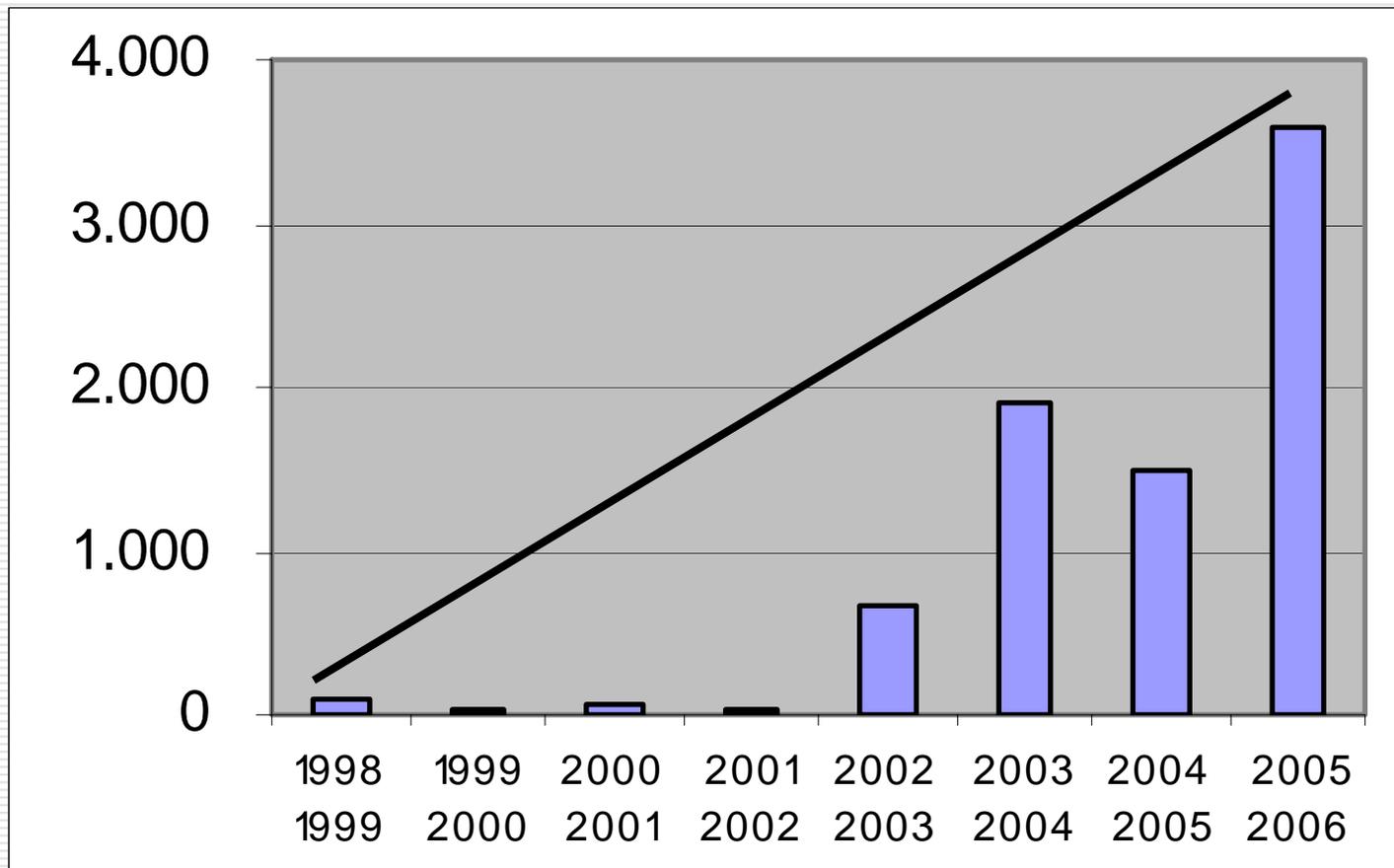
Produção de algodão na China - Em toneladas



Consumo de algodão da China - Em toneladas



Importações de Algodão da China – Em toneladas



China no Algodão - Comentários

- A China representa quase 25% da produção mundial de algodão;
- Ao mesmo tempo, a China sozinha esta representando 37,5% do consumo mundial em 2005/06;
- A China aumenta seu consumo a um ritmo muito mais veloz do que sua produção, e por consequencia, suas necessidades de importação aumentam;
- A previsão é de que a China vai comprar 42% das importações mundiais de algodão em 2005/06.
- O desafio do Brasil é competir para conquistar o consumo da China.

