

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

Resultados da pesquisa



SUMÁRIO

PALAVRA DO PRESIDENTE	5
SUMÁRIO EXECUTIVO - PESQUISA DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO	6
PESQUISA DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO	11
2. Introdução	12
3.1 Elaboração do questionário e definição dos desafios	14
3.2 Procedimento de coleta / Implementação da pesquisa	16
3.3 Estratégia de divulgação	16
3.4 Amostra obtida, margem de erro e nível de confiança	17
3.5 Como os segmentos de produtores e análise da criticidade dos impactos serão explorados nesse relatório	19
4.1 Características Gerais	21
4.2 Características específicas de cada Segmento analisado	27
4.2.1 Exportadores	28
4.2.2 Pretendentes	33
4.2.3 Sem Intenção	37
5.1 Desafios de Infraestrutura e Logística (IL)	39
5.2 Desafios Econômicos e Tributários (ET)	40
5.3 Desafios Relacionados a Processos Aduaneiros e Alfandegários (PA)	42
5.4 Desafios de Comércio Exterior e Promoção Comercial (CP)	43
5.5 Desafios de Compliance e Capacidades (CC)	44
5.6 Ranking Geral dos Principais Desafios	46
6.1 Desafios de Infraestrutura e Logística (IL)	48



SUMÁRIO

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DO AGRICULTOR BRASILEIRO

6.2 Desafios Econômicos e Tributários (ET)	49
6.3 Desafios relacionados a Processos Aduaneiros e Alfandegários (PA)	50
6.4 Desafios de Comércio Exterior e Promoção Comercial (CP)	51
6.5 Desafios de Compliance e Capacidades (CC).....	52
6.6 Região Sul: Visão geral e principais desafios	53
6.7 Região Sudeste: Visão geral e principais desafios	55
6.8 Região Centro-Oeste: Visão geral e principais desafios.....	56
6.9 Região Nordeste: Visão geral e principais desafios	57
6.10 Região Norte: Visão geral e principais desafios.....	59
10.1 Contexto atual e relevância da produção do agronegócio para o Brasil	73
10.2 Contexto atual e relevância do agronegócio para as exportações brasileiras	78
10.3 Coeficiente de exportação de produtos agrícolas nos estados	82
12.1 Coeficiente de Exportação do Agronegócio Brasileiro	87
12.2 Coeficiente de Exportação: Quantidade	89
12.3 Coeficiente de Exportação: Valor	91



PALAVRA DO PRESIDENTE

O agronegócio brasileiro cresce ano a ano. Além de garantir o abastecimento interno, o setor vem batendo recordes de exportação. Em 2023, as vendas externas de produtos agropecuários somaram US\$ 166 bilhões, praticamente metade das exportações totais do Brasil.

O comércio exterior em expansão e o aumento da demanda nacional e internacional por alimentos são decisivos ao desenvolvimento econômico do País e à ampliação da renda do produtor rural.

Atualmente, o Brasil possui cerca de 28,5 mil empresas operando no comércio exterior, número que pode ser ampliado com a entrada de mais produtores rurais no mercado internacional, vendendo diretamente seus produtos.

Com o objetivo de aumentar a participação do produtor rural no comércio exterior, a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) lança essa pesquisa inédita Desafios à Internacionalização do Agro Brasileiro.

Nossa expectativa é identificar os principais obstáculos enfrentados pelos produtores na jornada da internacionalização e, a partir dos resultados obtidos, propor ações de superação dos desafios e de estímulo ao comércio exterior, para que o agro possa continuar crescendo e contribuindo ao desenvolvimento socioeconômico do País.

João Martins da Silva Junior
Presidente

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

Resultados da pesquisa

SUMÁRIO EXECUTIVO - PESQUISA DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO



O comércio internacional de produtos agrícolas movimentou cerca de US\$ 2,02 trilhões em 2022, segundo dados do Trade Map, organizados e disponibilizados pelo International Trade Centre (ITC). Neste contexto, o Brasil desempenha um papel bastante relevante tanto na produção quanto no mercado global de alimentos e demais produtos relacionados ao agronegócio, exercendo a liderança e sendo referência mundial de eficiência para uma série de produtos e setores, como soja, suco de laranja, milho, açúcar, celulose, café, algodão e carnes.

Entretanto, apesar dos sucessos obtidos, ainda existe uma série de desafios a serem contornados para que o país possa aproveitar outras oportunidades que se desenham no cenário internacional a fim de ampliar ainda mais sua presença nas exportações de produtos agrícolas, tanto pela diversificação de produtos da pauta exportadora quanto pelo acesso a novos mercados.

A elevada concentração de produtos na pauta de exportação brasileira pode indicar dificuldades dos agricultores brasileiros em diversificar e agregar valor em especial aos produtos que não são as principais commodities – como frutas, mel, pescados, alimentos processados –, seja por questões internas – como logística e aspectos regulatórios e tributários – por barreiras e exigências impostas por outros países, falta de clareza e consistência nas ações de promoção comercial ou mesmo desconhecimento e dificuldades iniciais com relação aos processos para abrir mercados

O objetivo desta pesquisa realizada pelo Sistema CNA/Senar é justamente o de identificar, na visão dos produtores rurais, quais são os principais problemas e dificuldades enfrentados no processo de exportação de produtos agrícolas para, posteriormente, avaliar as ações que busquem solucioná-los e minimizá-los de modo a facilitar e favorecer a internacionalização do setor como um todo.

Foram selecionados 36 desafios a serem avaliados sob a ótica do grau de impacto para a atividade exportadora. Estes desafios foram organizados em 5 dimensões ou grupos, e os seus resultados avaliados à luz de variáveis relacionadas ao perfil do produtor e da propriedade:

- Infraestrutura e Logística
- Econômico e Tributário
- Aduaneiro e Alfandegário
- Política de Comércio Exterior e Ações de Promoção
- Compliance e Informacional

A pesquisa contou com a participação de 899 produtores rurais (amostragem aleatória simples por adesão) que responderam um questionário on-line entre os meses de julho e setembro de 2023. Desse total, 271 respostas (30%) foram provenientes de produtores da região Sudeste, 235 (26%) do Nordeste, 168 (19%) do Centro Oeste, 143 (16%) do Sul e 82 (9%) da região Norte. Além de uma boa dispersão em termos de localização geográfica, os produtores entrevistados desenvolvem uma gama bastante diversa de atividades. Ao todo foram mapeados mais de 20 tipos de atividades desenvolvidas, cumprindo um dos objetivos da pesquisa no quesito de envolver diferentes visões sobre o processo de internacionalização.

Os produtores também foram divididos em 4 grupos que englobam diferentes categorias segundo a experiência com a exportação:

- Exportadores: 239 (27%)
- Pretendentes: 327 (36%)
- Sem intenção (que não manifestam a intenção de exportar): 174 (19%)
- não sabem (os que não souberam responder se exportam ou não): 159 (18%)

Os resultados mostram que **o problema que mais afeta o processo de internacionalização é a falta de estratégia governamental para o mercado externo**, classificado como de alto impacto por **67,6% dos respondentes**. Na sequência, entre os maiores entraves, aparecem a qualidade da infraestrutura, a taxa de juros, o custo do transporte doméstico, a complexidade da legislação e das regras no Brasil, falta de promoção comercial, acesso à crédito, dificuldade para elaborar um plano de internacionalização, burocracia documental e volatilidade de câmbio foram os outros desafios classificados como relevantes por mais de 56% dos entrevistados.





Interessante ressaltar que os principais problemas enfrentados pelos produtores são similares entre grupos e regiões, o que muda é a ordem entre eles e o nível de frequência com que cada desafio é apontado. Contudo, existem particularidades em termos de desenvolvimento econômico, disponibilidade de mão-de-obra qualificada, maturidade do setor exportador e aspectos organizacionais do setor (como presença de cooperativas e empresas exportadoras) que refletem algumas diferenças na frequência com que os desafios são apontados como de alto impacto.

O grupo dos exportadores, por exemplo, tende a avaliar de forma mais crítica os desafios mais operacionais e que fazem parte dos processos e do dia a dia da exportação. Já para os pretendentes, os desafios relacionados aos processos iniciais da internacionalização, como exigências de documentação, planejamento, desenvolvimento de competências e cumprimento de regras e normas, são avaliados como mais críticos do que para os demais grupos.

Sob a ótica regional, os desafios com alto impacto apresentaram uma frequência maior nas regiões Norte e Nordeste do país, que são as que, de fato, mais carecem de infraestrutura e recursos necessários para a exportação. No Centro-Oeste, diversos fatores Econômicos e Tributários ganharam uma posição de destaque no ranking, destoando das demais regiões. Para o Sul e Sudeste, a dimensão de Comércio Exterior e Promoção Comercial se revelou a mais sensível.

Os resultados mostram que as cooperativas desempenham um papel bastante relevante para fomentar a internacionalização e apoiar o produtor nesse processo nas suas regiões de atuação. Da mesma forma, o Sistema CNA/Senar foi bastante citado como instituição de apoio nas diversas regiões do país e especialmente no grupo dos pretendentes. Por outro lado, muitos produtores relatam não ter recebido nenhum tipo de assistência para iniciar a exportação ou durante o processo de avaliação para acessar o mercado externo, o que aponta para necessidade de melhorias nesse tipo de apoio.

Os desafios apresentados não são pequenos e para resolvê-los é preciso que haja um esforço coordenado das várias esferas envolvidas – governo federal, governos estaduais, iniciativa privada, associações setoriais e instituições como o Sistema CNA/Senar – na busca de soluções que possam facilitar cada vez mais o processo de internacionalização dos produtores, seja de suporte direto à capacitação do produtor rural, seja pela busca, incentivo e promoção de políticas públicas e investimentos privados para a expansão da pauta agroexportadora brasileira, promovendo o desenvolvimento socioeconômico do país.



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

Resultados da pesquisa

PESQUISA DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO



A Pesquisa sobre os Desafios à Internacionalização do Agro Brasileiro é uma iniciativa que busca mapear os principais entraves aos produtores rurais que desejam acessar mercados estrangeiros.

Mesmo sendo um dos maiores exportadores de produtos agropecuários do mundo – em valores e volumes –, o Brasil ainda tem uma baixa diversificação na pauta exportadora, o que limita a participação de produtores rurais no mercado internacional. Em alguns produtos, como soja, açúcar, café, celulose, fumo e carnes, o Brasil possui um mercado bastante desenvolvido, com grande relevância tanto na produção como no comércio global. Por outro lado, há produtos que o país possui importância na produção mundial, mas baixa relevâncias no comércio internacional, como frutas, mel, pescados e até mesmo na consolidação de cafés especiais.

Entendendo as oportunidades de diversificação de clientes, aumento de renda e modernização das propriedades por meio da implementação de mecanismos que qualifiquem a produção para acessar mercados exigentes e pela profissionalização da gestão nas propriedades, a Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil – CNA decidiu realizar a presente pesquisa.

Partindo dos resultados coletados será possível realizar um mapeamento dos desafios críticos para a decisão do produtor em exportar e construir alternativas para mudar essa realidade.

2. Introdução

A internacionalização é um processo que amplia a atuação de uma empresa, ou de um setor, partindo do âmbito doméstico para além das fronteiras do país. Tal estratégia apresenta, de modo geral, benefícios relacionados à expansão de mercado, redução do risco – quanto maior o número de mercados atingidos, menos dependente o país fica de um único comprador – e estímulo à inovação, uma vez que há maior exposição à competição com outros países e empresas.

Figura 1 – Benefícios do processo de internacionalização



Fonte: Sistema CNA/Senar. A trilogia da exportação com o Agro.BR, volume 01. Adaptado pela Agroconsult.

A expansão da atuação no mercado externo pode ocorrer de forma diferenciada e abranger diferentes estratégias como: importação, exportação, joint ventures, franquias, investimento direto e indireto, bem como a produção de produtos e prestação de serviços em outros países (Sebrae, 2022)¹. A estratégia escolhida varia de acordo com características particulares dos agentes envolvidos, sendo a intensidade e ritmo do processo de internacionalização influenciado também por diferentes cenários dos mercados nacional e internacional.

Um dos passos mais comumente observados no processo de internacionalização do agronegócio – e que é foco deste projeto – é a exportação de bens e serviços. Em geral, trata-se do primeiro movimento da empresa no sentido de estabelecer relações com o exterior. A exportação pode ocorrer de forma indireta – quando o produtor ou agroindústria contrata ou vende seu produto para um intermediário realizar a exportação – ou direta – quando o produtor ou agroindústria cuida de todos os trâmites desde a negociação até a entrega no país de destino do produto, recebendo o valor da venda em moeda estrangeira.

1. O que é internacionalização e quais vantagens para sua empresa? Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/o-que-e-internacionalizacao-e-quais-as-vantagens-para-sua-empresa>



Segundo dados do *Trade Map*, organizados e disponibilizados pelo *International Trade Centre (ITC)*, o comércio internacional de produtos agrícolas movimentou cerca de US\$ 2,02 trilhões em 2022. Neste contexto, o Brasil desempenha um papel bastante relevante tanto na produção quanto no mercado global de alimentos e demais produtos relacionados ao agronegócio, exercendo a liderança e sendo referência mundial de eficiência para uma série de produtos e setores (conforme explorado na seção seguinte).

Apesar dos avanços e sucessos obtidos nas últimas décadas, ainda existe uma série de desafios a serem contornados para que o país possa aproveitar outras oportunidades que se desenharam no cenário internacional a fim de ampliar ainda mais sua presença nas exportações de produtos agrícolas, tanto pela diversificação de produtos da pauta exportadora quanto pelo acesso a novos mercados.

O objetivo desta pesquisa desenvolvida pela CNA é justamente o de identificar, na visão dos produtores rurais, quais são os principais problemas e dificuldades enfrentados no processo de exportação de produtos agrícolas para, posteriormente, avaliar as ações que busquem solucioná-los e minimizá-los de modo a facilitar e favorecer a internacionalização do setor como um todo.

3. Aspectos metodológicos da pesquisa

A iniciativa teve como público-alvo os produtores rurais das 27 unidades da federação e que desenvolvem as mais diversas atividades no campo. Procurou-se avaliar a percepção dos entrevistados com o processo de exportação considerando tanto os que já estão inseridos nessa atividade, como os que ainda não exportam, além de traçar um perfil desses produtores.

Foram utilizadas, como variáveis de estratificação, a região geográfica e a classificação do produtor em relação à sua experiência ou decisão sobre exportação.

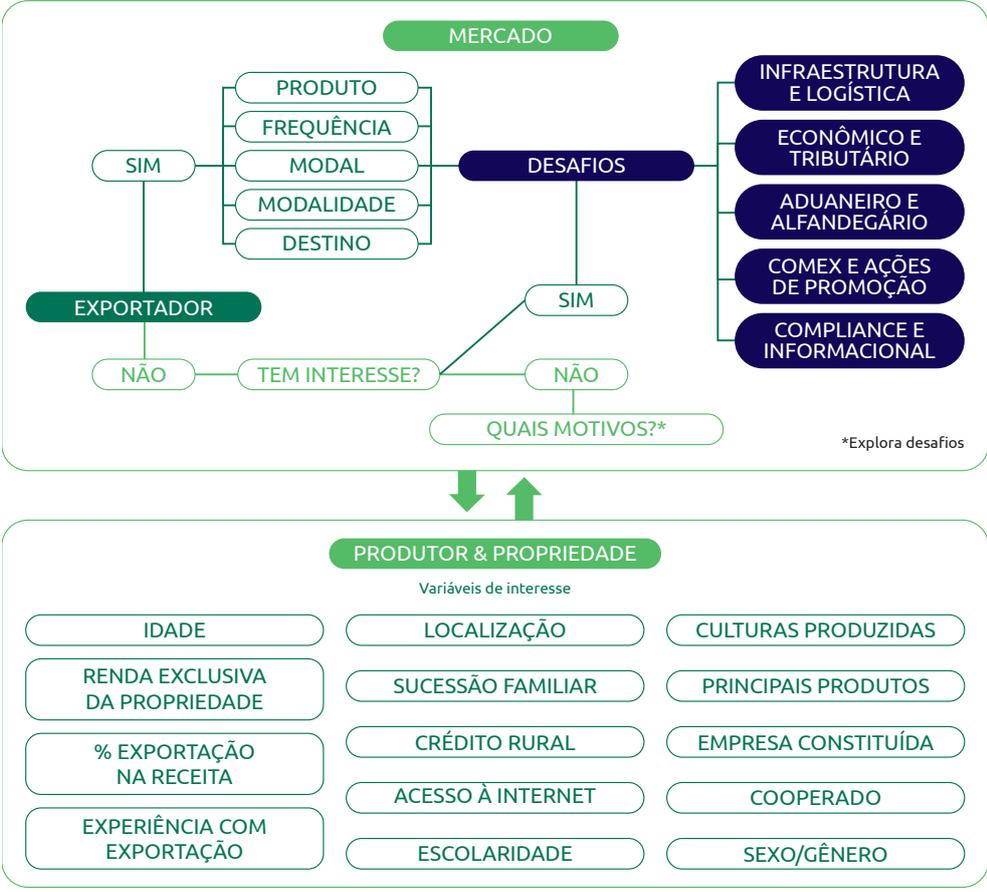
3.1 Elaboração do questionário e definição dos desafios

Para selecionar os entraves listados nesta primeira edição da pesquisa, uma série de ferramentas e métodos foram utilizados:

- mapeamentos e estudos previamente conduzidos pela Diretoria de Relações Internacionais da CNA;
- consulta prévia a produtores rurais com experiência em exportação;
- entrevistas com especialistas no setor;
- desafios já mapeados em outras iniciativas similares;
- revisão de literatura sobre o tema (artigos acadêmicos, relatórios técnicos, estudos setoriais etc.).

Foram selecionados 36 desafios a serem avaliados sob a ótica do grau de impacto para a atividade exportadora. Estes desafios foram organizados em dimensões ou grupos (não apresentados aos respondentes) e os seus resultados avaliados à luz de variáveis relacionadas ao perfil do produtor e da propriedade, conforme ilustra a Figura 2.

Figura 2 – Visão geral das variáveis de interesse e organização da pesquisa



Fonte: Elaboração própria.



Pesquisa Desafios à Internacionalização

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRÔ BRASILEIRO

O grau de impacto dos 36 fatores abordados na pesquisa foi avaliado através de uma escala que varia de 1 a 5, onde “1” indica que o fator em questão não causou impacto e “5” indica que foi um entrave crítico. Foi incluída também uma opção para os casos em que o respondente entendeu que o que estava sendo explorado não se aplicava ao seu caso ou quando ele não sabia avaliar o desafio em questão (Não se aplica/ Não sei), conforme exposto na Figura 3.

Figura 3 – Escala completa de impactos à exportação

1	2	3	4	5	6
Não impacta	Impacta pouco	Impacto moderado	Impacta muito	Entrave crítico	Não sei ou não se aplica

Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

3.2 Procedimento de coleta / Implementação da pesquisa

O levantamento foi realizado por meio de formulário on-line acessado diretamente via e-mail – enviado para produtores cadastrados no Sistema CNA/Senar – ou via hot site da pesquisa². Utilizou-se a plataforma SurveyMonkey® para elaboração do formulário, disparo dos e-mails para lista de contatos e monitoramento das respostas.

