

As oportunidades do mercado internacional de gás e óleo pós-crise

A crise de 2008 trouxe recessão, dificultou o acesso ao crédito, reduziu investimentos e diminuiu o volume de operações do comércio internacional. Isso fez com que as empresas revissem seus contratos, diminuindo suas compras e também os investimentos em vendas. Sua empresa já ganhou com isso?

Todas as vezes que um problema afeta a conjuntura de determinado segmento, surgem as oportunidades geradas pelo mesmo. Em 2008, este problema foi global e generalizado, afetando vários segmentos, países e mercados. E os efeitos desta crise foram sentidos ao longo do ano de 2009.

Com o petróleo e gás não foi diferente, a retração do mercado foi impressionante. Em 2008, o preço do barril de petróleo iniciou o ano seguindo o crescimento constante que vinha tendo desde o início de 2007, ano no qual quase alcançou a marca histórica dos U\$ 100 por barril. O que de fato não demorou a acontecer em 2008, quando, logo em seu primeiro trimestre, já superava a marca.

No começo do segundo semestre, o mesmo teve seu ápice ultrapassando o valor de U\$ 140 por barril, dali para adiante, após o estouro da crise, a queda foi vertiginosa. Ao final deste semestre, o seu preço chegou a ficar abaixo dos U\$ 40 por barril e os seus reflexos foram estendidos a toda a cadeia incluindo seus derivados.

Analisando os períodos de janeiro a outubro de 2009 e 2008, vemos que os combustíveis (incluindo o gás natural e seus produtos) tiveram grandes perdas no mercado internacional e brasileiro, tanto na exportação quanto na importação: para alguns produtos as quedas foram maiores que 50%, sendo que grande parte deles teve seu comércio interrompido após o começo da crise.

No mesmo período notou-se grande movimentação no caso dos óleos lubrificantes, quando houve aumento no volume com alguns países, apesar da diminuição global de seu volume de importação e exportação.

Observando estes mercados antes da crise em 2007, conseguimos prever cenários positivos para 2010. De acordo com estudos realizados pela



Eduardo Sausen Mallmann é gerente comercial de Importação da Level Trade Co.; especialista em Negócios Internacionais; pós-graduando em Gestão de Comércio Exterior e Negociações Internacionais, pela Fundação Getúlio Vargas; bacharel em Relações Internacionais pela Universidade do Sul de Santa Catarina. Possui anos de experiência na gestão de importação e exportação de comerciais importadoras e exportadoras (trading companies).



Foto: Banco de Imagens Stock.xcng e Agência Petrobras

agência internacional Goldman Sachs, o Brasil sairá da crise em 2010 e já em 2011 terá se recuperado da crise de 2008. Com isto em vista, podemos projetar o crescimento destes mercados para 2010.

Em 2007, a produção nacional de derivados de petróleo e gás natural era maior que o consumo interno, contudo cerca de 15% consumidos no país eram importados e isto supria a falta dos mesmos 15% da produção nacional que era exportada. Em razão da crise, essa proporção se alterou, a redução na quantidade exportada trouxe a atenção para o mercado nacional e com isso a diminuição das importações.

Todas estas movimentações no cenário internacional trazem grandes oportunidades para as empresas deste mercado. Na área de exportação, a busca por preços e a desistência de alguns mercados por parte das grandes corporações abriu as portas para a entrada de novos fornecedores, pode-se notar que em 2009 o Brasil abriu vários mercados antes não atendidos. Isto traz grandes oportunidades para as empresas brasileiras que desejam aumentar suas vendas e retomar o crescimento perdido em 2008.

Na importação, as oportunidades aparecem na realocação dos fornecedores internacionais. Muitos destes tiveram seus contratos de fornecimento rompidos e estão dispostos a encontrar novos parceiros em mercados ainda não atendidos. Com isto, conseguem-se melhores preços e contratos que vão além do simples fornecimento para um investimento em conjunto no mercado.

Contudo, para as empresas que pretendem se abrir para o mercado internacional é preciso ter muito cuidado e estudar bem as legislações vigentes no Brasil e no mercado em que se deseja focar.

A Constituição Federal do Brasil deixa claro em seu artigo 177, que as áreas de importação e exportação de gás, petróleo e derivados constituem-se monopólio da União e que esta poderá contratar outras empresas públicas ou privadas para a realização destas operações. Assim, toda empresa que queira trabalhar com estas áreas deste mercado, deverá ter isto contratado com o Estado.

Toda a operação de importação realizada deverá ter a anuência prévia da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), a qual fiscalizará se a operação de importação está dentro dos moldes preestabelecidos pela legislação brasileira.

As oportunidades para o setor no próximo ano são latentes e as empresas que estiverem com foco no crescimento de mercado terão muitas oportunidades para crescer, tendo em vista a movimentação do mercado devido à crise de 2008. Estando de acordo com a legislação brasileira, as empresas têm muito a ganhar operando no mercado internacional.

Deve-se ressaltar, no entanto, que não somente o fornecedor/cliente estrangeiro é necessário para que esta entrada seja rentável e duradoura. Os trâmites operacionais e a logística das operações devem estar muito bem casadas e para isto as parcerias são fundamentais.

Para as empresas que vislumbram as oportunidades criadas pela crise, seguem algumas dicas para entrar neste mercado com sucesso:

- planejar é fundamental, antes de começar seus processos o empresário deve entender a sistemática do segmento que busca e conhecer seus players, tanto na compra quanto na venda de produtos;
- buscar a melhor operação logística internacional, alinhando o fornecimento com as condições de transporte;
- utilizar-se das opções oferecidas pelos estados e Federação para a redução da carga tributária incidente, aliando-as à logística de distribuição nacional;
- procurar escritórios com agentes no exterior para facilitar as negociações e a busca por fornecedores.

Seja buscando novos fornecedores ou clientes no exterior, a crise abriu as portas para melhores negócios e renegociações. As oportunidades nestas áreas devem ser aproveitadas o quanto antes, pois com o aquecimento da economia o mercado tende a se restabelecer conforme sua prática habitual, podendo fechar as portas para as empresas que não souberem aproveitar. ■