Maiores Exportadores // Importadores 2004 2005

Exportadores - Ano Safra 2004 2005

	<u>Países/Regiões</u>	<u>Tons</u>	<u>Share</u>
1	Estados Unidos	2.918	39,7%
2	CIS	1.162	15,8%
3	W. Africa	867	11,8%
4	Australia	414	5,6%
5	Brasil	392	5,3%
6	Grecia	250	3,4%
7	India	196	2,7%
8	Syria	147	2,0%
9	Egipto	131	1,8%
10	Pakistan	131	1,8%
	Outros	739	10,1%
	TOTAL	7.345	100,0%

Dados: USDA Abril 2005

Importadores - Ano Safra 2004 2005

	<u>Países/Regiões</u>	<u>Tons</u>	<u>Share</u>
1	China	1.742	23,7%
2	Turquia	686	9,3%
3	Thailandia	501	6,8%
4	Indonesia	490	6,7%
5	México	414	5,6%
6	Bangladesh	370	5,0%
7	Russia	321	4,4%
8	Taiwan	305	4,1%
9	Korea, Rep	272	3,7%
10	Pakistan	218	3,0%
		2.039	27,8%
	TOTAL	7.357	100,2%

Dados: USDA Abril 2005

Projeção Maiores Exportadores // Importadores 2005 2006

Exportadores - Ano Safra 2004 2005

	<u>Países/Regiões</u>	<u>Tons</u>	<u>Share</u>
1	USA	3.800	44,7%
2	CIS	1.220	14,4%
3	W. Africa	1.000	11,8%
4	Australia	490	5,8%
5	Brazil	455	5,4%
6	Greece	300	3,5%
7	Syria	163	1,9%
8	Egypt	130	1,5%
9	Sudan	100	1,2%
10	Pakistan	100	1,2%
	Outros	742	8,7%
	TOTAL	8.500	100,0%

Dados: Estimativas ECOM Maio 2005

Importadores - Ano Safra 2004 2005

	<u>Países/Regiões</u>	<u>Tons</u>	<u>Share</u>
1	China (Mainland)	3.600	42,4%
2	Turkey	600	7,1%
3	Indonesia	476	5,6%
4	Thailand	391	4,6%
5	Bangladesh	356	4,2%
6	Russia	310	3,6%
7	Korea, Rep	270	3,2%
8	México	233	2,7%
9	China (Taiwan)	200	2,4%
10	Pakistan	170	2,0%
	Outros	1.894	22,3%
	TOTAL	8.500	100,0%

Dados: Estimativas ECOM Maio 2005

Exportações de Algodão do Brasil 2004 por país de destino

	<u>Pais</u>	<u>Tons</u>	<u>Share</u>
1	INDONESIA	50.002	15,1%
2	PAQUISTAO	33.374	10,1%
3	JAPAO	31.252	9,4%
4	ARGENTINA	29.495	8,9%
5	TAILANDIA	28.652	8,7%
6	ITALIA	17.155	5,2%
7	CHINA	14.905	4,5%
8	COREIA, (SUL)	13.668	4,1%
9	TAIWAN (FORMOSA)	11.358	3,4%
10	PERU	11.050	3,3%
11	PORTUGAL	10.072	3,0%
12	INDIA	10.000	3,0%
13	BANGLADESH	9.742	2,9%
14	ALEMANHA	9.311	2,8%
15	BELGICA	7.879	2,4%
16	FILIPINAS	4.081	1,2%
17	HONG KONG	3.847	1,2%
18	COREIA, (NORTE)	3.705	1,1%
19	BOLIVIA	3.448	1,0%
20	VIETNA	3.370	1,0%
	OUTROS	24.678	7,5%
	TOTAL :	331.044	100,0%