O questionário permaneceu disponível para respostas de todo o público no período de 10 de julho a 3 de setembro de 2023.

3.3 Estratégia de divulgação

A divulgação da pesquisa envolveu diferentes estratégias que foram ajustadas durante o período em que o formulário permaneceu disponível para o público, visando aumentar a adesão dos produtores:

2. Disponível em: <https://cnabrazil.org.br/paginas-especiais/pesquisa-desafios-a-internacionalizacao-do-agro-brasileiro>

- Disparo do formulário por e-mail aos contatos cadastrados na plataforma de relacionamento do Sistema CNA/Senar, gerida pela DOT Digital Group;
- Envio do formulário de pesquisa via WhatsApp e/ou SMS para grupos específicos;
- Disponibilização do formulário via hot site;
- Divulgação nas plataformas de comunicação do Sistema CNA/Senar;
- Divulgação com apoio dos técnicos de campo da Assistência Técnica e Gerencial (ATeG);
- Divulgação direcionada via programa de rádio executada pela área de relacionamento do Sistema CNA/Senar;
- Divulgação via Associações Setoriais;
- Ações de divulgação específicas presenciais e virtuais visando ampliar o retorno em regiões com baixo índice de sucesso nas etapas anteriores.

3.4 Amostra obtida, margem de erro e nível de confiança

A população objeto dessa pesquisa é representada pelos 5.073.324 estabelecimentos rurais levantados pelo último Censo Agropecuário³ disponível, realizado em 2017.

Como ressaltado anteriormente, o questionário foi disparado para um mailing de produtores cadastrados no Sistema CNA/Senar e permaneceu disponível na plataforma on-line para ser acessado por qualquer produtor. Durante o desenvolvimento da pesquisa foi realizado um grande esforço de divulgação para que a amostra final atingisse um bom nível de confiança e uma baixa margem de erro. A técnica para geração da amostra adotada no estudo é conhecida como Amostragem Aleatória Simples por Adesão.

3. Última edição disponível na época de realização desta pesquisa



Ao final, foram obtidos 899 questionários válidos. Esse tamanho de amostra permitiu um nível de confiança de 95% e margem de erro de 3,19% para análise dos resultados em âmbito nacional⁴, conforme ficha técnica detalhada na Figura 4.

Figura 4 – Ficha técnica da pesquisa

Ficha técnica da pesquisa	
Objetivo: identificar, junto aos produtores rurais, os principais desafios para a exportação no setor rural	Nível de confiança: 95%
Abrangência: Brasil	Margem de erro: 3,19%
Universo: Produtores rurais	Variáveis observadas: experiência com exportação, avaliação dos desafios, características do negócio, dentre outras
Amostragem: Aleatória simples por adesão	Coleta de dados: formulário eletrônico em portal, com link enviado por e-mail e aplicativo de mensagens
Respostas válidas: 899 respondentes	

Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Para a estratificação por região e grupo (definido pela experiência com a exportação), a margem de erro e nível de confiança obtidos foram os seguintes:

Figura 5 – Margens de Erro e Níveis de Confianças para os estratos da amostra

Corte	Amostra	Margem de Erro	Nível de Confiança
Brasil	899	3.19%	95%
Segmentos			
Exportadores	239	5,29%	90%
Pretendentes	327	4,51%	
Sem Interesse	174	6,21%	
Não sabem*	159	–	
Regiões geográficas			
Sudeste	271	4.34%	85%
Nordeste	235	4,67%	
Centro-Oeste	168	6,53%	
Sul	143	6,00%	
Norte	82	7,93%	

Fonte: Elaboração própria

4. A margem de erro e nível de confiança da amostra foram calculados com base na equação a seguir $n = (Z^2 * p * (1-p)) / e^2$, onde n = tamanho da amostra, Z = intervalo de confiança, p = proporção esperada (distribuição), e = margem de erro

3.5 Como os segmentos de produtores e análise da criticidade dos impactos serão explorados nesse relatório

Os produtores foram divididos em 4 grupos que englobam diferentes categorias segundo experiência com a exportação: os **exportadores**, os **pretendentes**, os **sem intenção** (que não manifestam a intenção de exportar) e os que **não sabem** (não souberam responder se exportam ou não).

Os exportadores envolvem os que exportam diretamente, dominando total ou parcialmente o processo, e os que realizam a atividade de forma indireta, tanto através de consórcio de produtores como utilizando empresas intermediárias como tradings ou cooperativas.

No grupo de **pretendentes** se encontram as categorias que já decidiram que querem e os que estão avaliando a possibilidade de exportar.

O quadro a seguir resume a classificação de produtores, de acordo com sua experiência com o comércio exterior (Figura 6).

Figura 6 – Grupos e Categorias de produtores avaliados na pesquisa

Segmentos	Categorias de Produtores
Exportadores	Exporto diretamente: cuidado de todo processo de comercialização e distribuição até o cliente final
	Exporto diretamente: sei quem é o cliente final, mas contrato serviços de empresas para me auxiliar em alguns processos
	Exporto indiretamente via consórcio de exportação com outros produtores da minha região
	Exporto indiretamente: vendo meu produto para uma cooperativa, trading ou empresa exportadora que negocia meu produto no mercado externo
Pretendentes	Não exporto, mas já decidi que quero exportar
	Não exporto e estou avaliando a possibilidade de exportar
Sem intenção	Não exporto e nem tenho intenção de exportar
Não sabem	Não sei

Fonte: *Elaboração própria*



Pesquisa Desafios à Internacionalização

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DO AGRO BRASILEIRO

Já para avaliar a criticidade dos impactos de cada um dos 36 desafios, optou-se por agrupar as notas atribuídas visando ilustrar, de forma mais clara e simples, o nível de impacto percebido pelo produtor. As maiores notas, “4” ou “5”, representadas pelas opções “Impacta muito” e “Entrave crítico”, respectivamente, caracterizam o que será tratado no estudo como Impacto Alto (IA). As notas “2” e “3”, respectivamente “Impacta pouco” e “Impacta moderadamente”, foram agrupadas para caracterizar um Impacto Médio (IM), enquanto as demais se mantiveram com a mesma nomenclatura (Figura 7).

O foco da análise dos resultados obtidos nesta pesquisa, como se verá adiante, será a importância atribuída ao Impacto Alto (IA) pelos produtores. Apenas **Exportadores, Pretendentes e Sem Intenção** avaliaram os desafios.

Figura 7 – Escala agrupada dos impactos à exportação

Sigla	Agrupamento	Notas
AI	Impacto alto	5. Entrave crítico 4. Impacta muito
IM	Impacto Médio	3. Impacta moderadamente 2. Impacta pouco
NI	Não impacta	1. Não impacta
NA/NS	Não se aplica / Não sei	Não se aplica / Não sei

Fonte: Elaboração própria

Além de avaliar os diferentes desafios através da escala de 1 a 5, ao final do questionário os produtores rurais também puderam indicar, de forma dissertativa, outros problemas críticos que eventualmente não foram colocados para avaliação na pesquisa, além de sugerir ações para resolver ou minimizar os desafios citados.

4. Características e Perfil dos Produtores Respondentes

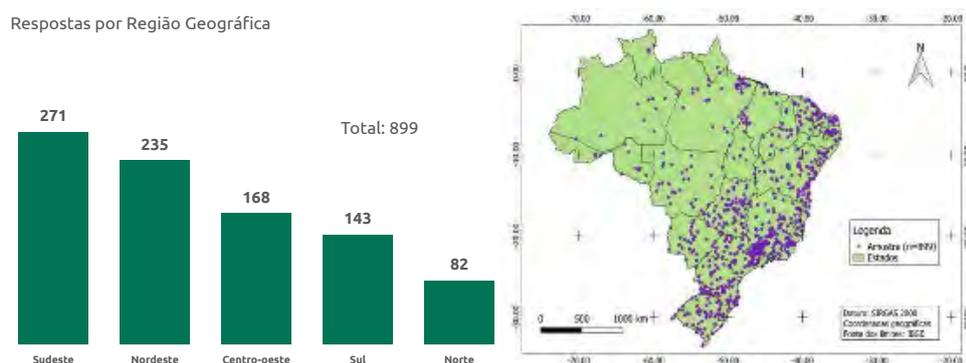
Nesta seção serão apresentadas as principais características dos produtores que responderam à pesquisa. Essas características envolvem aspectos relacionados à propriedade e à gestão do negócio como: experiência com exportação, atividades desenvolvidas, perfil de renda,

processo de sucessão, existência de cadastro de CNPJ e participação em cooperativas e sindicatos. Além disso, a pesquisa explorou também algumas características pessoais dos respondentes tais como a função que exerce na fazenda, idade, escolaridade e sexo.

4.1 Características Gerais⁵

Do total das 899 respostas válidas obtidas pela pesquisa, 271 (30%) são provenientes de produtores da região Sudeste, 235 (26%) do Nordeste, 168 (19%) do Centro Oeste, 143 (16%) do Sul e 82 (9%) da região Norte. Importante ressaltar que todos os estados brasileiros se encontram representados na pesquisa (Figura 8).

Figura 8 – Mapa de dispersão dos respondentes e Número de respostas região geográfica



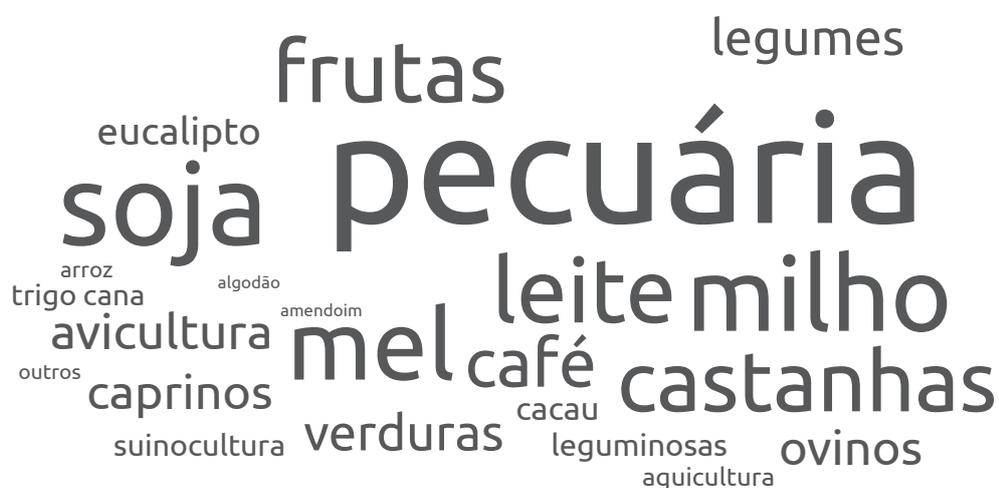
Fonte: Elaboração própria

Além de uma boa dispersão em termos de localização geográfica, os produtores entrevistados desenvolvem uma gama bastante diversa de atividades. Ao todo foram mapeados mais de 20 tipos de atividades desenvolvidas nas propriedades, cumprindo um dos objetivos da pesquisa no quesito de envolver diferentes visões sobre o processo de internacionalização.

5. Ao longo dessa seção, algumas perguntas referentes ao perfil dos produtores terão como base 899 respondentes e outras, 799. A diferença de base depende da localização da pergunta no questionário. Isso porque alguns produtores não quiseram responder às questões de perfil que ficavam na última seção do formulário.



Figura 9 – Perfil das atividades desenvolvidas pelos entrevistados



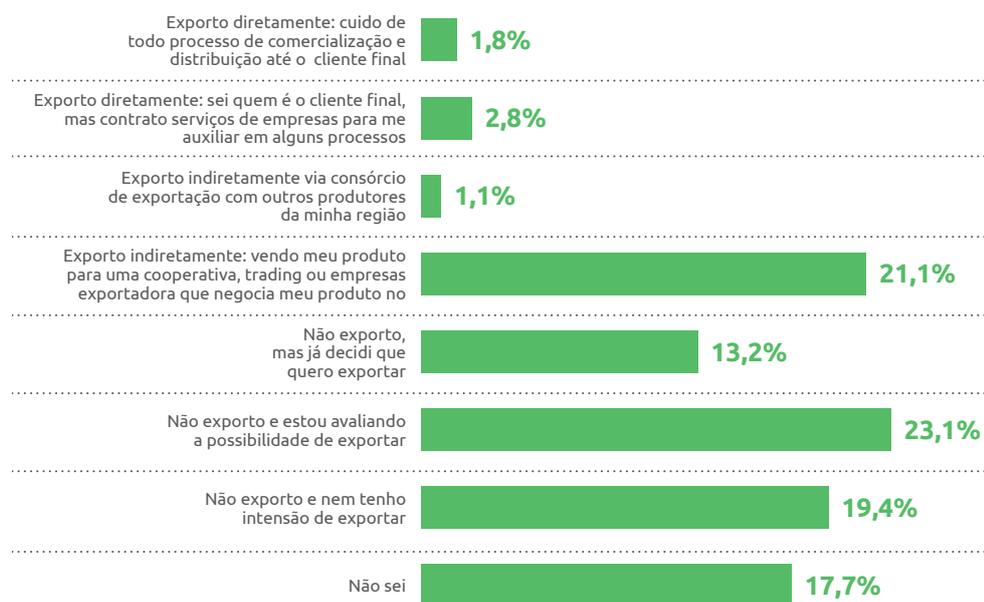
Fonte: Elaboração própria.

Com relação à experiência dos produtores entrevistados com relação à exportação, a pesquisa confirma que de fato poucos produtores exportam diretamente (4,4%). Mas, de modo geral, independentemente da modalidade de exportação (direta ou indireta), 26,6% dos entrevistados declararam que já exportam. Nesta pesquisa esses produtores compõem o grupo denominado **Exportadores**. A maior parte desse grupo realiza a exportação através de intermediários, como tradings e/ou cooperativas.

O grupo dos **Pretendentes**, composto por produtores que não exportam, mas já decidiram exportar ou estão avaliando essa possibilidade, representa a maior parte dos entrevistados (36,3%). Isso demonstra o interesse de grande parte dos produtores em acessar o mercado internacional e em entender mais sobre o assunto.

Do total consultado foram ainda identificados os produtores que não exportam e não têm intenção de exportar, que perfazem um total de 19,4%, tratado aqui como grupo **Sem Intenção**, e um percentual considerável, de 17,7%, que não sabem se seu produto é exportado, o grupo dos que **Não Sabem** (Figura 10).

Figura 10 – Categorias de produtores pesquisados (%) – resposta única



Base: 899. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Quanto à relevância da produção agropecuária na renda total dos produtores, o resultado geral revela que cerca da metade dos respondentes apresenta mais de 60% da renda oriunda da atividade agropecuária. Replicando a mesma análise por grupo, 73% dos **exportadores**, uma maioria expressiva, apresentam mais de 60% da renda originária da atividade agropecuária. Entre os **pretendentes**, observa-se que 43% do total tem mais de 60% da renda oriunda da agropecuária e, entre os **sem intenção**, o percentual é de 38%. A dependência exclusiva da atividade agropecuária é verificada em 40% dos **exportadores**, enquanto nos demais grupos esse percentual está próximo de 16% (Figura 11).

Figura 11 – Renda total proveniente da produção agropecuária (%): total e por segmento – resposta única

	Total	Exportadores	Pretendentes	Sem intenção	Não sabem
Até 20%	22,2	11,0	23,4	28,1	27,7
Entre 20% e 40%	13,4	4,7	16,0	18,1	14,5
Entre 40% e 60%	14,6	11,5	17,8	15,6	11,9
Entre 60% e 80%	12,3	11,5	13,4	14,4	5,8
Entre 80% e 99%	13,6	20,9	13,0	8,1	11,3
100%	23,9	40,3	16,4	15,6	25,2
Bases	899	239	327	174	159
	49,8%	72,8%	42,8%	38,1%	49,9%

Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.



Os resultados da pesquisa mostram que os entrevistados que exportam têm uma maior parcela de sua renda total composta pela atividade agropecuária. Vale destacar ainda que, no grupo dos **Exportadores**, cerca de 40% se dedicam exclusivamente à atividade agropecuária. Isso sugere que exportação requer maior dedicação ao negócio e especialização e que há melhora na renda oriunda do acesso ao mercado externo. Embora a maior dependência da e/ou a especialização na atividade agropecuária esteja associada a alternativas que permitem rentabilizar a produção, entre elas a internacionalização, não se pode inferir, a partir desta pesquisa, uma relação causal entre esses fatores⁶.

No perfil dos entrevistados foram explorados, ainda, dois aspectos relacionados a boas práticas de governança: a sucessão familiar e a existência de cadastro de pessoa jurídica, sendo que os resultados apontam a existência de uma relação positiva entre a exportação e implementação dessas práticas de governança e gestão do negócio. A sucessão familiar se revelou, quando ainda não realizada, um processo planejado pela maior parte dos produtores entrevistados, independente do grupo. Porém, neste aspecto, os exportadores estão mais avançados, apresentando um percentual de 26,2% que já realizaram a sucessão e 40,8% que estão em fase de implementação (Figura 12).

Figura 12 – Sucessão familiar (%): Brasil e por segmento – resposta única

	Total	Exportadores	Pretendentes	Sem intenção	Não sabem
Sim, já realizamos	17,8	26,2	17,5	16,3	10,1
Sim, estamos em processo de implementação	30,9	40,8	30,5	26,3	24,5
Não, mas temos a intenção de realizar	36,8	25,7	40,1	36,9	44,7
Não, é não tenho planos de realizar	14,4	7,3	11,9	20,6	20,8
Bases	799	191	269	160	159

Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

6. O estudo apresenta uma fotografia da situação do produtor e de seu grau de internacionalização, o que não permite inferências sobre a relação entre renda e atividade exportadora. Ou seja, outros estudos deverão considerar aprofundar este tema para melhor compreensão deste padrão dos produtores.

Em relação ao cadastro de pessoa jurídica, a maior parte os produtores entrevistados ainda não constituíram uma empresa. Destaca-se, porém, que enquanto mais da metade dos exportadores já possui um CNPJ ou está em processo de obtenção, menos de 25% dos sem intenção encontram-se nessas fases (Figura 13).

Figura 13 – CNPJ ou empresa constituída (%): Brasil e por segmento – resposta única

	Total	Exporadores	Pretendentes	Sem intenção	Não sabem
Sim	33,5	45,0	39,0	21,3	22,6
Em processo de formalização	5,9	6,3	10,4	2,5	1,3
Não	60,6	48,7	50,6	76,3	76,1
Bases	779	191	269	160	159

Fonte: Elaboração própria

No aspecto associativo, constatou-se que a maioria dos produtores não é associada a nenhuma cooperativa (58%). Por outro lado, entre os exportadores mais de 60% são cooperados e citam este apoio no processo de internacionalização, enquanto nos demais grupos o percentual está abaixo de 40% (Figura 14).

