

O potencial das exportações do agronegócio

Marcos Fava Neves¹

O desempenho das exportações

Em 2020, a população global alcançou a marca de 7,8 bilhões de habitantes, e seu crescimento continua acelerado em algumas regiões. O número de pessoas no mundo deve chegar à 9,7 bilhões em 2050, com destaque para regiões da África Subsaariana e da Ásia. A China, o país mais populoso do planeta, deve perder sua posição para a Índia já em 2027, que contará com 1,5 bilhão de habitantes e caminhando para 1,7 bilhão em 2050. (United Nations, 2019).

Nesse contexto, o Brasil tem emergido como um dos principais fornecedores globais de alimentos, resultado do uso intensivo de tecnologias, o que permite produzir mais com menos, do aperfeiçoamento da legislação ambiental e do desenvolvimento e uso de diferentes sistemas produtivos sustentáveis (Neves, 2014). Atualmente, o País é o terceiro maior exportador mundial de produtos agrícolas, sendo o principal *player* na comercialização de suco de laranja, soja, café, açúcar, carne bovina e de frango, além de ser o segundo maior nas vendas de algodão, o terceiro na de óleo de soja e milho e o quarto na de carne suína (Neves, 2021).

Entre os produtos exportados (Tabela 1), o complexo soja (grãos, farelo e óleo) tem sido o grande carro-chefe do portfólio nacional, com mais de US\$ 35 bilhões vendidos em 2020, ou 35% do total exportado, e crescimento de 106% na última década. Além desse segmento, destacam-se as carnes, com 17% de participação e US\$ 17,2 bilhões em vendas; os produtos flores-

tais, com 11,3%; o complexo sucroalcooleiro, que comercializou quase US\$ 10 bilhões, apesar da queda de 28% nos últimos dez anos; e os cereais (com ênfase para o milho), que cresceram 27,9% ao ano em 2000–2020, alcançando 6,88% de participação total nas exportações. (Brasil, 2021).

Em 2020, as exportações do agronegócio brasileiro totalizaram US\$ 100,8 bilhões, de acordo com Brasil (2021), além dos volumes recordes de vendas registrados na maioria dos meses. Por conta desses resultados, o saldo da balança comercial totalizou o superávit de US\$ 87,8 bilhões, sustentando o déficit dos demais setores, da ordem de US\$ 36,9 bilhões. O agronegócio é o grande responsável pela entrada de dólares no Brasil (Neves, 2021).

Mercados-alvo para exportações e amplitude de produtos e serviços com potencial

Alterações nas dinâmicas populacional e econômica fizeram com que a necessidade de aumento da produção agrícola fosse maior do que o previsto na década passada, conforme apresentado pela OECD-FAO... (2020). Nações que poderiam dividir com o Brasil a responsabilidade de alimentar o mundo, como China e Índia, sofrem com a escassez de recursos produtivos e se tornaram importadores de alimentos. Nesse sentido, o Brasil ainda tem ampla capacidade de expandir seu importante papel de

¹ Professor titular da Fearn/USP e Eaesp/FGV. E-mail: favaneves@gmail.com

Tabela 1. Brasil – Evolução das exportações do agro de 2000 a 2020.

Produto	2000		2010		2020		CAGR (%)
	Valor (US\$ milhão)	Participação (%)	Valor (US\$ milhão)	Participação (%)	Valor (US\$ milhão)	Participação (%)	
Complexo soja	4.189	20,4	17.106	22	35.240	35,0	11,9
Carnes	1.955	9,5	13.605	18	17.159	17,0	12,1
Produtos florestais	4.414	21,5	9.273	12	11.414	11,3	5,1
Complexo sucroalcooleiro	1.237	6,0	13.789	18	9.987	9,9	11,6
Cereais	64	0,3	2.715	4	6.893	6,8	27,9
Café	1.783	8,7	5.762	8	5.529	5,5	6,1
Fibras e produtos têxteis	840	4,1	1.446	2	3.526	3,5	7,8
Fumo e seus produtos	841	4,1	2.762	4	1.638	1,6	3,6
Sucos	1.089	5,3	1.925	3	1.603	1,6	2,1
Produtos de couro	2.154	10,5	2.637	3	1.249	1,2	-2,8
Outros	2.010	9,8	5.375	7	6.568	6,5	6,4
Total	20.577	100	76.396	100	100.807	100	8,7

Fonte: elaborado com base em Brasil (2021).

grande exportador de produtos agroindustriais e se consolidar como fornecedor sustentável de alimentos, bioenergia e outros produtos.

As projeções sobre a demanda mundial por alimentos seguem promissoras. Vários fatores têm influenciado essa perspectiva: crescimento populacional, aumento da renda per capita e taxas de urbanização; diversificação das dietas de alto consumo de proteínas; ampliação de programas de distribuição de renda e de alimentos; crescimento do mercado de rações em vários países; e conscientização sobre os biocombustíveis, já que as pressões por sustentabilidade se tornam cada vez maiores, entre outros.