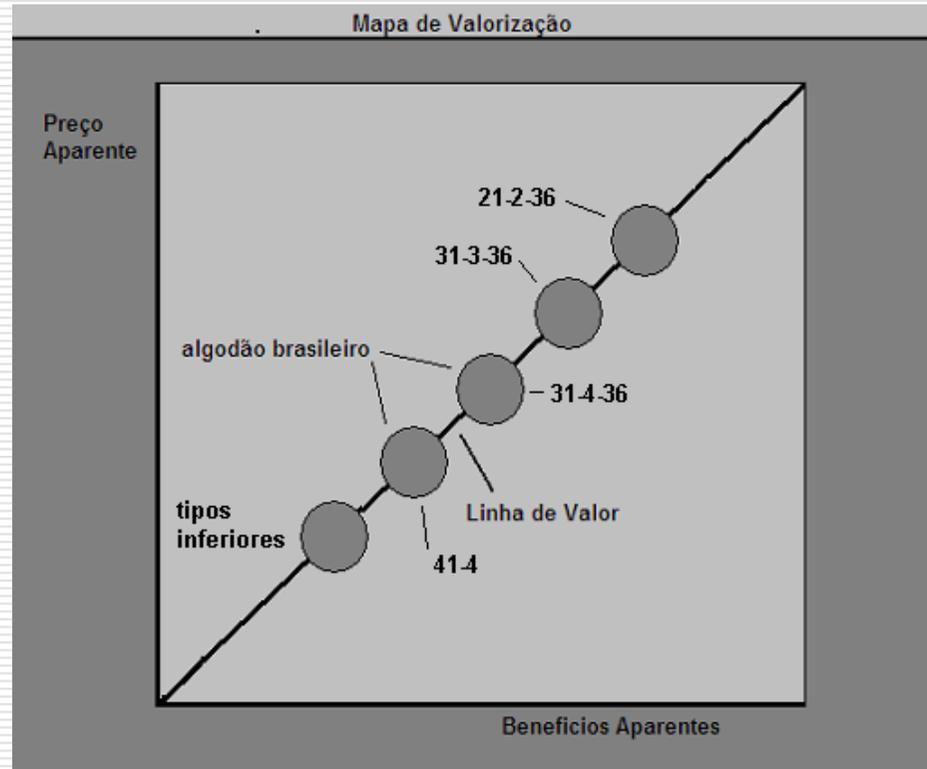
Dados: SECEX

O ambiente e nossos concorrentes

- O grande concorrente é os Estados Unidos que têm um “*market share*” de aproximadamente 40% das exportações mundiais e de 50% das compras da China.
- Os Estados Unidos exporta 50% de tipos finos 31-3-35 e melhor, 20% de tipos medios 31-4 // 41-4, e 30% de tipos baixos, com descontos expressivos. Ou seja, somente 20% são de tipos medios. Os tipos baixos são bem competitivos porque têm grandes deságios; não dá para competir;
- CIS, West Africa & Australia, outros grandes concorrentes, exportam 90% de tipos finos, com qualidade igual ou superior a 31-3-35. A soma destes países representa 33% das exportações mundiais;
- A China importa 90% qualidades iguais ou superiores a 31-3-35;
- Entretanto, Brasil exporta mais de 90% de tipos médios : 41-4 // 31-4. Está na “contramão” dos outros países exportadores e das necessidades do mercado da China, tanto que o Brasil vendeu < 1% das importações da China em 2004.