De fato, as cooperativas possuem um papel relevante na internacionalização do produtor, oferecendo oportunidade para que eles ganhem escala em conjunto (maior volume de produto) e concentrando os processos burocráticos da exportação, como será explorado na seção específica sobre o grupo dos exportadores. Tendo em vista o importante papel destas cooperativas na internacionalização do produtor, os produtores entrevistados citaram, como uma das soluções para a minimização dos desafios à exportação, a criação de mais cooperativas.

Figura 14 – Associação a cooperativas (%): Brasil e por segmento – resposta única

	Total	Exporadores	Pretendentes	Sem intenção	Não sabem
Sim	42,2	62,8	39,4	36,3	28,3
Não	57,8	37,2	60,6	63,8	71,7
Bases	779	191	269	160	159

Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.



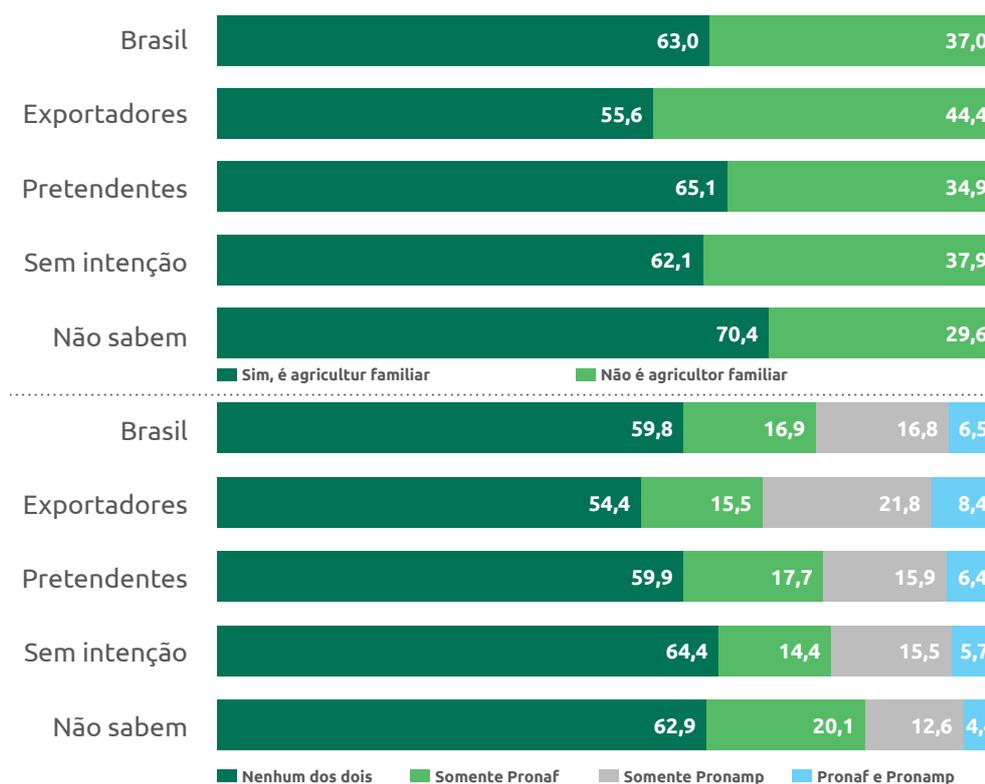
A maioria dos entrevistados, por sua vez, é associada à algum sindicato rural. Novamente, observa-se uma maior associação no grupo dos **exportadores (67%)** em relação aos demais (Figura 15), o que será refletido na relevância do Sistema CNA/Senar como referência na assistência a produtores que já exportam ou desejam fazê-lo.

Figura 15 – Associação a sindicatos rurais (%): Brasil e por segmento – resposta única

	Total	Exportadores	Pretendentes	Sem intenção	Não sabem
Sim	53,0	67,0	48,0	52,5	45,3
Não	47,0	33,0	52,0	47,5	54,7
Bases	899	239	327	174	159

Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Figura 16 – Agricultura familiar e acesso a crédito (%): Brasil e por segmento – resposta única



Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Ainda sobre o perfil dos respondentes, vale destacar que maioria dos questionários recebidos foi respondido pelo proprietário, diretor ou gerente da fazenda, sendo 77% homens e 23% mulheres das mais

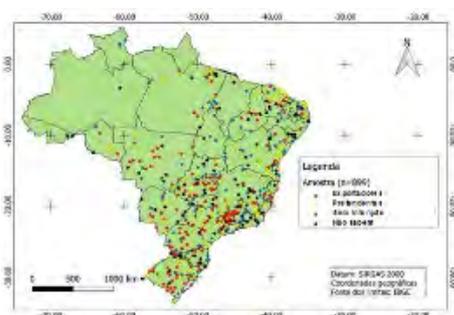
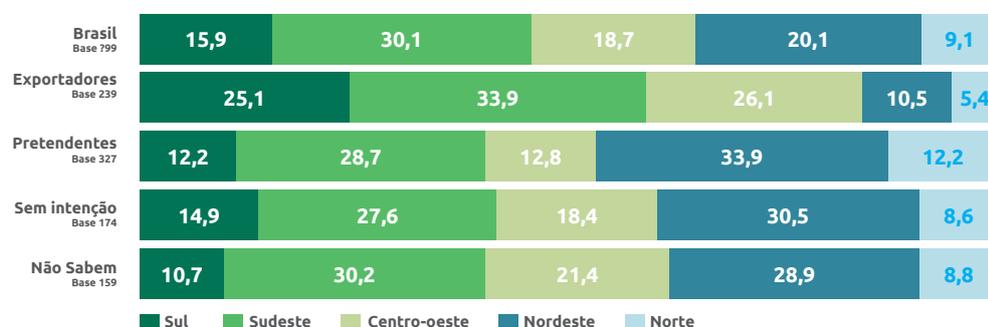
diversas faixas etárias. Cerca de 21% dos entrevistados têm menos de 35 anos, 38,8% possuem entre 36 e 55 anos e 27% possuem mais de 56 anos⁷. Ressalta-se também o alto grau de educação formal dos respondentes: 37,9% dos produtores possuem curso superior e 33,1% já cursaram pós-graduação⁸.

4.2 Características específicas de cada Segmento analisado

A dispersão geográfica entre os grupos de produtores que pretendem exportar, os que não têm intenção e aqueles que não sabem se exportam é bastante semelhante. Vale destacar a grande participação do Nordeste (33,9%) no grupo dos pretendentes. A região também representa a maioria dos que não têm intenção de exportar (30,5%).

Os produtores exportadores, por sua vez, estão concentrados no Sudeste, Centro-Oeste e Sul, o que se justifica pelo desenvolvimento dessas regiões, organização das cadeias, melhor infraestrutura e pelos produtos mais tradicionais na pauta de exportação brasileira. De fato, segundo dados da Secex, as maiores regiões exportadoras em termos de faturamento são Centro-Oeste, Sudeste e Sul.

Figura 17 – Distribuição geográfica dos produtores pesquisados por segmento (%) – resposta única



Pesquisa Desafios à Internacionalização

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRICULTOR BRASILEIRO

Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

7. Uma parte dos entrevistados (13,3%) não informou a idade

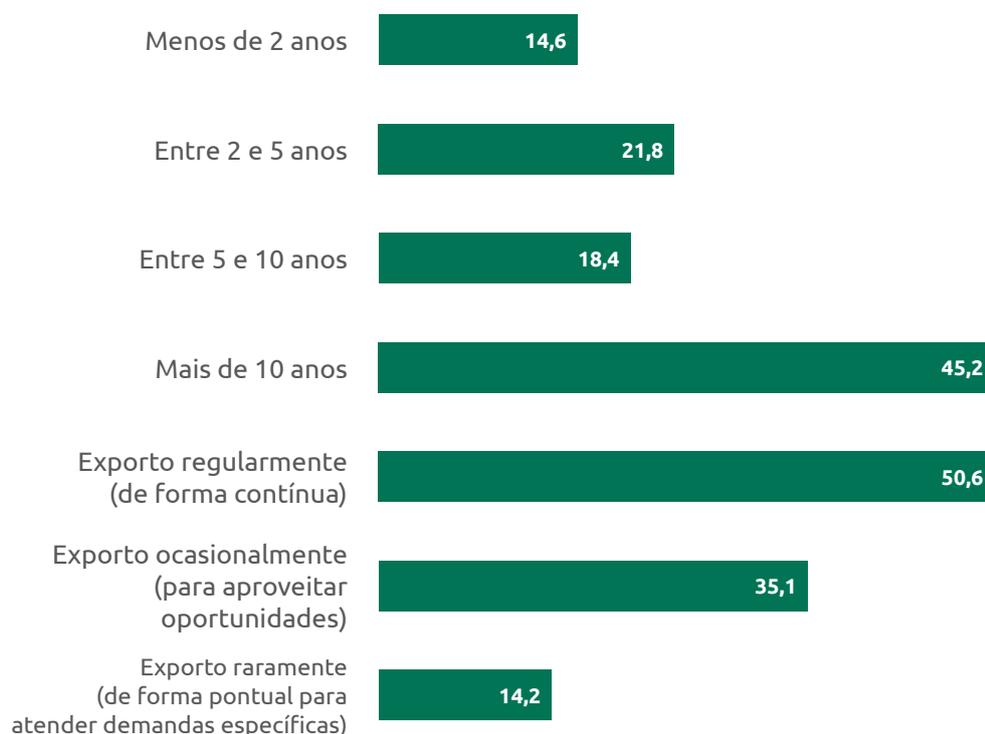
8. No geral, o nível de educação formal foi elevado em todos os grupos analisados, pois ao considerar Ensino Superior e Pós-Graduação, temos a participação de 75,9% no grupo dos exportadores; 70,6% dentre os pretendentes; 76,9% para os sem intenção; e 59,7% no grupo dos que não sabem.

Outros aspectos específicos dos grupos foram levantados na pesquisa, de acordo com o grau de maturidade na atividade exportadora e serão explorados nas subseções a seguir.

4.2.1 Exportadores

Entre as questões direcionadas especialmente aos exportadores, foi possível verificar que a maioria realiza a atividade de comércio exterior há mais de 5 anos (64%) e cerca de 45% há mais de 10 anos, o que revela experiência significativa e maturidade no processo – ou seja, a venda ao mercado externo está bem estabelecida e faz parte do dia a dia deste grupo. Os que comercializam com o exterior de forma regular e contínua constituem a maioria (51%) e apenas 14% exportam de forma pontual, visando atender demandas específicas (Figura 18).

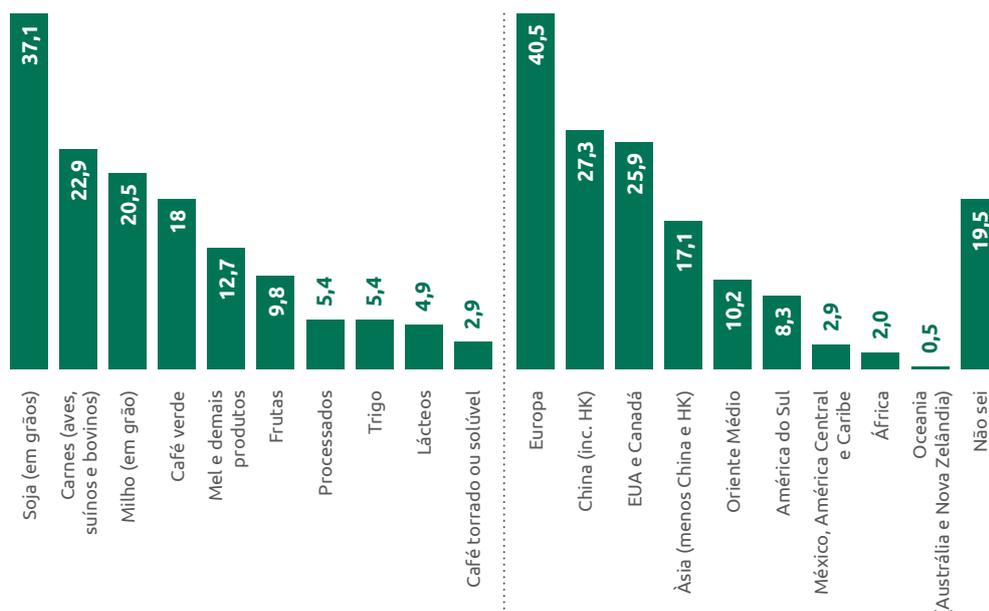
Figura 18 – Tempo e frequência de exportação (%): “exportadores” – resposta única



Base: 239. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Os principais produtos exportados pelo grupo são as commodities tradicionais como soja, milho, carnes e café. Contudo, vale destacar um número considerável de respondentes que exportam mel, frutas e produtos processados. Como países/regiões de destino destas exportações, destacam-se a Europa, China, EUA e Canadá e demais países asiáticos⁹.

Figura 19 – TOP 10 produtos exportados atualmente (%) e países de destino (%): “exportadores” – resposta múltipla



Base: 239. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

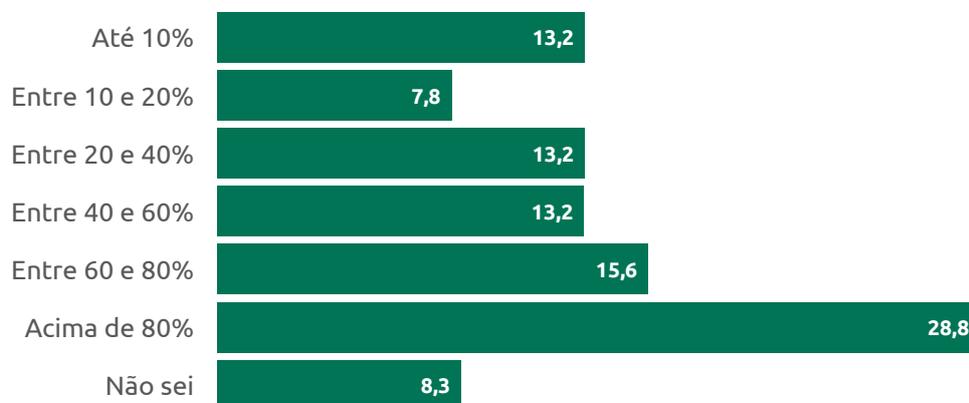
A receita gerada pela exportação representa parte relevante do faturamento do negócio para esses produtores. Para pouco mais de 44% deles, mais de 60% da renda total do negócio tem origem nas vendas para o exterior. Ademais, em quase 30% dos casos, as exportações representam mais de 80% da renda (Figura 19).

A alta participação das exportações na receita sugere que as atividades desenvolvidas tendem a priorizar o mercado externo e/ou que a venda para outros países tende a remunerar melhor o produtor. Embora não seja possível concluir com precisão os motivos da alta participação das exportações na renda total, há indícios de que o acesso ao mercado externo abre um leque de oportunidades para os produtores diversificarem mercados e aumentarem o retorno da atividade, principalmente quando relembramos os resultados da Figura 20 (renda dos exportadores).

9. É importante ter em mente que o ranking apresentado é em número de citações apenas, logo não representa volume ou valor das exportações destinadas a estas regiões.



Figura 20 – Renda total do negócio proveniente da atividade exportadora (%): “exportadores” – resposta única

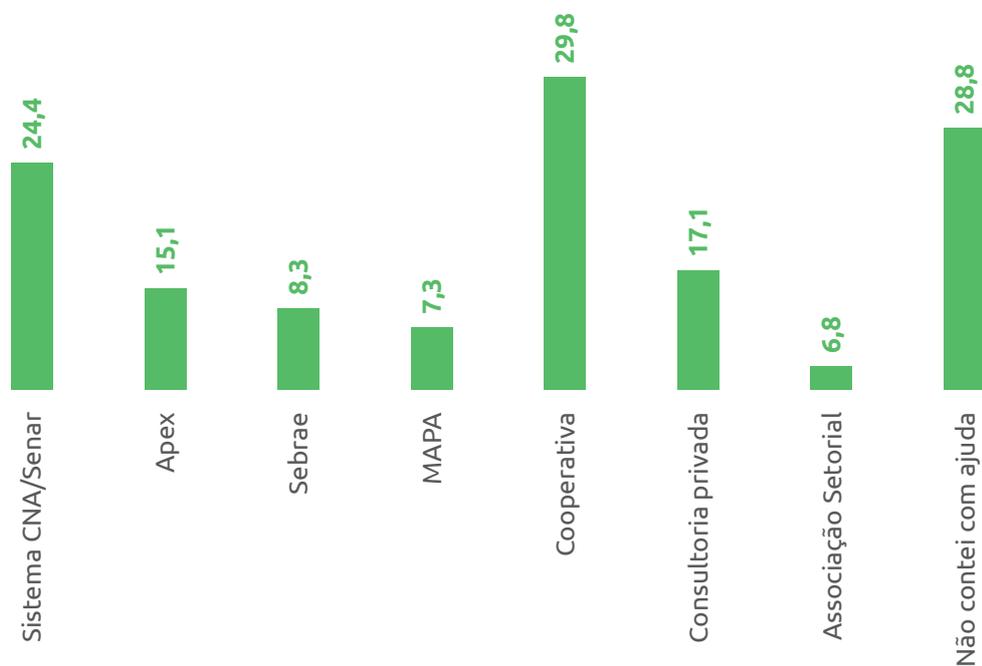


Base: 239. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Perguntados sobre o apoio recebido no processo de exportação, parte expressiva dos entrevistados revelam ter recebido algum apoio com destaque para cooperativas (30%) e Sistema CNA/Senar (24%).

A relevância das cooperativas no apoio a esse grupo pode estar relacionada aos produtos exportados mais citados nesse estrato e ao fato desse grupo se concentrar nas regiões Sudeste e Sul, onde a presença dessas entidades é expressiva, além de serem organizações muito atuantes nos mercados desses produtos.

Figura 21 – Entidades que concederam apoio direcionado à exportação (%): “exportadores” – resposta múltipla



Base: 239. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

É importante destacar, também, que 28,8% produtores relatam que não contaram com nenhuma ajuda no processo de exportação, especialmente os exportadores de grãos da região Centro-Oeste. Além disso, apenas 1/3 dos exportadores revelou conhecer algum programa de apoio à exportação (Figura 21), o que revela que iniciativas existentes de estímulo ao comércio exterior não têm chegado ao conhecimento dos interessados de forma satisfatória, a despeito de elevada participação de cooperados nesse grupo (63%).

