

IDENTIFICAÇÃO DOS PRINCIPAIS COMPRADORES DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS BRASILEIROS

Rogério Eivaldo Freitas

Técnico de Planejamento e Pesquisa da Diretoria de Estudos e Políticas Setoriais de Inovação, Regulação e Infraestrutura (Diset) do Ipea

Este trabalho teve por objetivo identificar os principais compradores de produtos agropecuários brasileiros. Esta informação possibilitará, em estudos posteriores, a análise do potencial de crescimento destes parceiros comerciais e seus impactos na tela de oportunidades das exportações agropecuárias do país.

Reconhece-se que a produção de alimentos terá que dobrar até 2050, e no cotejo com outros grandes produtores mundiais de alimentos o Brasil detém boas condições relativas para expansão de sua base produtiva e para expansão de sua produção agropecuária.

Um produtor histórico de itens como açúcar e café, hoje o país apresenta conhecimento acumulado na produção, abastecimento interno e exportação de uma maior variedade de produtos agropecuários e de seus processados, aí se incluindo vinhos, sucos de frutas, carnes e suas preparações. Conforme estimativas de organismos internacionais, o Brasil será peça-chave nas exportações mundiais projetadas (2021-2022) de milho, soja em grão, carne bovina e carne de frango.

Isto posto, a metodologia do trabalho ancorou-se em ferramental estatístico e em trabalhos de negociação internacional, com vistas a identificar os principais mercados compradores do produto agropecuário brasileiro no período 1997-2013. Foram analisados os itens com maior participação no valor agropecuário exportado no intervalo 1989-2012.

De modo geral, Europa Ocidental e os vizinhos sul-americanos são relevantes em todos os grupamentos analisados, enquanto os países do Oriente Médio são mais significativos para as demandas de animais vivos e produtos do reino animal (proteínas em carnes e miudezas e em preparações de carnes) e os países africanos são importantes na demanda por produtos das indústrias alimentares brasileiras.

Em paralelo, são destacáveis os países líderes que apareceram simultaneamente no maior número de grupamentos de produtos. Neste recorte, Alemanha, Argentina, Japão e Holanda são os parceiros comerciais com maior presença, tendo surgido em cinco dos seis grupamentos estudados. Estados Unidos, Itália, Reino Unido e Venezuela surgiram simultaneamente quatro vezes, enquanto Chile, China, Paraguai, Espanha, Irã, Rússia e Uruguai apresentaram-se em três das seis seções NCM (Nomenclatura Comum do Mercosul) analisadas. Detalhamentos por grupamento de produto também foram encontrados no trabalho.

O estudo também permitiu identificar uma série de mercados intermediários, que eventualmente guardam o potencial para uma revigorada inserção internacional da produção agropecuária local.