Estratégia de Mercado: Mapa de Valorização

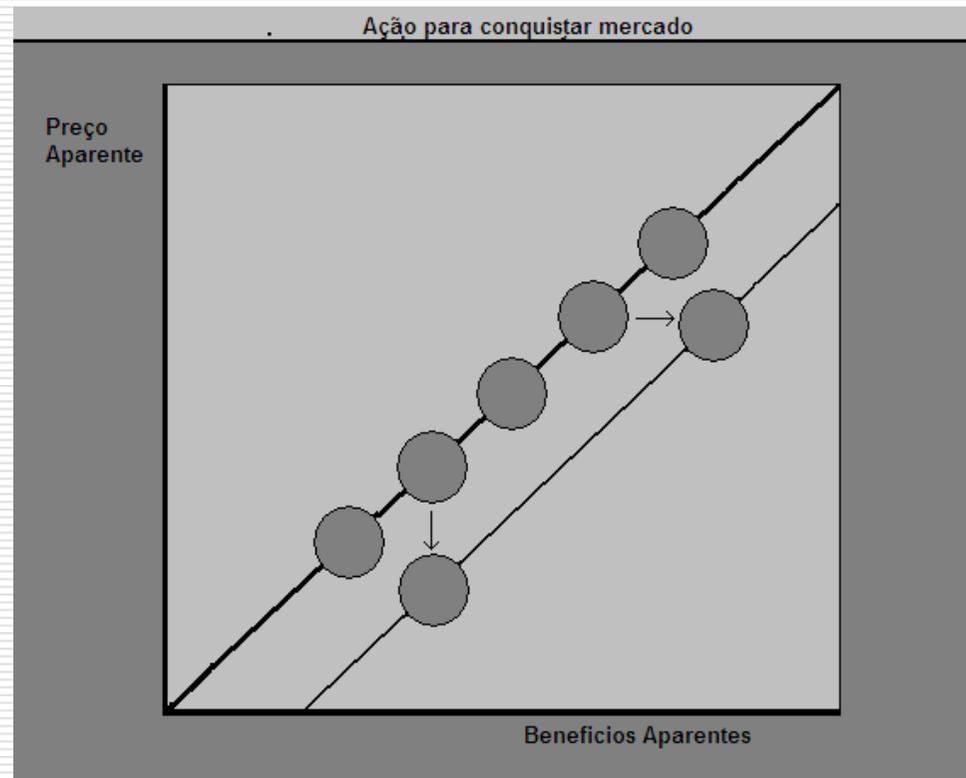
Dado o ambiente econômico e de mercado, o mapa de valorização posiciona o preço do produto no mercado com relação aos produtos concorrentes.



O algodão brasileiro, no momento, é percebido como um produto que oferece poucos benefícios aparentes e por isso têm um preço relativo baixo no mercado. A alternativa é melhorar os benefícios e conseguir melhores preços relativos. Este mapa estabelece como o algodão brasileiro é percebido pelos mercado e pelos clientes, ou seja, em um nível médio para baixo.

Mapa de Valorização : Ação para ganhar mercado

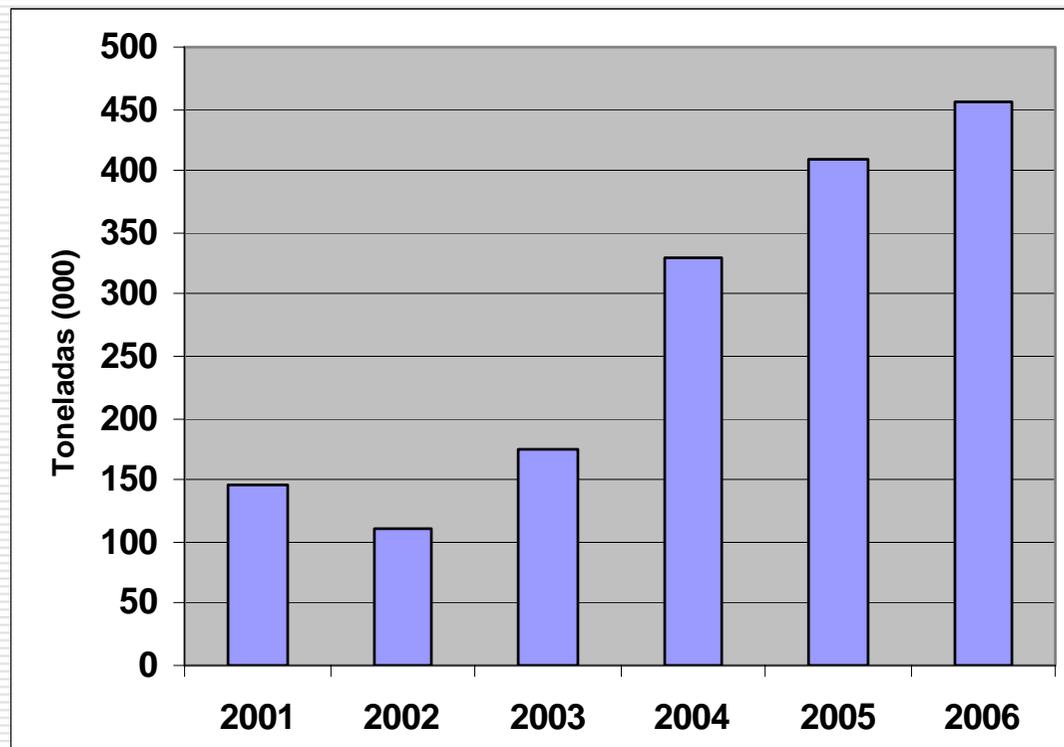
Uma ação para ganhar mercado pode ser baixando o preço, criando um ambiente de guerra de preços, ou aumentando os benefícios oferecidos à clientela.