Pesquisa Desafios à Internacionalização



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DO AGRO BRASILEIRO

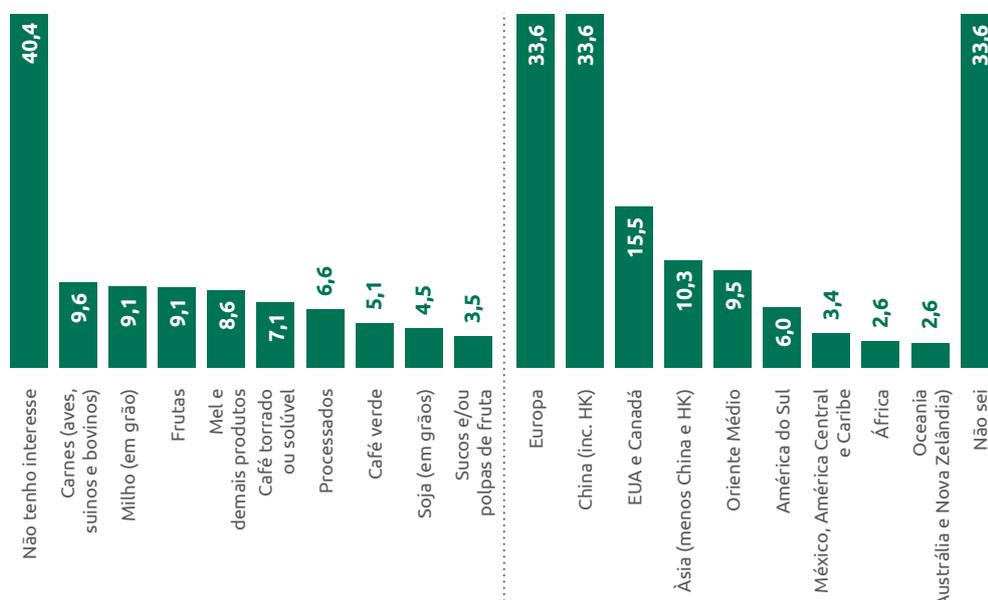
Figura 22 – Conhecimento sobre algum programa de incentivo à exportação (%): “exportadores” – resposta única



Base: 239. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Quando questionados sobre a intenção de diversificar o seu portfólio de exportação, a maior parte (40,4%) afirmou não ter interesse em exportar outros produtos. Porém, dentre aqueles que desejam expandir suas exportações, os novos produtos de interesse envolvem, principalmente, café, milho, carnes, mel e frutas. Destaque também para os produtos processados, que concentraram 6,6% das respostas. Os destinos de interesse para ampliar o mercado seguem sendo a Europa, EUA e Canadá, mas agora com destaque também para a Ásia (15,5%) e América do Sul (10,3%).

Figura 23 – TOP 10 produtos escolhidos para expansão das exportações (%) e países de destino (%): “exportadores” – resposta múltipla

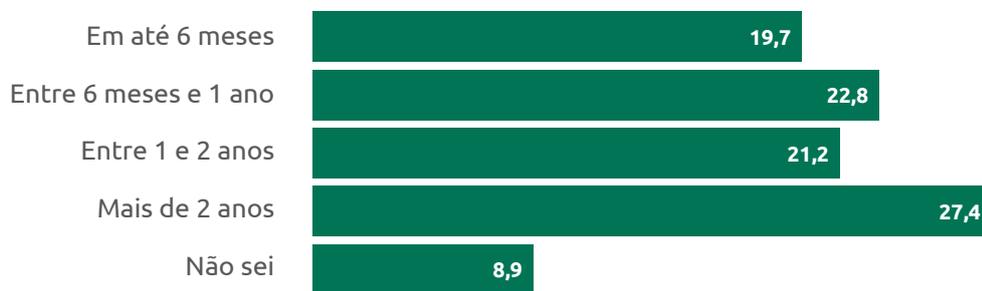


Base: 239. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

4.2.2 Pretendentes

Nas perguntas apresentadas aos pretendentes, verificou-se que 27% desse grupo, vem analisando ou se organizando para exportar há mais de 2 anos (Figura 24), apontando para um processo longo e moroso que demanda tempo e esforços para um melhor entendimento de aspectos organizacionais e burocráticos necessários. Isso abre uma grande oportunidade para instituições que buscam facilitar esse processo.

Figura 24 – Tempo de avaliação e/ou organização da possibilidade de início do processo de exportar (%): “pretendentes” – resposta única

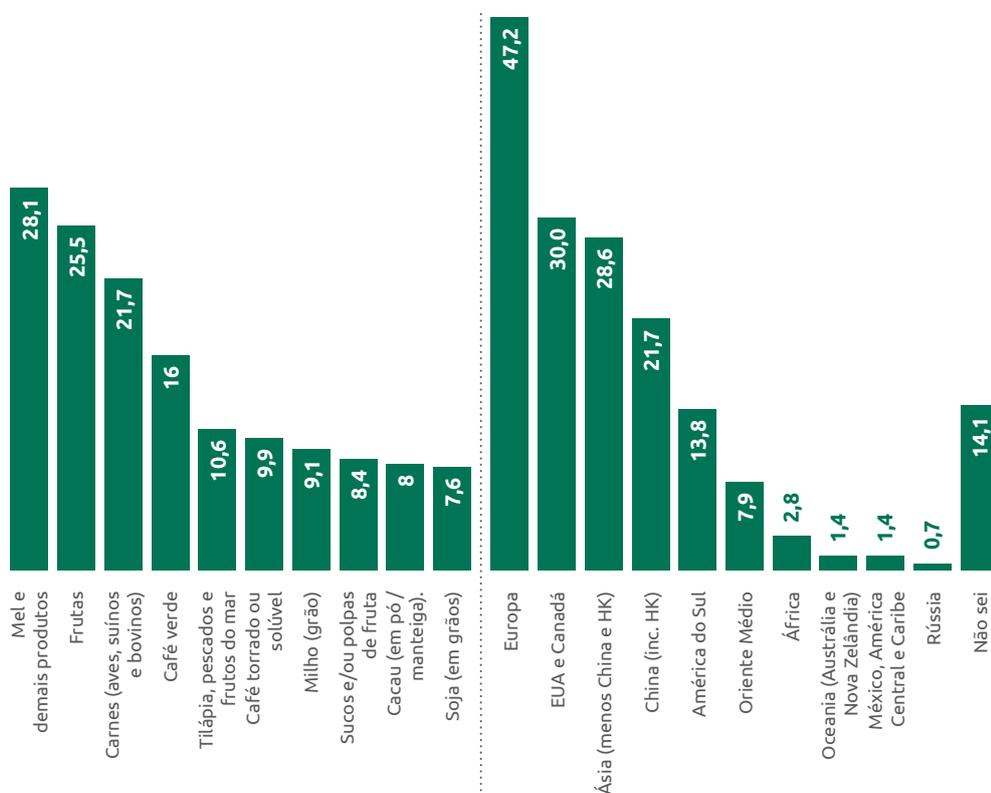


Base: 327. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Esse grupo de produtores relata interesse em exportar uma ampla gama de produtos, com destaque para mel, frutas, carnes e café (Figura 25). Dentre os destinos mais citados para as possíveis exportações, destaque para os mercados tradicionalmente abastecidos pelo agronegócio brasileiro, dentre eles a Europa foi a região mais citada seguida por EUA e Canadá, Ásia e China.



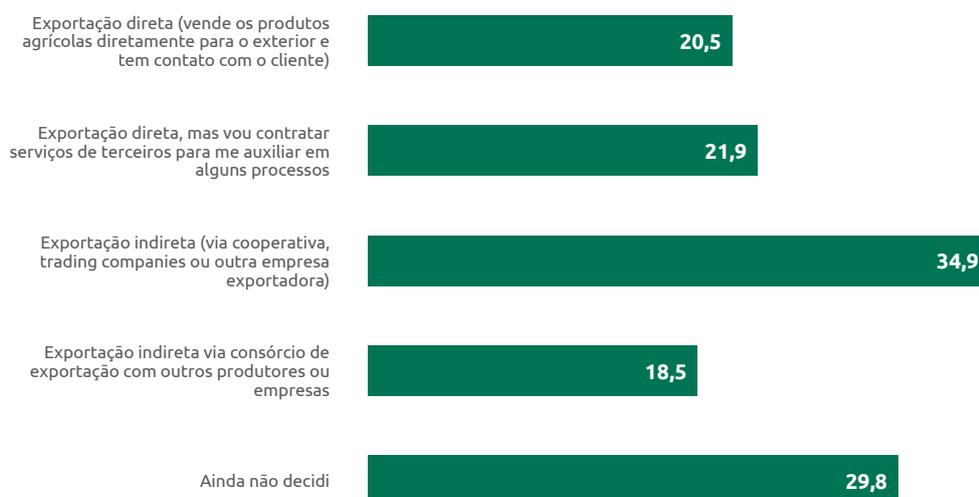
Figura 25 – TOP 10 produtos com intenção de exportar (%) e países de destino (%): “pretendentes” – resposta múltipla



Base: 327. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

A forma mais citada como meio de iniciar o processo de exportação é a via indireta, através de tradings ou cooperativas (Figura 26), o que coincide com a forma predominante de comércio observada entre os que já exportam. Interessante observar uma participação elevada para os que pretendem exportar diretamente (42,4%), seja administrando todo processo ou contratando terceiros.

Figura 26 – Formas de iniciar as exportações (%): “pretendentes” – resposta múltipla



Base: 327. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Em termos de apoio ao processo de exportação, o Sistema CNA/Senar ganha destaque nesse grupo. Isso pode ser explicado pela capilaridade da entidade, que permite atingir produtores cuja atividade é muito diversificada e fragmentada e pela maior presença relativa de sindicalizados nesse grupo de produtores. Além disso, iniciativas recentes da entidade, como o Agro.BR, buscam fomentar o processo de internacionalização para algumas cadeias específicas.

Nota-se que, nesse grupo, não há presença significativa de cooperativas no fornecimento de apoio à exportação como ocorre no grupo dos exportadores. Tal fato pode estar relacionado ao perfil dos produtos mais frequentemente apontados pelos produtores, alguns deles sem tradição na pauta exportadora ou considerados de nicho e menos padronizados, como o caso das commodities. Além disso, a pouca expressão das cooperativas como entidade de apoio está relacionada ao fato desse grupo estar mais fortemente posicionado no Nordeste, região de menor expressão de cooperativas em comparação ao Sul e ao Sudeste.

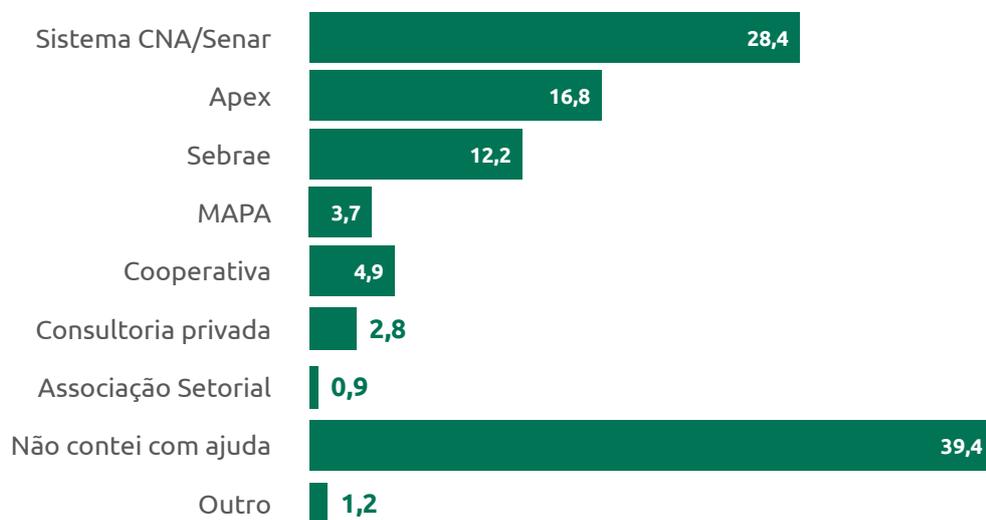
Vale mencionar, contudo, que uma parte expressiva das citações (39,4%) indica o não recebimento de qualquer apoio direcionado às exportações como ocorreu com o grupo dos exportadores, corroborando a evidência de que existe uma carência nesse tipo de assistência para os produtores (Figura 27).

Pesquisa Desafios à Internacionalização



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

Figura 27 – Entidades que concederam apoio direcionado à exportação (%): “pretendentes” – resposta múltipla



Base: 327. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Soma-se à falta de apoio, o baixo percentual de produtores – apenas 38% - que conhece algum programa de incentivo à exportação (Figura 28). Neste caso, vale a pena reforçar a observação feita no grupo de exportadores, de que a disseminação de informação sobre programas de incentivo à exportação encontra-se muito aquém do esperado. Assim, além de lançar programas, governos e entidades devem trabalhar na difusão e comunicação para que as iniciativas passem a ser conhecidas pelo público-alvo.

Figura 28 – Conhecimento sobre algum programa de incentivo à exportação (%): “pretendentes” – resposta única



Base: 327. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

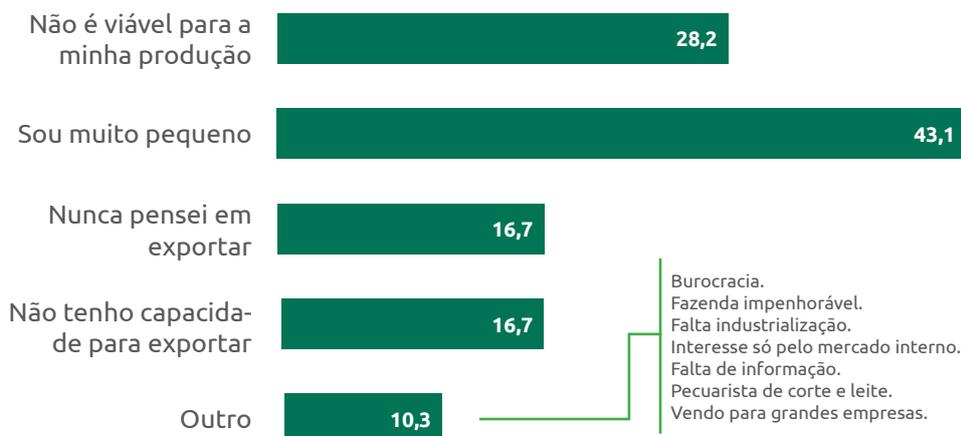
4.2.3 Sem Intenção

As questões específicas para o grupo que não tem intenção de exportar buscavam explorar as razões para essa decisão. Os resultados mostram que as justificativas apontadas estão fortemente ligadas à percepção de que esses produtores não apresentam tamanho suficiente (43%) ou de que a internacionalização não é viável para o seu negócio (28,2%). A importância das duas respostas somadas sugere uma visão de que pequenos volumes, por si só, inviabilizam o comércio com o exterior, o que não necessariamente é uma verdade.

Outras duas respostas registradas nesse grupo remetem à falta de capacidade ou ao fato de não ter sequer sido considerada a possibilidade de exportar, ambas com 17% das respostas. Tais respostas indicam a percepção, pelo entrevistado, de que o esforço exportador envolve complexidade tão elevada e barreiras tão difíceis de superar que inviabilizam a participação nesse mercado.

Obviamente que a internacionalização só se torna atraente caso promova ganhos para o produtor e que isso deve ser avaliado caso a caso. Por outro lado, a carência de informação e de estruturas que agreguem produtores com o mesmo interesse são hipóteses que também podem explicar a falta de interesse ao perpetuar o senso comum de que o mercado internacional só é acessível para grandes produtores.

Figura 29 – Alternativas que descrevem a condição de não exportar ou não ter interesse em exportar (%): “sem intenção” – resposta múltipla



Base: 174. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.



5. Principais Desafios às Exportações: Resultados por Segmento de Produtor

A pesquisa listou 36 desafios relacionados ao esforço exportador para que os produtores avaliassem como cada deles um afeta a exportação em si, o processo para iniciar a entrada no mercado externo e a falta de interesse em exportar, a depender do grupo. Os desafios foram agrupados nas seguintes dimensões: Infraestrutura e Logística (8 fatores), Econômico e Tributário (8 fatores), Processos Aduaneiro e Alfandegário (4 fatores), Comércio Exterior e Promoção Comercial (6 fatores) e Compliance e Capacidades (informacional) (10 fatores), conforme detalhado na Figura 29.

Figura 30 – Desafios às exportações e fatores avaliados na pesquisa

1. Infraestrutura e Logística	2. Econômico e Tributário	3. Processos Aduaneiro e Alfandegário	4. Comex e Promoção Comercial	5. Compliance, Capacidades (informacional)
Disponibilidade de transporte e prestadores de serviço na minha região.	Taxas de juros praticadas no país	Quantidade e complexidade dos documentos exigidos para exportação.	Imposto de importação no país de destino	Exigência de certificações e habilitações específicas para alguns mercados e países
Custo do transporte doméstico: frete da empresa ou fazenda até o ponto de saída do Brasil	Falta de linhas de crédito e dificuldade de acesso a financiamento para a exportação de produtos agrícolas e pecuários	Quantidade de procedimentos e tempo necessário para liberação e despacho de cargas pelos órgãos fronteiriços.	Existência de barreiras não tarifárias (quotas de importação, medidas sanitárias e fitossanitárias, normas técnicas, etc.)	Legislação e regras complexas no Brasil com brechas que permitem múltiplas interpretações
Disponibilidade de navios / containers / rotas marítima para atender os mercados para os quais eu exporto	Volatilidade de taxa de câmbio	Não aceitação de assinaturas eletrônicas e exigência de documentos em papel pelos diversos órgãos anuentes	Ausência de protocolos sanitários e fitossanitários com outros países (mercado fechado).	Dificuldade de análise, seleção e prospecção de mercados potenciais e de entender sua dinâmica de distribuição e exigências para entrada
Custo do transporte internacional do Brasil até o país de destino	Quantidade de impostos e carga tributária incidente direta ou indiretamente nos produtos exportados	Taxas cobradas por órgãos anuentes (exceto administrações portuária e aeroportuária)	Ausência de acordos comerciais com os países de destino das exportações.	Idioma e aspectos culturais
Ineficiência / Demora dos portos ou aeroportos para manuseio e embarque de cargas	Dificuldade de ressarcimento ou compensação de créditos tributários estaduais (ICMAS)		Falta de uma estratégia governamental para o comércio exterior de produtos agropecuários com objetivos, metas e prazos.	Dificuldade na elaboração de um plano de internacionalização.
Tarifas portuárias e aeroportuárias	Dificuldade de ressarcimento ou compensação de créditos tributários federais (IPI/PIS/COFINS)		Poucas ações de promoção comercial e marketing pelo Brasil e baixa presença de escritórios de representação comercial no exterior.	Falta de profissionais qualificados para a realização e gerenciamento dos processos de exportação
Disponibilidade de armazenagem	Falta de clareza em algumas regras tributárias e margem para interpretações diferentes			Falta de competitividade em relação aos concorrentes internacionais
				Dificuldade em manter consistência, regularidade e/ou cumprir normas e padrões exigidos por outros países (qualidade do produto, embalagem e rastreabilidade)
				Falta de regularização fundiária
				Exigências ambientais ou de sustentabilidade por parte dos países ou parceiros comerciais

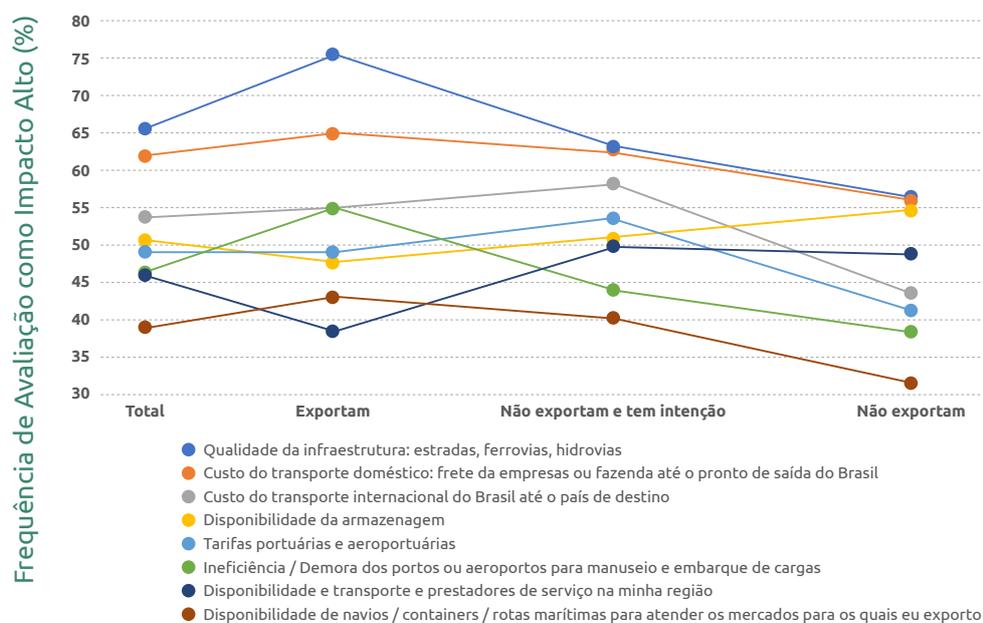
Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Conforme explicado na seção de metodologia, a análise dos resultados se concentrou nas avaliações dos maiores graus de criticidade dos impactos, que será chamado de impacto alto (IA) ao longo do relatório.