Dessa forma, compreender os fatores que afetam a demanda de alimentos e identificar em que países ela poderá ser mais promissora é um passo importante em direção ao desenvolvimento das exportações brasileiras, que permitirá a diversificação de mercados compradores e, assim,

reduzir a dependência da China, país de destino de 33,7% das vendas do Brasil (Brasil, 2021).

Para entender como e onde crescerão os mercados, o que permitirá projetar seu crescimento e criar estratégias de posicionamento para atuação em cada um deles, quatro passos são importantes (Tabela 2): o primeiro é composto pela análise da situação de importações realizadas por países selecionados nos últimos dez anos. No segundo, busca-se entender quais são as variáveis importantes a considerar sobre o futuro desses mercados importadores, levantando os dados para cada um dos mercados-alvo. No terceiro, o objetivo é a construção de estimativas para os próximos dez anos sobre a performance de importações, baseada na evolução das variáveis de projeção. Finalmente, no quarto, apresenta-se um portfólio de estratégias disponíveis que podem proporcionar ganhos de participação nesses mercados, nos âmbitos público e privado.

Tabela 2. Brasil – Mercados-alvo para exportações de alimentos.

Principais países importadores e valores	Variáveis para projeções das importações	Estimativas para os próximos dez anos	Desenho de estratégias públicas e privadas
1 – Principais produtos importados pelos países	1 – Populações: tamanho, idade, crescimento e urbanização	1 – Elaborar as projeções por produtos	1 – Estratégias públicas de aberturas de mercados e construções de acordos comerciais, sanitários e outros
2 – Evolução das importações em quantidades e valores nos últimos dez anos	2 – Geração crescente de renda (PIB)	2 – Elaborar as projeções agregadas de importações dos próximos dez anos	2 – Estratégias público-privadas de entradas em mercados
	3 – Evolução da distribuição de renda		3 – Estratégias privadas de entradas em mercados
	4 – Recursos valiosos de exportação		
	5 – Escassez de recursos produtivos agrícolas		
	6 – Legislação favorável às importações		
	7 – Evolução de política de políticas de biocombustíveis		
	8 – Presença de canais de distribuição e Logística para importações		
	9 – Taxa de câmbio favorável às Importações (valorizada)		
	10 – Comportamento do consumidor favorável ao consumo		

Fonte: Neves (2021).

Quando se fala em exportações do agro, é interessante ter a visão holística de toda a cadeia produtiva para entender que existem diversos outros produtos com potencial exportador. Pode-se dividi-las em oito categorias (Figura 1), cada qual com uma estratégia de crescimento. Na categoria de produtos finais embalados, por exemplo, estão os produtos alimentícios ou outros que sejam vendidos já embalados, com a marca da empresa compradora, do varejista ou do próprio produtor no Brasil. Essa venda deve ganhar cada vez mais impulso com as novas plataformas comerciais (*market-places*), bem como pelas importações de grandes redes varejistas em suas práticas de *global sourcing*.

Mapa de estratégias para consolidar a posição exportadora: custos, diferenciação e ações coletivas

Existem, no entanto, desafios ao posicionamento do agro brasileiro, tanto em âmbito nacional quanto no internacional, e, para superá-los, é preciso evidenciar todos os diferenciais competitivos do País e a sustentabilidade incorporada às cadeias produtivas.

Assim, entende-se que o Brasil deve se posicionar não só como fornecedor mundial de alimentos, mas que o País transmita todo o seu diferencial competitivo como fornecedor mundial sustentável de alimentos.



Figura 1. Possibilidades de agroexportações.

A Tabela 3 mostra resumidamente três grandes grupos de estratégias a serem aplicadas para o agro brasileiro – as que visam promover vantagem de custos, as que visam fortalecer a diferenciação e as que são sugeridas no âmbito da ação coletiva.

Os esforços coletivos, ainda que contando com a atuação específica de cada ente envolvido, devem contribuir significativamente para a imagem do País, seu desenvolvimento sustentável e os consequentes benefícios nas esferas econômica, ambiental e social, ao mesmo tempo que atuam no nível internacional como parte essencial da garantia da segurança alimentar global.

Portanto, as oportunidades são muitas, e boas estratégias permitirão com que o País incremente suas exportações, criando assim desenvolvimento e oportunidades às pessoas.

Referências

- BRASIL. Ministério da Economia. **Estatísticas de Comércio Exterior**. 2021. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comercio-exterior/estatisticas-de-comercio-exterior>>. Acesso em: 19 jan. 2021.
- NEVES, M.F. (Coord.). **Ferramentas para o futuro do agro**. São Paulo: Gente, 2021. 321p.
- NEVES, M.F. **The Future of Food Business: the facts, the impacts and the acts**. 2nd ed. New Jersey: World Scientific, 2014. DOI: <https://doi.org/10.1142/8567>.
- OECD-FAO Agricultural Outlook 2020-2029. Rome: FAO; Paris: OECD, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.1787/1112c23b-en>>. Acesso em: 26 ago. 2020.
- UNITED NATIONS. **World Population Prospects**. 2019. Disponível em: <<https://population.un.org/wpp/Publications>>. Acesso em: 27 ago. 2020.