Ganhar mercado, oferecendo mais benefícios, é mais sutil e evita uma “guerra de preços”.

Brasil precisa ganhar mercado ! ...???

Brasil exportava menos de 200 mil toneladas no período 2001-2003, e a qualidade não era tão importante para conquistar mercado. Em 2004, conseguimos exportar > 300 mil tons mas a nossa imagem ficou “aranhada” porque se vendeu muito *Middling* que os compradores receberam *SLM/SLM+*, e muitos embarques chegaram com muito atraso e documentação falha.

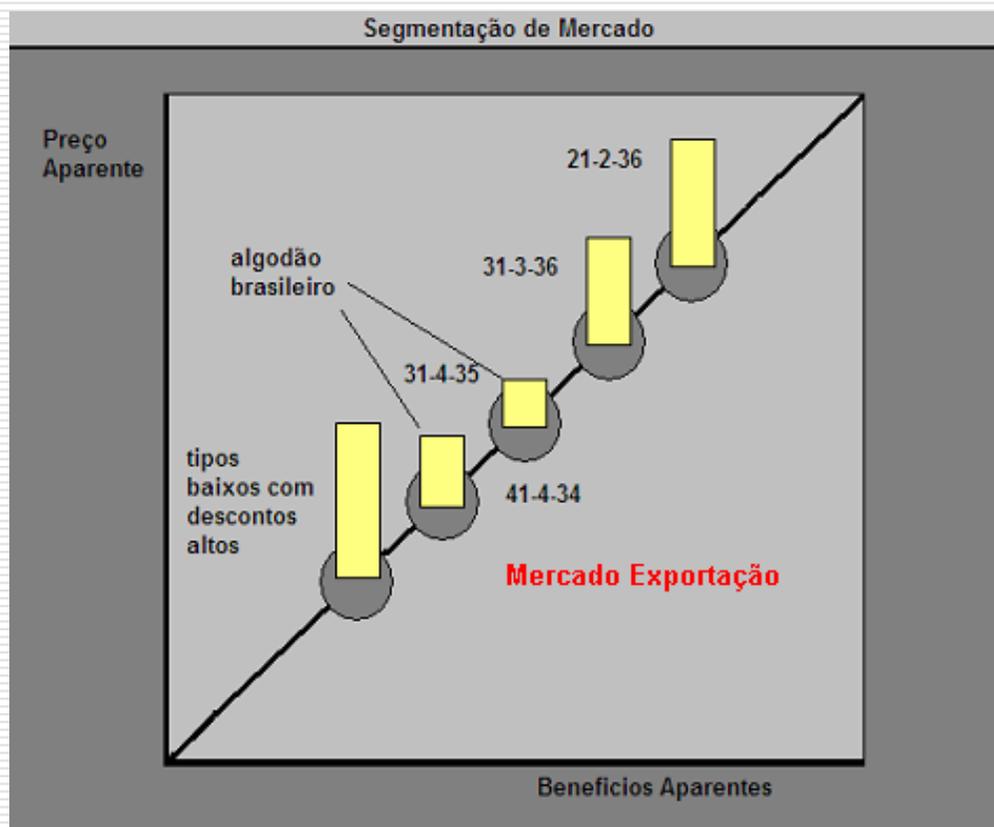


Como fazer para exportar mais, especialmente para China, se perdemos credibilidade de nossa qualidade e logística !? Nós podemos dar o luxo de manter os mesmos parâmetros de qualidade & execução de logística ?