5.1 Desafios de Infraestrutura e Logística (IL)

Qualidade da infraestrutura e custo de transporte doméstico, são destaques entre os pontos críticos apontados pelos produtores. Esses fatores foram mencionados por mais de 60% dos entrevistados como tendo alto impacto sobre as exportações. Em terceiro lugar, aparece o transporte internacional até o país destino com 54% dos entrevistados apontando o fator como altamente crítico seguido pela disponibilidade de armazenagem (51%). Já os demais fatores foram citados como sendo de alto impacto para a atividade exportadora por menos da metade dos entrevistados (Figura 31).

Figura 31 – Desafios de infraestrutura e logística: frequência da avaliação como “Impacto Alto” por segmento (%)



Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

No caso da qualidade da infraestrutura e o custo do transporte doméstico até o ponto de saída no país, nota-se a mesma ordem de relevância nos três grupos analisados. Tanto os **exportadores**, como **pretendentes** e **sem intenção**, em sua grande maioria destacam esses dois fatores entre os mais críticos, com a particularidade de que, entre os que exportam, mais de 75% consideram a qualidade da infraestrutura um fator de alto impacto. Portanto, condições de infraestrutura constituem um fator cuja percepção de impacto é bem mais acentuada em quem já opera o dia a dia do mercado exterior.



Interessante destacar que a ineficiência em portos e aeroportos, que na amostra total encontra-se em 6º lugar no ranking de fator crítico, passa para 3º lugar, empatado com custo internacional do transporte, quando analisado sob a perspectiva de **exportadores**.

Essa diferença na atribuição de importância dos fatores se explica pelo fato dos **exportadores** estarem enfrentando de forma efetiva as limitações impostas pela infraestrutura no plano interno, tais como custos de transporte, ineficiência e demora em portos e aeroportos, diferentemente dos outros grupos (**pretendentes** e **sem intenção**) que avaliam os fatores de forma hipotética, dado que ainda não se dedicam às exportações.

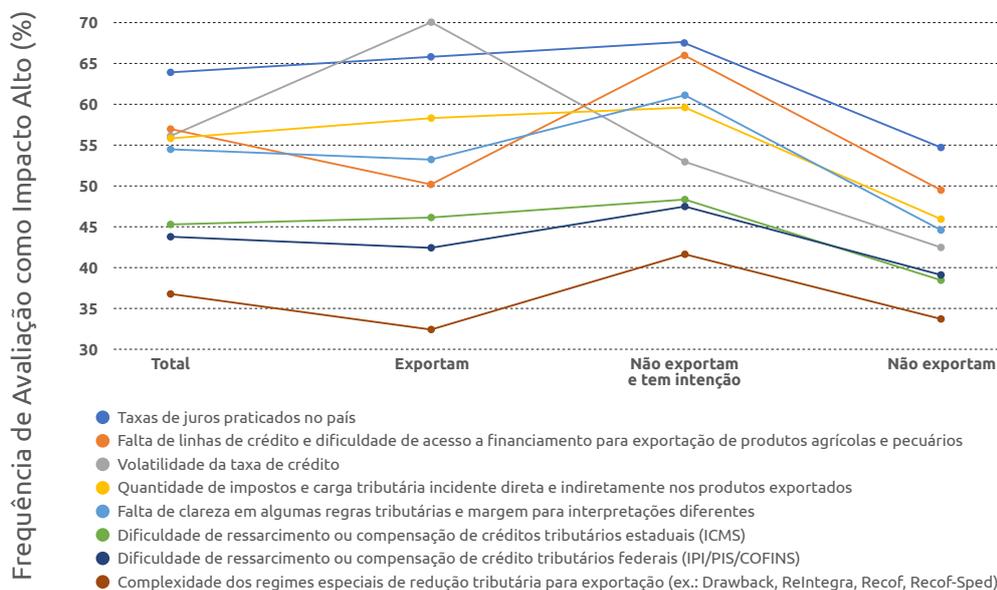
A disponibilidade de transporte ou prestadores de serviços na região, o custo do transporte internacional, as tarifas portuárias e aeroportuárias, a disponibilidade de armazenagem, apresentam, contudo, um comportamento distinto. São consideradas de impacto alto por um percentual maior de **pretendentes** do que pelos que já exportam e podem ser fatores limitantes para viabilizar a internacionalização.

Entre os **sem intenção**, observa-se um percentual menor de respondentes que atribuem impacto alto em todos os fatores quando comparado com os outros grupos, exceto no caso da disponibilidade de armazenagem. Esse resultado decorre do fato de que esses produtores não possuem familiaridade nem estão focados em compreender melhor o processo de exportação, o que faz com que esse grupo apresente elevado percentual de respostas “não sei” ou “não se aplica”. Essa observação é válida para todos os desafios apresentados.

5.2 Desafios Econômicos e Tributários (ET)

Os resultados relacionados ao grupo dos desafios econômicos e tributários revelam que 5 dos desafios apresentados foram classificados como alto impacto por mais da metade dos produtores: taxas de juros (63,8%), falta de linhas de crédito ou dificuldade de acesso a financiamento para exportação (56,9%), volatilidade da taxa de câmbio (56,0%), quantidade de impostos e carga tributária direta ou indireta sobre exportações (55,8%), e falta de clareza em algumas regras tributárias (54,6%).

Figura 32 – Desafios econômicos e tributários: frequência de avaliação como “Impacto Alto” por segmento (%)



Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Os resultados entre os grupos são similares na avaliação dos desafios, com exceção da taxa de câmbio – que ganha destaque como um fator crítico para 70% dos **exportadores** –, e falta de crédito e falta de clareza das regras tributárias e regimes especiais – que passam a ser fatores mais críticos para o grupo dos **pretendentes**. Ou seja, no ranking do grupo dos exportadores, a volatilidade da taxa de câmbio passa a ser o fator mais relevante, quanto que para os **pretendentes** este item ocupa o 5º lugar.

Mais uma vez é importante destacar a diferente atribuição de impacto entre os que já exportam e os demais. A volatilidade da taxa de câmbio é um fator sobre o qual o produtor não tem nenhum controle e que afeta de forma mais drástica o resultado da operação, constituindo um fator que merece um olhar especial de entidades que procuram apoiar o produtor.

A falta ou dificuldade de acesso à linhas de crédito para **exportação** tem comportamento distinto, sendo apontada como fator de impacto alto por maior número de produtores **pretendentes**, do que por **exportadores**. Enquanto os **pretendentes** colocam esse fator em 2º lugar no ranking, para os **exportadores** o fator ocupa a 5ª posição.

Pesquisa Desafios à Internacionalização



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

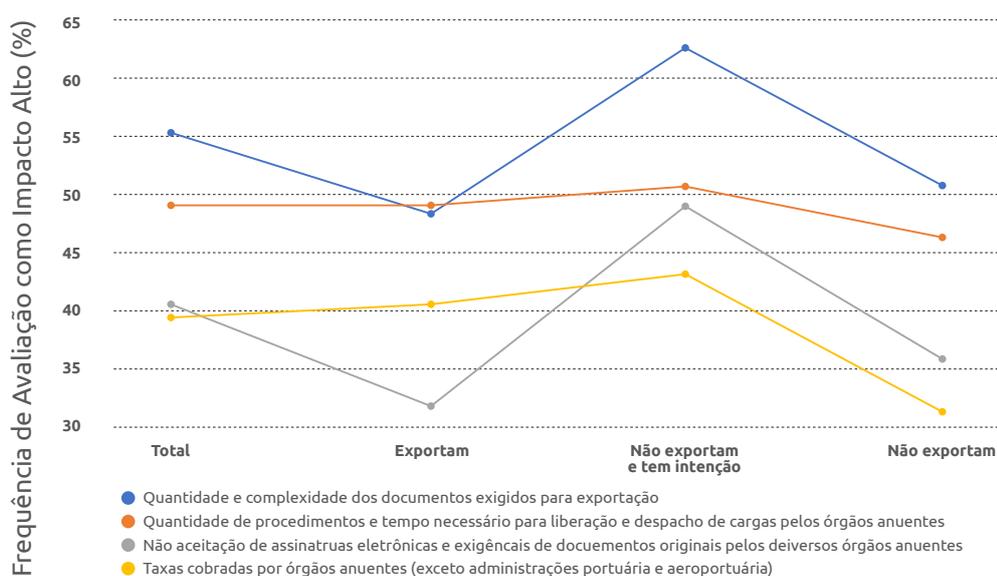
A dificuldade de ressarcimento ou compensação de créditos de tributários federais e estaduais e a complexidade de regimes especiais de redução tributária são classificados como de alto impacto por menos da metade dos entrevistados, mantendo a mesma ordem de relevância, em todos os grupos considerados.

5.3 Desafios Relacionados a Processos Aduaneiros e Alfandegários (PA)

No âmbito dos desafios relacionados aos Processos Aduaneiro e Alfandegário (PA), os principais pontos de atenção pela criticidade dos impactos são a quantidade e complexidade de documentos exigidos (56,1%) e a quantidade de procedimentos e tempo necessário para liberação e despacho pelos órgãos anuentes (49,9%) (Figura 33).

Tais fatores são destacados pelos três grupos considerados, mas representam uma preocupação relativamente maior para **pretendentes** do que para aqueles produtores que **já exportam**. De fato, a quantidade e complexidade de documentos exigidos assustam aqueles que estão querendo se familiarizar com o processo e se preparar para atuação no mercado externo, perdendo importância como fator de impacto entre os exportadores. Contudo, sua complexidade segue como ponto negativo.

Figura 33 – Desafios dos processos aduaneiro e alfandegário: frequência de avaliação como “Impacto Alto” por segmento (%)



Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Entre os menos citados nesse grupo de desafios estão a não aceitação de assinaturas eletrônicas e exigência de documentos originais (41,2%), e as taxas cobradas pelos órgãos anuentes (40,4%).

A questão da não aceitação de assinaturas eletrônicas e exigência de documentos originais tem uma avaliação diferenciada pelos que **já exportam**, que apresentam menos de 35% dos respondentes apontando esse fator como altamente impactante, contra 50% dos **pretendentes**. Tal fato pode indicar que essa questão vem sendo equacionada pelos órgãos e/ou que a solução encontrada pelos que já exportam já foram incorporadas e causam menos preocupação que nos demais grupos ainda não familiarizados com a rotina de exportação.

5.4 Desafios de Comércio Exterior e Promoção Comercial (CP)

A falta de estratégia governamental e poucas ações de promoção são apontadas como os dois fatores mais críticos na dimensão de Comércio Exterior e Promoção Comercial (CP) por todos os grupos analisados (Figura 34), revelando um certo incômodo dos produtores com relação ao posicionamento pouco agressivo do país – sob a ótica do comércio – no cenário internacional. A falta de estratégia governamental para o comércio exterior, por exemplo, foi considerada de alto impacto por mais de 67% no total de entrevistados e acima de 70% nos consultados dos grupos **exportadores** e **pretendentes**.

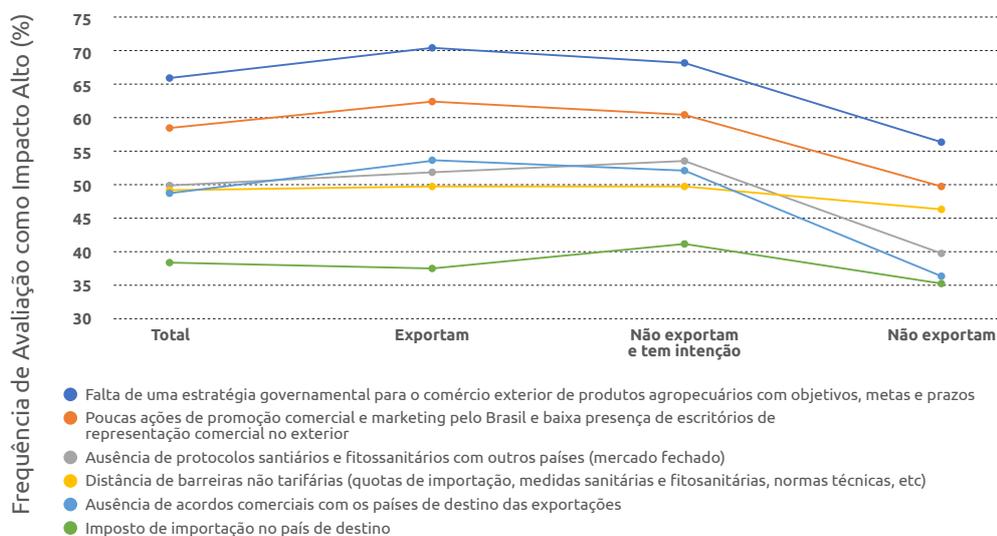
Por outro lado, aspectos relacionados às práticas dos países importadores (impostos ou exigências) são percebidos como menos impactantes. Talvez a sensação seja de que essas são as regras do jogo, sob as quais há pouca gerência, diferentemente do que ocorre com um posicionamento estratégico do Brasil.

Pesquisa Desafios à Internacionalização



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DO AGRO BRASILEIRO

Figura 34 – Desafios de comércio exterior e promoção comercial: frequência de avaliação como “Impacto Alto” por segmento (%)



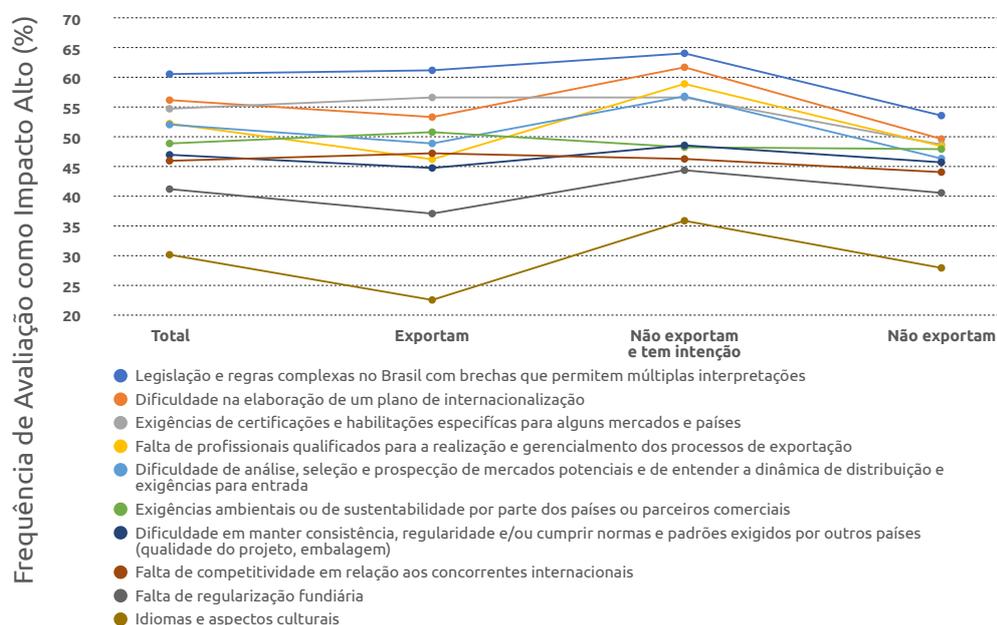
Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

5.5 Desafios de Compliance e Capacidades (CC)

Entre os desafios que envolvem Compliance e Capacidades (CC), a legislação e regras complexas, a dificuldade na elaboração do plano de internacionalização, a exigência de certificação e a dificuldade de análise, seleção e prospecção de mercados potenciais são citados por mais de 53% dos produtores como altamente impactantes para a atividade exportadora.

Legislação e regras complexas são os principais fatores de impacto para os entrevistados em todos os grupos de diferentes maturidades na exportação. Já idioma e aspectos culturais são menos citados como fatores de alto impacto entre entrevistados (Figura 35).

Figura 35 – Desafios de compliance e capacidades: avaliação de “Impacto Alto” por segmento (%)



Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

A ordem de criticidade dos fatores, contudo, varia entre os grupos. A legislação e regras complexas e a exigência de certificação são considerados pelos **exportadores** mais impactantes do que nos demais grupos de produtores. Ao contrário, o peso atribuído à dificuldade de elaborar um plano de internacionalização e à dificuldade de análise, seleção e prospecção de mercados potenciais são relativamente maiores entre os **pretendentes**.

Os resultados são coerentes com o grau de dedicação que o grupo de **pretendentes** deve direcionar a aspectos relacionados a planejamento e preparação que antecedem a entrada na atividade exportadora. Para os que **já se dedicam ao comércio exterior**, muitos desses obstáculos já foram superados ou a inicial complexidade já foi incorporada à rotina, o que faz com que os desafios iniciais já não sejam mais vistos com o mesmo grau de dificuldade em função da maturidade desse grupo na atividade.

Nesse sentido, merece destaque o fator “falta de profissionais qualificados” aparecer no grupo dos **pretendentes** em 4^o no ranking, citado por mais de 60% dos entrevistados como altamente impactante. O problema com disponibilidade de mão-de-obra foi o tema mais mencionado na pergunta onde os produtores puderam discorrer abertamente sobre seus principais entraves. Novamente, há oportunidades de apoio e de capacitação para auxiliar os produtores nessa etapa.



5.6 Ranking Geral dos Principais Desafios

No recorte que ilustra o resultado total comparando todos os 36 desafios explorados na pesquisa (Figura 36), a falta de estratégia governamental para o mercado externo se destaca em primeiro lugar como o ponto mais crítico para 67,6% dos entrevistados. Na sequência foram apontadas a qualidade da infraestrutura (65,4%) e em terceiro lugar a taxa de juros (63,8%).

Entre os 10 maiores desafios a serem enfrentados, estão presentes pelo menos um fator de cada uma das cinco dimensões abordadas. A dimensão Econômico-Tributária se destaca com 3 fatores, por ordem de relevância: taxa de juros (63,8%), falta de linhas de crédito/dificuldade de acesso a financiamento (56,9%) e volatilidade do câmbio (56,0%).

Figura 36 – Ranking geral de desafios classificados como de alto impacto (frequência %)



Base: 779. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

De modo geral, os principais entraves se repetem de forma bastante consistente em todos os grupos, com variações na ordem de impacto a depender da experiência de cada grupo com relação ao processo de internacionalização.

O ranking geral observado no grupo de **exportadores** revela a qualidade da infraestrutura em primeiro lugar (75,3%), seguida de falta de estratégia governamental (72,0%) e da volatilidade da taxa de câmbio (69,9%) como fatores mais críticos para quem exporta.

Entre os 10 maiores desafios a serem enfrentados pelos **exportadores**, estão presentes quatro dimensões abordadas e nenhum fator ligado aos Processos Aduaneiro e Alfandegário, confirmando que aspectos operacionais são menos relevantes entre as preocupações desse grupo, mais maduro no processo de internacionalização. Destacam-se entre os 10 primeiros elencados pelos produtores deste grupo as dimensões de Infraestrutura e Logística, Econômico e Tributário, bem equilibradas, com 3 fatores cada.

Entre os que **pretendem exportar**, a falta de estratégia governamental (69,8%) é o fator maior destaque, seguido de taxa de juros (67,4%) e falta de linhas de crédito e dificuldade de acesso a financiamento para exportação (65,8%).

Entre os 10 maiores desafios a serem enfrentados pelos pretendentes, estão presentes as cinco dimensões, com destaque para questões do grupo Econômico e Tributário, com 3 fatores elencados.

Para os entrevistados **sem intenção de exportar**, a falta de estratégia governamental (57,5%) lidera o ranking de fatores de alto impacto, seguida de qualidade da infraestrutura (56,3%) e custo do transporte doméstico (55,7%). Naturalmente, neste grupo, em função de não haver foco na exportação, aparecem citações de desafios não exclusivamente associados à exportação.

Entre os 10 maiores desafios a serem enfrentados pelos **sem intenção**, estão presentes as cinco dimensões, com destaque para 3 fatores relacionados a cada um destes dois grupos: Infraestrutura e Logística e Compliance e Capacidades.



6. Principais Desafios às Exportações: Resultados por Região

A pesquisa permite, além da análise por grupo, um recorte regional dos principais fatores críticos, nas suas diversas dimensões. Neste caso, os resultados para o total dos entrevistados são organizados para as regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste, Nordeste e Norte.

6.1 Desafios de Infraestrutura e Logística (IL)

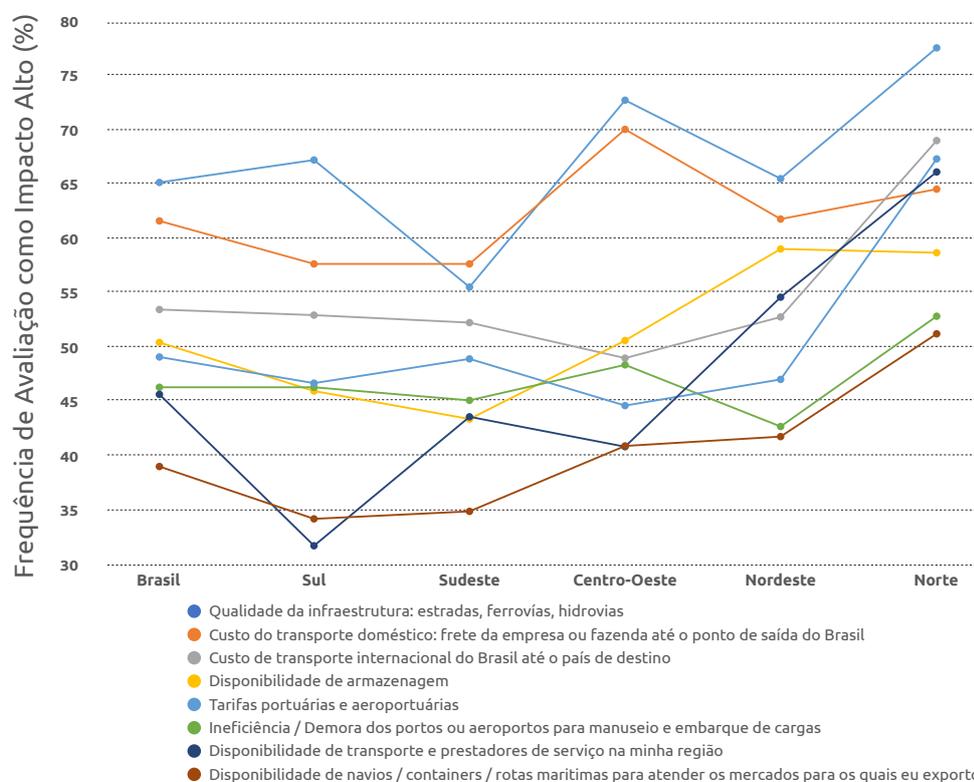
Na dimensão Infraestrutura e logística (IL) os 2 fatores mais críticos – qualidade de infraestrutura e custo do transporte – são os mesmos na maior parte das regiões. No Norte, porém, além de um impacto muito mais crítico para a qualidade da infraestrutura (77,9%), observa-se um salto relacionado à custo do transporte internacional, tarifas portuárias e disponibilidade de prestadores de serviço.

Produtores consultados nas regiões Centro-Oeste e Norte foram os que mais destacaram a qualidade de infraestrutura como fator altamente impactante para a atividade exportadora (73,1% e 77,9%, respectivamente), o que faz sentido se considerarmos a distância das regiões produtoras desses estados em relação aos portos.

O custo do transporte até o porto de saída foi o segundo fator mais duramente avaliado no Centro-Oeste (70,1%), enquanto no Nordeste e no Norte encontram-se importantes preocupações com a falta de armazenagem (59,4% e 58,8%, respectivamente).

A disponibilidade de transporte e prestadores de serviços foi um problema relevante apontado por grande parte dos entrevistados no Norte (66,2%) e no Nordeste (54,5%). Nas demais regiões, menos da metade dos produtores avaliam o fator como de alto impacto.

Figura 37 – Desafios de infraestrutura e logística: avaliação de “Impacto Alto” por região (%)



Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

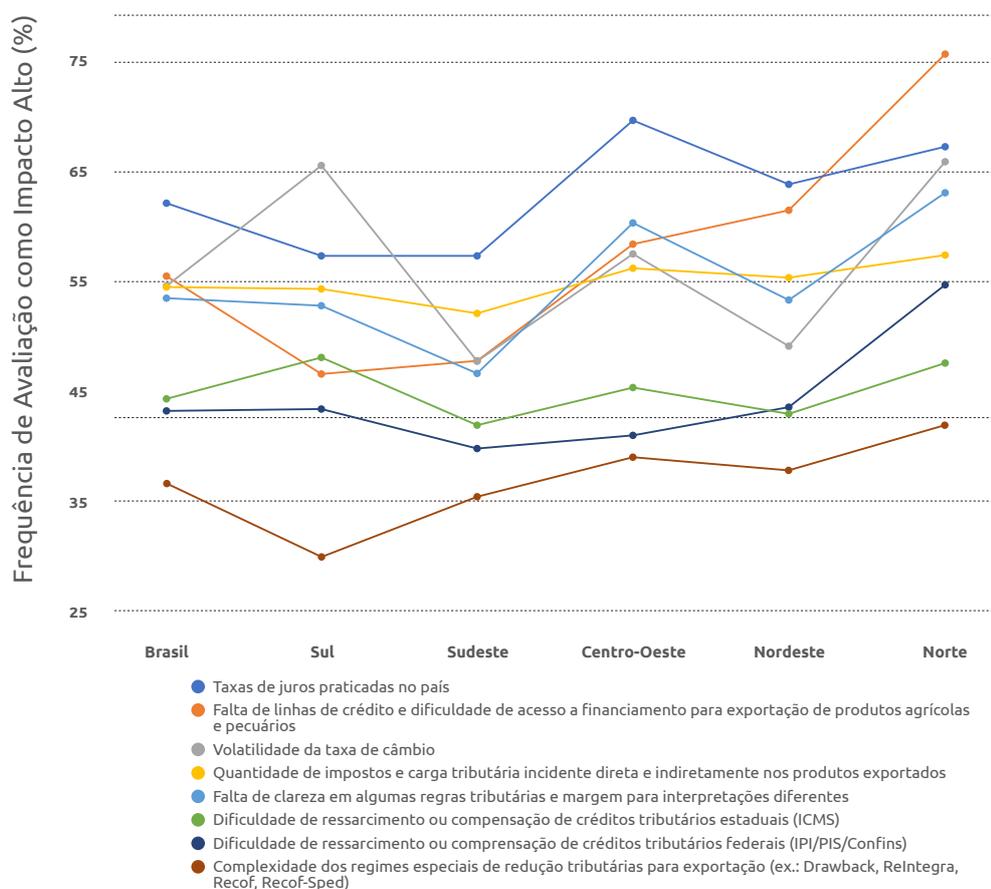
6.2 Desafios Econômicos e Tributários (ET)

Entre os desafios da dimensão Econômico e Tributário (ET), a taxa de juros aparece em 1º ou 2º lugar em todas as regiões, sendo mais criticamente avaliada no Centro-Oeste (71,6%), enquanto a taxa de câmbio apresenta a pior avaliação na região Sul (67,5%), onde há um grupo considerável de exportadores.

A falta de linhas de crédito e acesso a financiamento para a exportação ganha destaque como um desafio de alto impacto para os produtores do Centro-Oeste, Nordeste e Norte. Já a dificuldade de ressarcimento de impostos federais e estaduais e complexidade de regimes especiais de redução tributária estão entre os que menos afetam exportações na avaliação dos produtores nas cinco regiões.



Figura 38 – Desafios econômicos e tributários: avaliação de “Impacto Alto” por região (%)

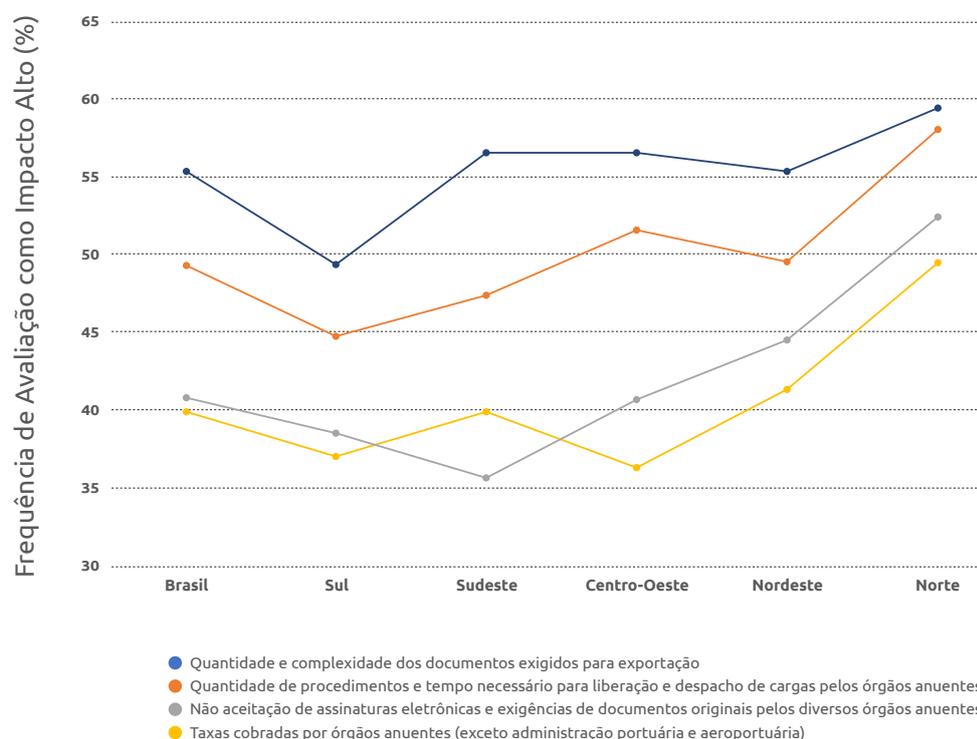


Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

6.3 Desafios relacionados a Processos Aduaneiros e Alfandegários (PA)

No que diz respeito à dimensão dos Processos Aduaneiro e Alfandegário (PA), observa-se o mesmo ordenamento de impacto dos dois principais fatores críticos nas diversas regiões analisadas, que são quantidade e complexidade de documentos exigidos, e quantidade de procedimentos e tempo necessário para liberação e despacho (Figura 39). A região Norte apresenta as piores avaliações em todos os fatores relacionados a este desafio.

Figura 39 – Desafios dos processos aduaneiro e alfandegário: avaliação de “Impacto Alto” por região (%)



Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

6.4 Desafios de Comércio Exterior e Promoção Comercial (CP)

Em todas as regiões abordadas no estudo, a falta de estratégia governamental para o comércio exterior e poucas ações de promoção comercial foram apontadas como os 2 principais fatores de impactos. No outro extremo, o imposto de importação foi o menos importante dos fatores em todas as regiões (Figura 40).

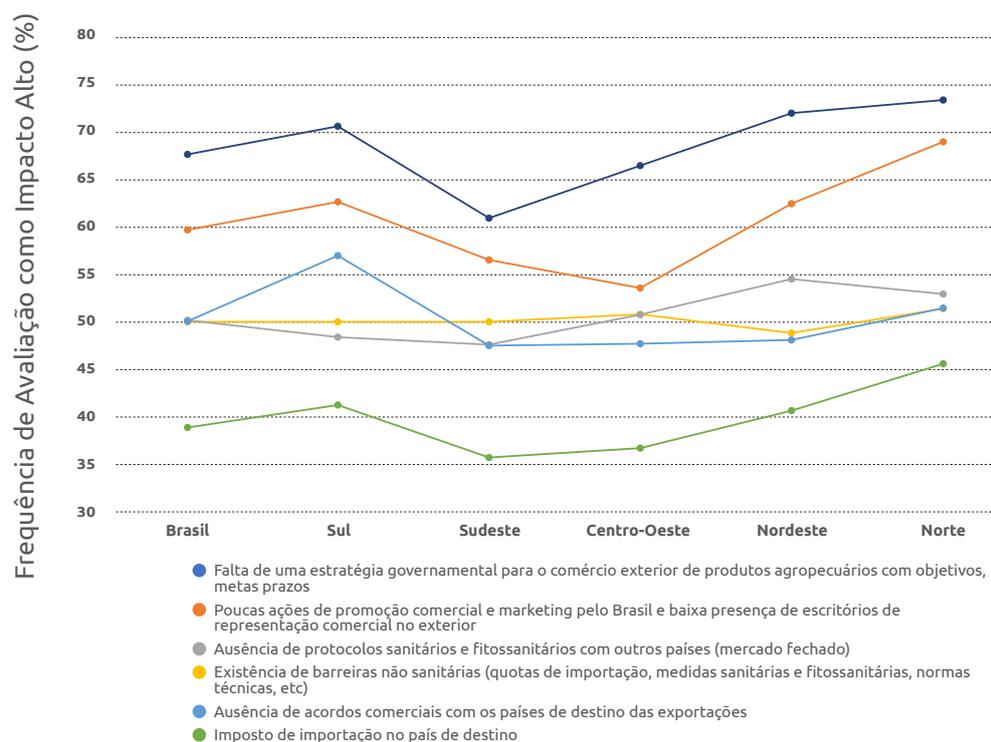
Os produtores do Sul avaliaram a falta de acordos comerciais com países de destino de forma mais crítica do que as demais regiões. Do mesmo modo, os produtores do Nordeste apontam a ausência de protocolos sanitários e fitossanitários com outros países, o que ainda é bastante usual no caso de frutas e mel, produtos de interesses de alguns produtores da região.



Pesquisa Desafios à Internacionalização

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

Figura 40 – Desafios de comércio exterior e promoção comercial: avaliação de “Impacto Alto” por região (%)



Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

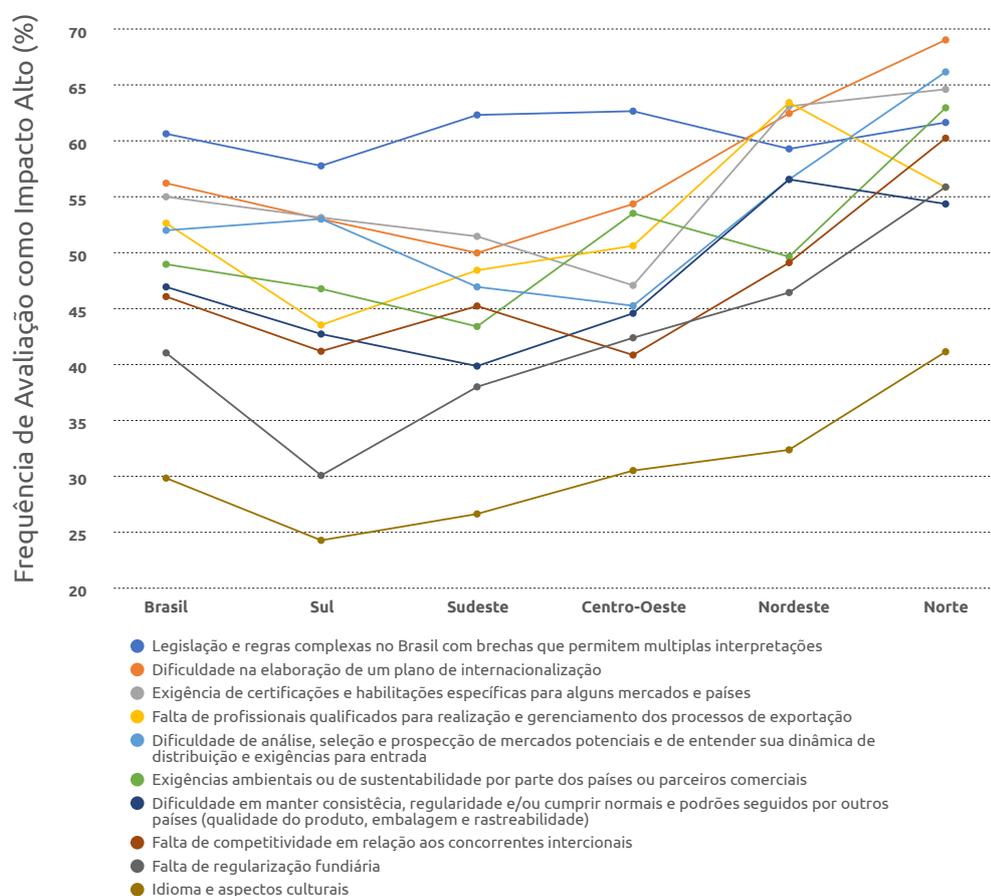
6.5 Desafios de Compliance e Capacidades (CC)

Das dimensões analisadas, esta é a que apresenta maior diferença na avaliação dos impactos críticos entre as regiões. Produtores do Sul, Sudeste e Centro-Oeste apontam a legislação e regras complexas como o fator de maior impacto. Embora esse desafio também tenha sido avaliado como de alto impacto por mais de 60% dos produtores do Norte e Nordeste, outros entraves passam a ganhar mais destaque nessas regiões.