... problemas à vista !!! ???

Mapa de Valorização : Segmentação de Mercado

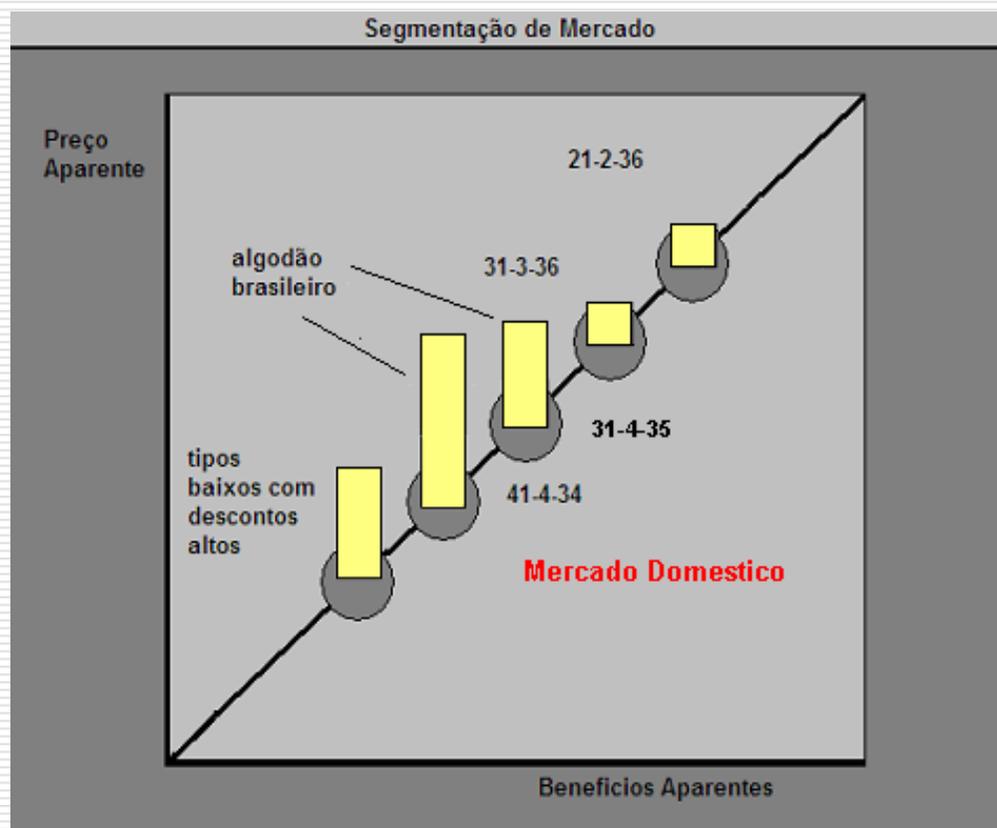
O quadro abaixo ilustra a segmentação do **mercado na exportação**. Em cada nível de preço/benefício existe um grupo de clientes dispostos a comprar esse produto, nesse preço e com esse níveis de benefícios.



O conceito é importante para ilustrar que não adianta produzir algodão na faixa de benefícios onde não existe demanda ... porque o esforço para conquistar o mercado vai recair somente no preço, e você cai para o segmento inferior, que exclui China !