Na região Nordeste, os fatores destacados como críticos são a falta de profissionais qualificados, as exigências de certificação e a dificuldade de elaborar um plano de internacionalização. Isso é reflexo do elevado número de produtores da região que se enquadram no grupo dos pretendentes.

Um padrão semelhante de apontar desafios relacionados ao processo mais inicial da internacionalização como mais críticos também ocorre no Norte, onde a maior parte dos produtores avaliou a dificuldade de elaboração de planos de internacionalização; a dificuldade de análise, seleção e prospecção de mercados para exportação como os principais entraves.

Figura 41 – Desafios de compliance e capacidades: avaliação de “Impacto Alto” por região (%)



Base: 740. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

6.6 Região Sul: Visão geral e principais desafios

A região Sul contou com 143 respondentes, os quais têm como principais atividades o cultivo de soja e milho (53,2%), a pecuária de corte (46,8%), a produção de mel e produtos da apicultura (21,0%), o cultivo de trigo e outras culturas de inverno (20,2%) e a produção de eucalipto e pinus (17,7%)¹⁰. A maior parte dos participantes da pesquisa nos estados do Sul do país já exporta seus produtos (42%), enquanto 28% deles ainda não exportam, mas têm a intenção de fazê-lo. Há ainda parte dos produtores (18,2%) que não apresentam o interesse de exportar e 11,9% não souberam responder se seu produto é ou não comercializado internacionalmente.

Os estados da região Sul concentram o maior percentual de **exportadores** dentre as regiões do país. Dos produtores que já exportam, a soja em

10. Como os produtores poderiam apontar mais de uma atividade desenvolvida, o percentual de cada atividade representa a frequência com que ela foi apontada.

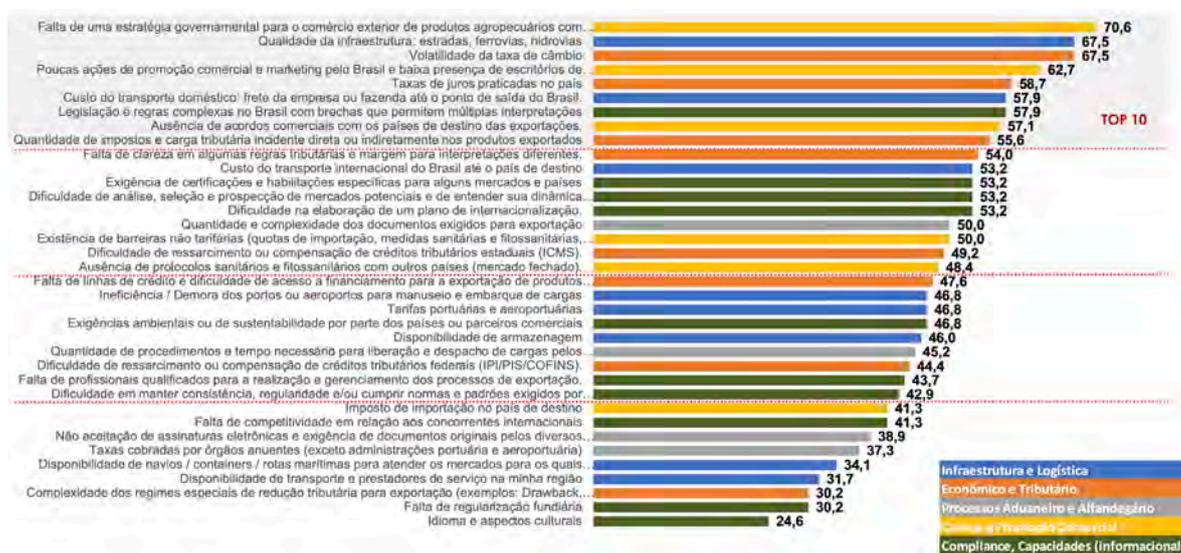


grãos é o produto de maior representatividade (59,6%), seguido pelas carnes (40,4%) e milho também em grãos (32,7%). Em decorrência dos produtos comercializados, a China (42,3%), Europa (34,6%) e Oriente Médio (23,1%) configuram como os principais mercados dos produtos que tem como origem o Sul do Brasil. No caso dos **interessados em exportar**, a maior parte pretende comercializar carnes (33,3%) e mel (30,0%), tendo como foco o mercado europeu (50%).

Além disso, ressalta-se que 60,3% dos participantes da pesquisa na região são cooperados associados a uma cooperativa e 65,1% é afiliado a algum sindicato. De fato, há uma forte presença de cooperativas na região Sul, especialmente quando comparada às demais regiões do país. Por fim, quando perguntados se obtiveram auxílio de algum agente para a realização das exportações de seus produtos, os produtores que já realizam o processo afirmaram contar com a ajuda, sobretudo, das cooperativas (46,2%), enquanto a APEX (26,5%) e CNA/Senar (20,6%) se destacam entre aqueles que tem o interesse, mas ainda não realizam a atividade.

Na consolidação do ranking dos impactos mais críticos para a região, observa-se que a falta de estratégia governamental (70,6%), a qualidade da infraestrutura (67,5%) e a volatilidade do câmbio (67,5%) foram os mais indicados (Figura 42). Interessante notar que entre os 10 principais desafios da região predominam os relacionados as dimensões de Comércio Exterior e Promoção Comercial (CP), seguida de Econômico e Tributário (ET) e Infraestrutura e Logística (IL). Já os desafios no envolvendo Processos Aduaneiro e Alfandegário (PA) não possuem tanta criticidade para os produtores sulistas.

Figura 42 – Ranking dos desafios classificados como de alto impacto: Região Sul (%)



Base: 143. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

6.7 Região Sudeste: Visão geral e principais desafios

O Sudeste foi a região com maior número de respostas com 271 respondentes. O café (38,3%) é a atividade mais mencionada pelos produtores, seguida pela pecuária de corte (30,8%), pecuária leiteira (27,8%), cultivo de soja e milho (17,6%) e a produção de frutas, nozes e castanhas (15,9%)¹¹. Do total dos participantes da pesquisa, 29,9% já são exportadores, enquanto 34,7% pretendem expandir seus mercados para o exterior. Em contrapartida, 17,7% não apresentam o interesse de exportar e 17,7% não souberam responder se seu produto é ou não comercializado internacionalmente.

Dos produtores que já exportam os seus produtos, 52,2% comercializam café verde, 20,3% frutas, 13% mel e demais produtos derivados e 10% soja em grãos. O principal destino desses produtos é a Europa (65,3%), seguido pelos Estados Unidos e Canadá (37,5%) e Ásia – exceto China – (19,4%). Entre aqueles que ainda não exportam, porém tem intenção em iniciar o processo, 40,3% também pretendem comercializar café verde, enquanto 23,4% gostariam de exportar café torrado ou solúvel e 20,8% carnes. O principal mercado de interesse para a inserção de seus produtos também é a Europa (50,6%) seguido por Estados Unidos e Canadá (34,9%), China (19,3%) e América do Sul (12,0%).

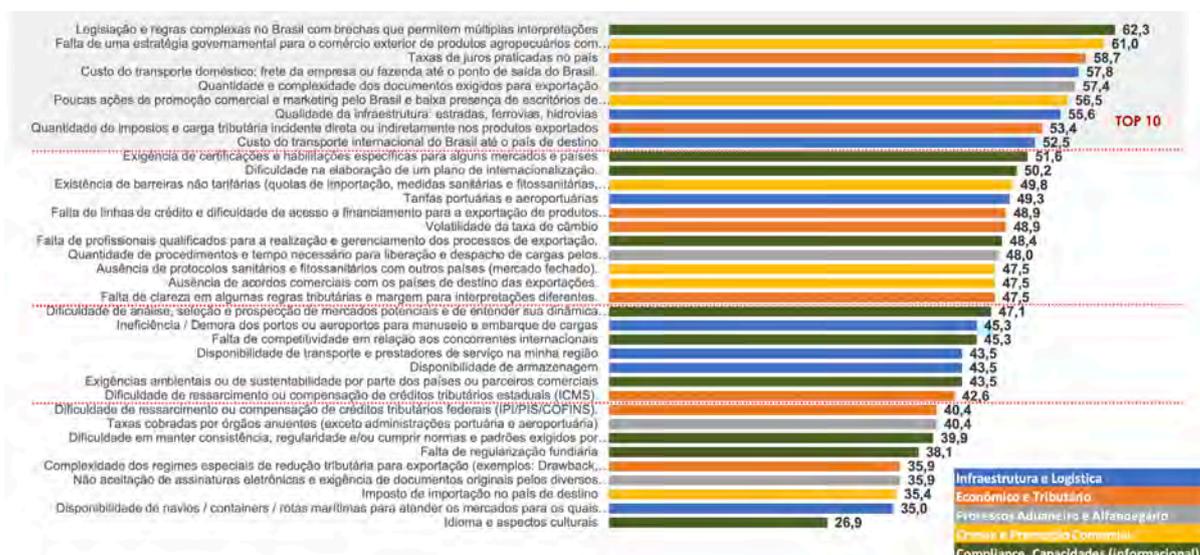
As cooperativas também possuem uma atuação importante na região Sudeste, especialmente nas cadeias de café e leite. Como resultado, 45,3% dos participantes da pesquisa nesta região afirmaram ser associados a alguma cooperativa, enquanto 53,0% são associados a um sindicato. As cooperativas figuram como a principal entidade (29,2%) que auxilia os produtores que já exportam, seguido pelo Sistema CNA/SENAR (23,6%), por outro lado, dos produtores que pretendem realizar o processo de exportação, mas ainda não o faz, 53,6% afirmam não contar com nenhuma ajuda.

Com relação ao ranking dos problemas que impactam de forma mais crítica os produtores do Sudeste, destacam-se a legislação e regras complexas (62,3%), falta de estratégia governamental (61,0%) e taxas de juros (58,7%) entre os fatores mais frequentes apontados pelos produtores. A dimensão Infraestrutura e Logística é a mais representada entre os 10 mais relevantes fatores críticos (Figura 43). Nessa região, em todas as dimensões analisadas, o grupo de pretendentes atribui nota de alto impacto mais frequentemente do que o grupo dos exportadores.

11. Como os produtores poderiam apontar mais de uma atividade desenvolvida, o percentual de cada atividade representa a frequência com que ela foi apontada.



Figura 43 – Ranking dos desafios classificados como de alto impacto: Região Sudeste (%)



Base: 234. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

6.8 Região Centro-Oeste: Visão geral e principais desafios

A pesquisa coletou 168 respostas na região Centro-Oeste, em que 35,7% dos respondentes são exportadores, 25,0% ainda não exportam, mas têm intenção de exportar, 19,0% não têm intenção e 20,2% não souberam opinar. Entre os respondentes na região, predomina-se a pecuária de corte (54,1%), a produção de soja e milho (43,2%), a pecuária leiteira (21,6%) e a produção de frutas, nozes e castanhas (13,5%)¹².

Entre o grupo que já exporta destaca-se que, 73,3% comercializam soja em grãos, 40% milho em grãos e 31,1% carnes. O principal mercado de destino dos produtos é a China (46%). Por outro lado, os produtores que têm intenção de exportar, a maior parte pretende exportar carnes (33,3%) e mel (33,3%) e tem como foco os mercados da Europa (32,5%), Ásia – exceto China – (25,0%) e América do Sul (22,5%).

Ressalta-se que 41,1% dos respondentes são associados a uma cooperativa e 55,6% afiliados a um sindicato. Porém, quando perguntados sobre quais entidades auxiliaram o grupo dos exportadores, 44% responderam não obter nenhuma ajuda, enquanto 22% foram auxiliados pelo Sistema CNA/Senar e 18% pelas cooperativas. Por outro lado, os

12. Como os produtores poderiam apontar mais de uma atividade desenvolvida, o percentual de cada atividade representa a frequência com que ela foi apontada.

produtores que compõem o grupo que tem intenção de exportar, 42,5% contaram com a ajuda do Sistema CNA/Senar, enquanto 27,5% não obtiveram ajuda, 25% foram auxiliados pela Apex e 15% por cooperativas.

Na região Centro-Oeste os principais fatores críticos elencados pelos produtores foram qualidade da infraestrutura (73,1%), taxas de juros (71,6%) e custo do transporte doméstico (70,1%). Entre os dez desafios mais relevantes na região, 5 são pertencentes ao grupo de desafios Econômicos e Tributários (Figura 44).

Figura 44 – Ranking dos desafios classificados como de alto impacto: Região Centro-Oeste (%)



Base: 151. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

Pesquisa Desafios à Internacionalização

6.9 Região Nordeste: Visão geral e principais desafios

A pesquisa coletou 235 respostas na região Nordeste, em que 10,6% dos respondentes são exportadores, 47,2% ainda não exportam, mas têm intenção de exportar, 22,6% não têm intenção e 19,6% não souberam opinar. Entre os respondentes na região, predomina-se a pecuária de corte (33,8%), a produção de mel e outros produtos da apicultura (28,9%), a pecuária leiteira (26,9%), a produção de frutas, nozes e castanhas (25,9%) e a atividade com ovinos e caprinos (24,4%).

Entre o grupo que já exporta destaca-se que, 52,9% comercializam mel e produtos derivados enquanto carnes, ovos e soja em grãos também



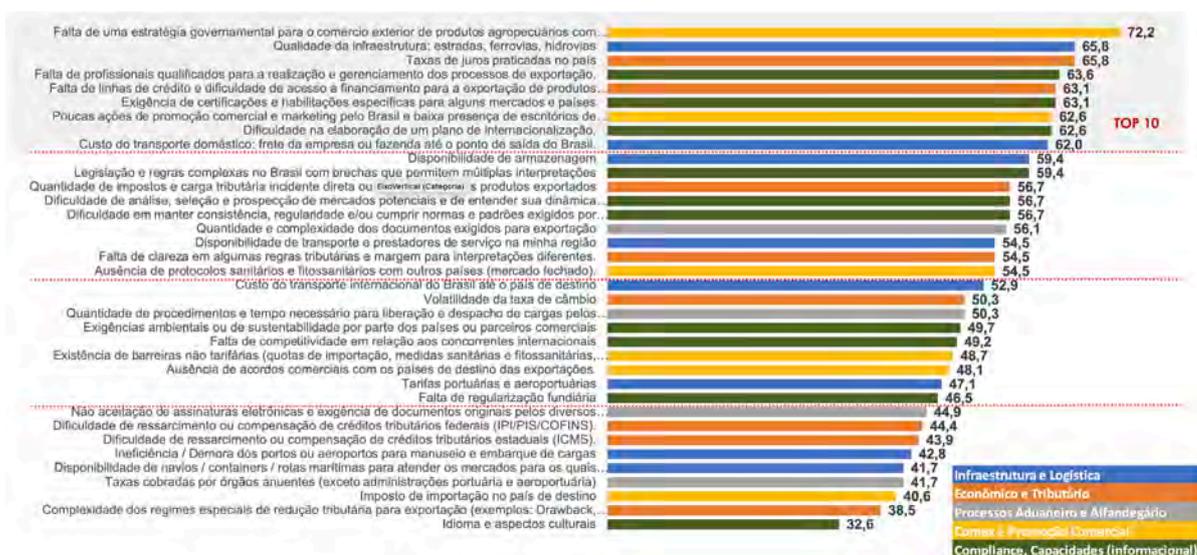
DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRICULTURA BRASILEIRO

figuram entre os principais produtos exportados. O principal mercado de destino dos produtos são os Estados Unidos e Canadá (45%). Por outro lado, os produtores que têm intenção de exportar, a maior parte pretende exportar frutas (36,3%), mel e outros produtos derivados (34,1%), carnes (15,4%) e tilápia, pescados e frutos do mar (13,2%). Ademais, esse grupo tem como foco os mercados da Europa (52%), Estados Unidos e Canadá (34,7%) e China (27,6%).

Dos produtores que responderam à pesquisa na região, 34,8% são associados a uma cooperativa e 47,3% afiliados a um sindicato. Por fim, quando perguntados se obtiveram auxílio de algum agente para a realização das exportações de seus produtos, os produtores que já realizam o processo afirmaram contar com a ajuda, sobretudo, do Sistema CNA/Senar (35%), enquanto a 46,5% entre aqueles que tem o interesse, mas ainda não realizam a atividade afirmaram não ter obtido ajuda de nenhum agente.

Os produtores da região Nordeste apontaram a falta de uma estratégia governamental para o comércio exterior (72,2%), a qualidade da infraestrutura (65,8%) e as taxas de juros (65,8%) como os fatores críticos mais relevantes a impactarem a exportação. Nenhum fator ligado aos Processos Aduaneiro e Alfandegário foi apontado entre os dez mais importantes para o produtor (Figura 45).

Figura 45 – Ranking dos desafios classificados como de alto impacto: Região Nordeste (%)



Base: 201. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

6.10 Região Norte: Visão geral e principais desafios

A região Norte obteve 82 respostas, em que os produtores locais têm como principais atividades a pecuária de corte (38,1%), a produção de frutas, nozes e castanhas (30,2%), o cultivo de verduras e legumes (22,2%), a avicultura (20,6%), o cultivo de soja e milho (15,9%) e de cacau (14,3%). A maior parte dos participantes da pesquisa nos estados do Norte do país ainda não exporta, mas tem o interesse em exportar seus produtos (48,8%), enquanto 15,9% já realiza o processo, 18,3% não têm intenção e 17,1% não sabem dizer se seu produto é ou não comercializado internacionalmente.

Dos produtores que já exportam, a carne – aves, suínos e bovinos – é o produto de maior representatividade (50%), seguido pela soja em grãos (30%), sucos e/ou polpas de frutas (30%), milho em grãos (20%) e nozes e castanhas (20%). A Ásia (exceto China) configura como o principal mercado consumidor dos produtos que tem como origem o Norte do Brasil, representando 45,5% das respostas, em seguida os respondentes indicaram Europa (36,4%) e 36,4% não souberam responder. No caso dos interessados em exportar, a maior parte pretende comercializar frutas (37,5%), cacau – em pó / manteiga – (28,1%), sucos e/ou polpas de frutas (28,1%), mel e outros produtos derivados (25%) carnes (18,8%) e café verde (15,6%). O grande foco dos produtores que têm intenção em comercializar seus produtos é a Europa (40%) e Ásia – exceto China – (31,4%).

Por fim, apenas 22,4% dos participantes afirmaram ser associados a cooperativas e 41,8% são afiliados a um sindicato. É de se esperar que a região apresente uma baixa adesão às cooperativas, uma vez que há uma baixa presença e atuação dessas entidades no Norte do país. Assim, tanto no grupo de exportadores como àqueles que não exportam, mas têm a intenção, o Sistema CNA/Senar aparece como a principal entidade que auxilia no processo, sendo citados por 54,5% dos produtores que vendem seus produtos ao exterior e 40% polos produtores que tem interesse no processo.