Mapa de Valorização : Segmentação de Mercado

O quadro abaixo ilustra a segmentação do **mercado doméstico** onde observa-se que existe mais demanda para os tipos na faixa 41-4 & 31-4 do que os tipos finos, **contrário ao mercado da China !**



Por tanto, cabe a pergunta: vale a pena produzir uma parcela da produção para mercado nacional e uma parte com enfoque para exportação? **Como conquistar o mercado da China?** Como diferenciar-se ?

Problemas com o algodão brasileiro na exportação

- **excesso de folha e talo no algodão**
- **muita qualidade *SLM/SLM+* (41-4 / 31-4), pouco *Midd/SM* (31-3 / 21-2)**
- algodão encarneirado
- lotes não uniformes
- capa de fardos de baixa qualidade, rasgadas e que não cobrem o fardo por completo
- arames de baixa qualidade, fardos estourados
- atrasos nos *take-ups* e nos embarques
- HVI's sem precisão e/ou não disponíveis no *take-up*
- as instruções de embarque que não são cumpridas a risca
- embarque de lotes errados
- fardos que ficam sujos durante transporte, transbordo e estufagem
- perda frequente dos *deadlines* dos navios
- Falta de seriedade com a documentação de embarque: muitos erros & atrasos nas entregas dos documentos de embarque
- deficiências de logística de exportação, nas estradas, nos portos e muita burocracia, que resultam em perdas de embarques, atrasos nas entregas aos compradores finais.

Possível estratégia com enfoque na exportação?

- Enfocar **1/3** da safra para produzir um algodão para exportação de melhor qualidade que efetivamente possa competir com o algodão da Austrália, SJV, Califórnia/Arizona, MOT Fibermax, com **índice de folha 2 ou máx 3, livre de caule/talo;**
- Certificação de **algodão tipo exportação “premium”** com **“Selo de Qualidade”** por uma entidade séria e com credibilidade, para **algodão 31-3-36 para melhor** com 100% HVI dos fardos com dados confiáveis;
- Desenvolver uma campanha de “marketing” deste algodão;
- Etiquetagem dos fardos com código de barras e rastreabilidade pela internet no site da entidade certificadora da qualidade do algodão “premium”;
- Cumprir os contratos em tempo e conforme a qualidade vendida;
- Lotes uniformes & consistentes;
- Mostrar volume e continuidade de fornecimento;
- Vender imagem de algodão mecanizado, portanto, com mínima incidência de contaminação;
- Vender imagem de que somos politicamente corretos na área social, relações laborais, preservação ambiental, etc ...
- Controle do processo produtivo: seleção de sementes, controle de ervas daninhas, controle de pragas, da altura e desenvolvimento da planta e da colheita, utilizando as melhores práticas de manejo como MIP e MID, desfolhantes e maturadores, e melhores práticas na colheita;
- adotar melhores praticas no beneficio de algodão, com mais batedores, limpadores de pluma e limpeza da usina.

Benefícios da estratégia do enfoque de algodão exportação “premium”?

Que benefícios podemos oferecer a os nossos potenciais clientes, especialmente a China, para conseguir mais mercado e mais preço?

1. Benefício Funcional:

- Entregar o produto desejado e certificado com “Selo de Qualidade” e rastreabilidade;
- Entregar em tempo, sem atrasos : antecipar e gerenciar bem a entrega;
- Fornecimento regular, consistente, 12 meses por ano.

2. Benefício Processual:

- Transações fáceis, sem “dores de cabeça”;
- Experiências eficientes, agradáveis com execução e liquidação sem problemas;
- Informações precisas em tempo.

3. Relacionamento:

- Estabelecer conexões comerciais amistosas;
- Serviço personalizado e profissional;
- Transparência e bom fluxos de informações.

**Benefícios para o Brasil:
Conquistar o mercado da China !**

**Aproveitamos a oportunidade para convidar a todos a
participar do jantar da ANEA em Comandatuba
Muito obrigado.**

ANEA

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS EXPORTADORES DE ALGODÃO

IV Jantar ANEA

Hotel Transamerica - Comandatuba

17 - 19 de junho de 2005

www.aneacotton.com.br

email: aneacotton@uol.com.br

Phones: (55) (11) 3812 9148 / 3812 7803