Os entrevistados da região Norte elencaram, entre os principais fatores críticos, a qualidade da infraestrutura (77,9%), a falta de linhas de crédito e dificuldade de acesso ao financiamento para a exportação (77,9%) e a falta de uma estratégia governamental para o comércio



exterior (73,5%) (Figura 46). No ranqueamento das dimensões, a região Norte apresenta a Infraestrutura e Logística (IL) como a mais fortemente criticada, sendo que os pretendentes são os mais críticos em praticamente todas as dimensões.

Da mesma forma que o observado para o Nordeste, a região não elencou, entre os 10 maiores fatores críticos, nenhum fator ligado aos Processos Aduaneiro e Alfandegário (PA).

A frequência com que os produtores da região apontam os desafios como de alto impacto para o processo de internacionalização é maior na região Norte do que nas demais, o que evidencia a maior deficiência da região em relação aos pontos avaliados em relação ao restante do país.

Figura 46 – Ranking dos desafios classificados como de alto impacto: Região Norte (%)



Base: 67. Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

7. Questões abertas e Contribuições dos Entrevistados

A pesquisa dedicou um espaço do questionário para que os entrevistados apontassem fatores críticos não abordados nas perguntas e apresentassem sugestões para a sua superação. Como resultado, foram captados 319 desafios em forma de texto, classificados e agrupados na figura 56. Destacam-se os desafios relacionados à mão-de-obra (15%), acesso a crédito (14%), falta de apoio (11%), custo de produção (8%), preços (8%), entre outros, muitos dos quais não restritos à exportação, mas relacionados à produção agropecuária independente da sua destinação.

Figura 47 – Desafios adicionais apontados pelos entrevistados (%)



Quantidade de citações: 319 — Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

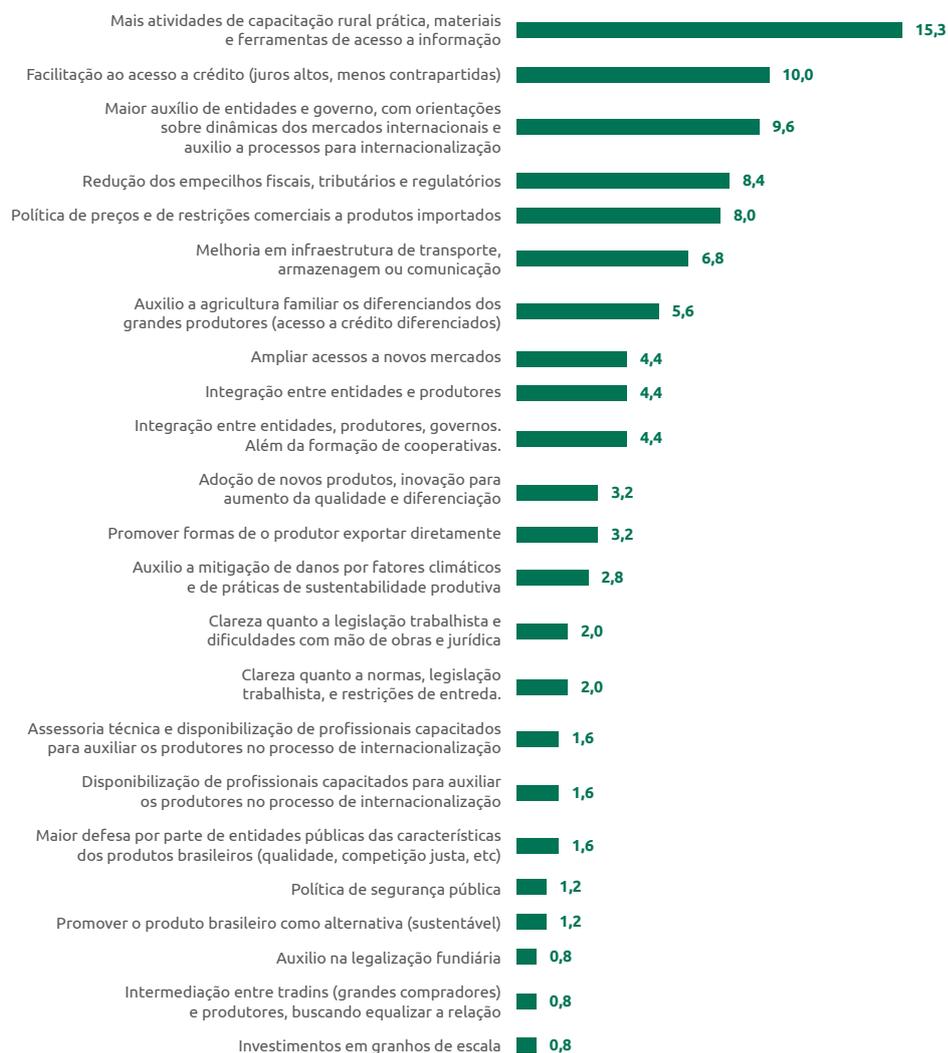
Entre as sugestões para superação dos entraves apontados, que somaram 253 textos, posteriormente classificados e ordenados, destaca-se capacitação de mão-de-obra e melhoria do acesso à informação (Figura 48).

Pesquisa Desafios à Internacionalização



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DO AGRO BRASILEIRO

Figura 48 – Sugestões dos entrevistados para a superação dos desafios



Quantidade de citações: 253 — Fonte: Elaboração Sistema CNA/Senar e Agroconsult.

A importância revelada nas respostas livres relativa à capacitação e acesso à informação deve ser analisada com os demais resultados. O investimento em ações que atacam o déficit de informação, por exemplo, não deve ser negligenciado pois seus resultados afetam outras dimensões ao elevar não apenas as capacitações operacionais, mas a capacidade analítica dos produtores beneficiados. Os resultados desse tipo de ação podem, inclusive, mudar o atual posicionamento dos produtores que não conseguem vislumbrar, com as informações que possuem, que podem vir a fazer parte do grupo de exportadores.

8. A inserção do Brasil no mercado internacional de produtos agrícolas

De acordo com os dados da FAO, o Brasil ocupa o 4º lugar entre os maiores produtores agrícolas do mundo com uma participação de 3,5% do valor bruto da produção agrícola mundial (*FAOSTAT - Value of Agricultural Production, 2023*)¹³. Apesar de bem-posicionado, o país ainda está distante do valor produzido pelos líderes mundiais como China (35%), Índia (10%) e Estados Unidos (8%), os quais possuem um amplo mercado interno devido ao tamanho da população e seu perfil de consumo.

Os principais países produtores também figuram nas primeiras posições no ranking das exportações de produtos agrícolas – exceção feita à Índia –, sendo que o Brasil passa a ganhar mais destaque nesse contexto como grande fornecedor mundial de alimentos, fibras e energia. Segundo dados do *Trade Map*, a participação do Brasil nas exportações globais de produtos agrícolas foi de 6,9%¹⁴ em 2022, fazendo com que o país ocupasse o segundo lugar no ranking mundial entre os países exportadores, atrás apenas dos Estados Unidos.

Pesquisa Desafios à Internacionalização

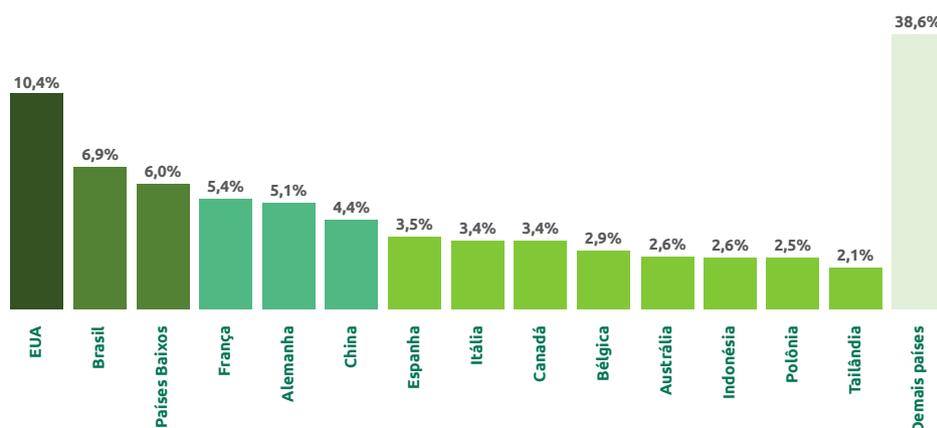
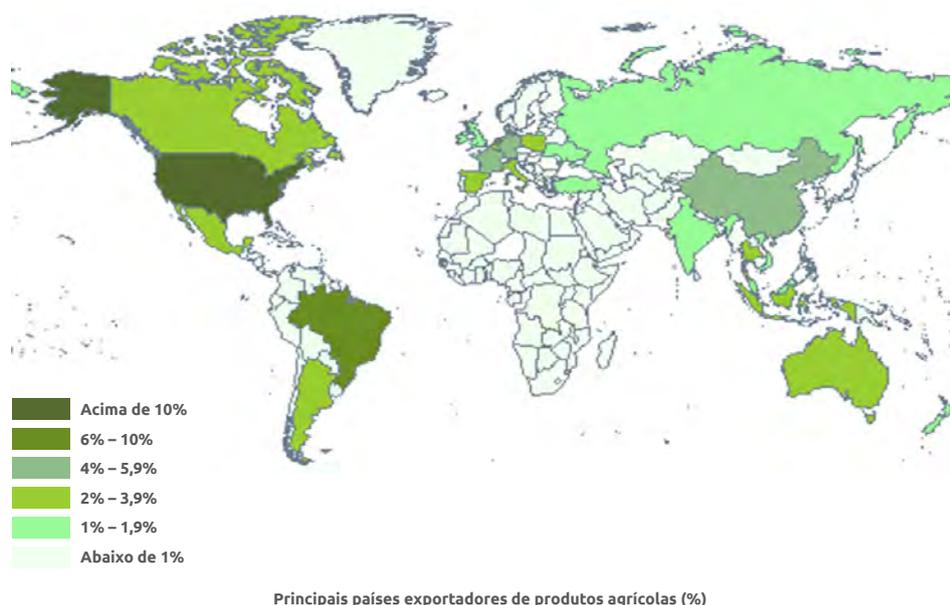


DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DO AGRO BRASILEIRO

13. Informação refere-se ao ano de 2021, último ano disponibilizado pela fonte. Informações disponíveis em: <https://www.fao.org/faostat/en/#data/QV>

14. Para fins comparativos, considerando o comércio de todos os produtos (não apenas os agrícolas), o Brasil ocupou o 24º lugar no ranking entre os países exportadores em 2022, com uma participação de 1,4% nas exportações globais.

Figura 49 – Ranking mundial: maiores países exportadores de produtos agrícolas em 2022¹⁵

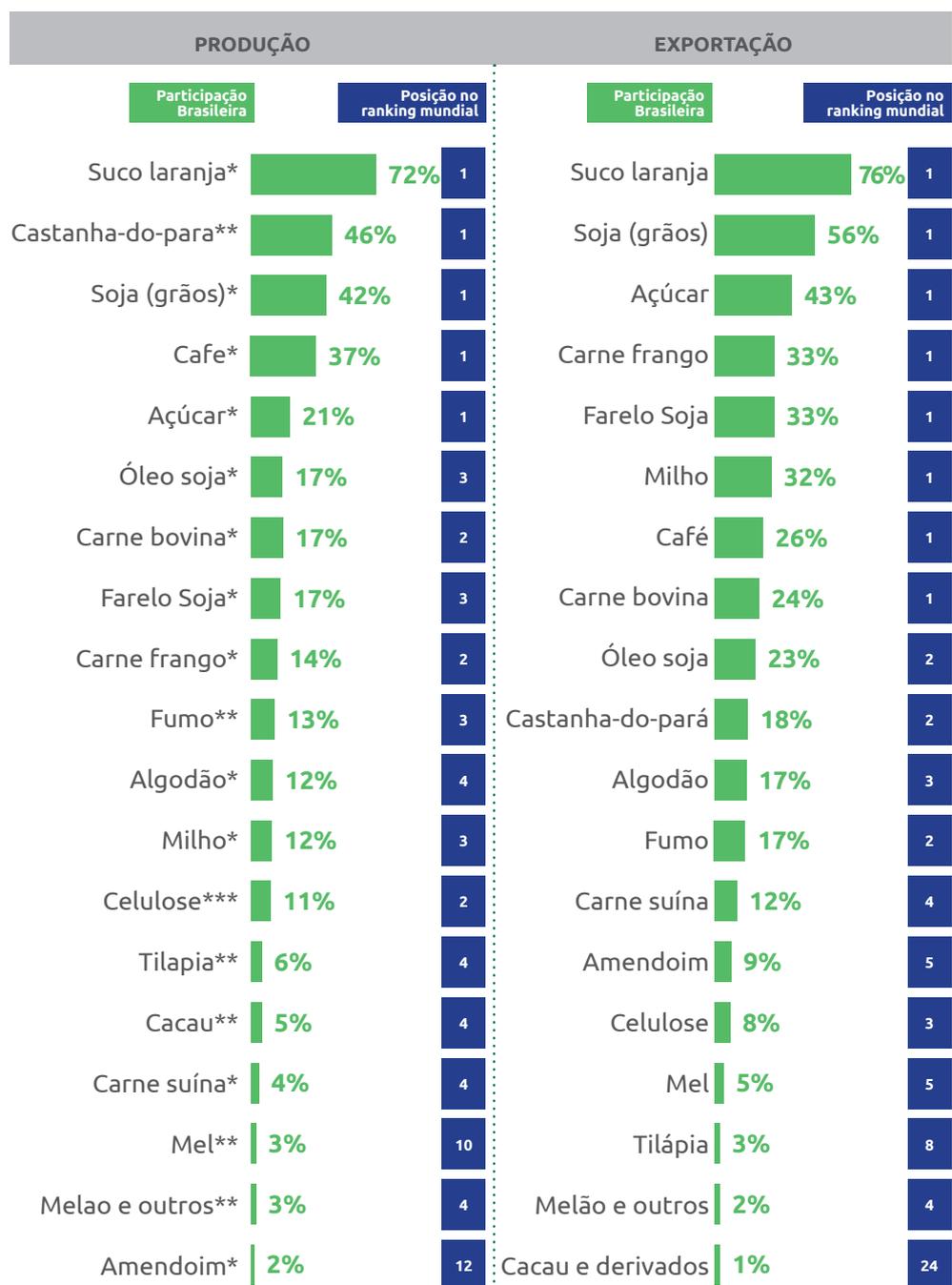


Fonte: Trade Map. Elaboração: Agroconsult.

Considerando alguns produtos e setores específicos, a produção e as exportações brasileiras se tornam ainda mais essenciais para garantir a oferta e sustentar os fluxos comerciais. Em alguns produtos, como soja e seus derivados, açúcar, café, celulose, fumo e carnes, sobretudo carne bovina, o Brasil possui um mercado bastante desenvolvido, com grande relevância tanto na produção como no comércio global. Por outro lado, há produtos que o país possui importância na produção mundial – como tilápia e cacau –, mas há espaço para crescer nos fluxos comerciais.

15. Classificação de "Produtos Agrícolas" segue padrão da Organização Mundial do Comércio (OMC). Ranking inclui reexportações.

Figura 50 – Participação brasileira na produção e exportação, em quantidade, de produtos selecionados e sua respectiva posição no ranking mundial em 2022



* Dados de 2022 (USDA); ** Dados de 2021 (FAO); *** Dados de 2020 (Ibá). A categoria melão e outros engloba melão, melancia e mamão. — Fonte: USDA, FAO, Trade Map, Ibá. Elaboração: Agroconsult.

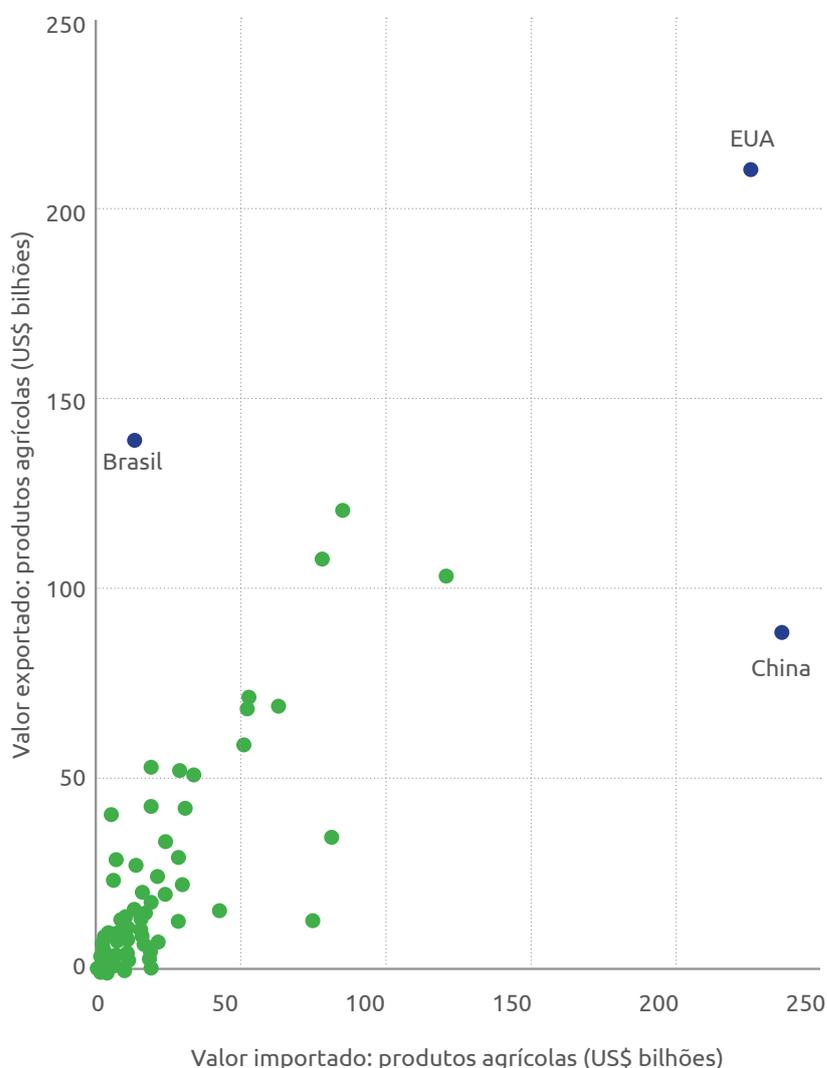
Pesquisa Desafios à Internacionalização



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

O Brasil ainda possui uma particularidade dentre os países integrantes do grupo de grandes produtores e exportadores agrícolas, sendo um dos poucos que apresenta superávit nas exportações líquidas de produtos agrícolas¹⁶. Enquanto as importações brasileiras desses produtos são relativamente baixas – com foco basicamente em trigo e malte – China e Estados Unidos, por exemplo, são também grandes consumidores de produtos agrícolas básicos e processados, recorrendo ao mercado externo para completar a oferta interna através das importações, para assim poder atender de forma satisfatória a demanda doméstica.

Figura 51 – Valor das exportações e importações de produtos agrícolas em 2022

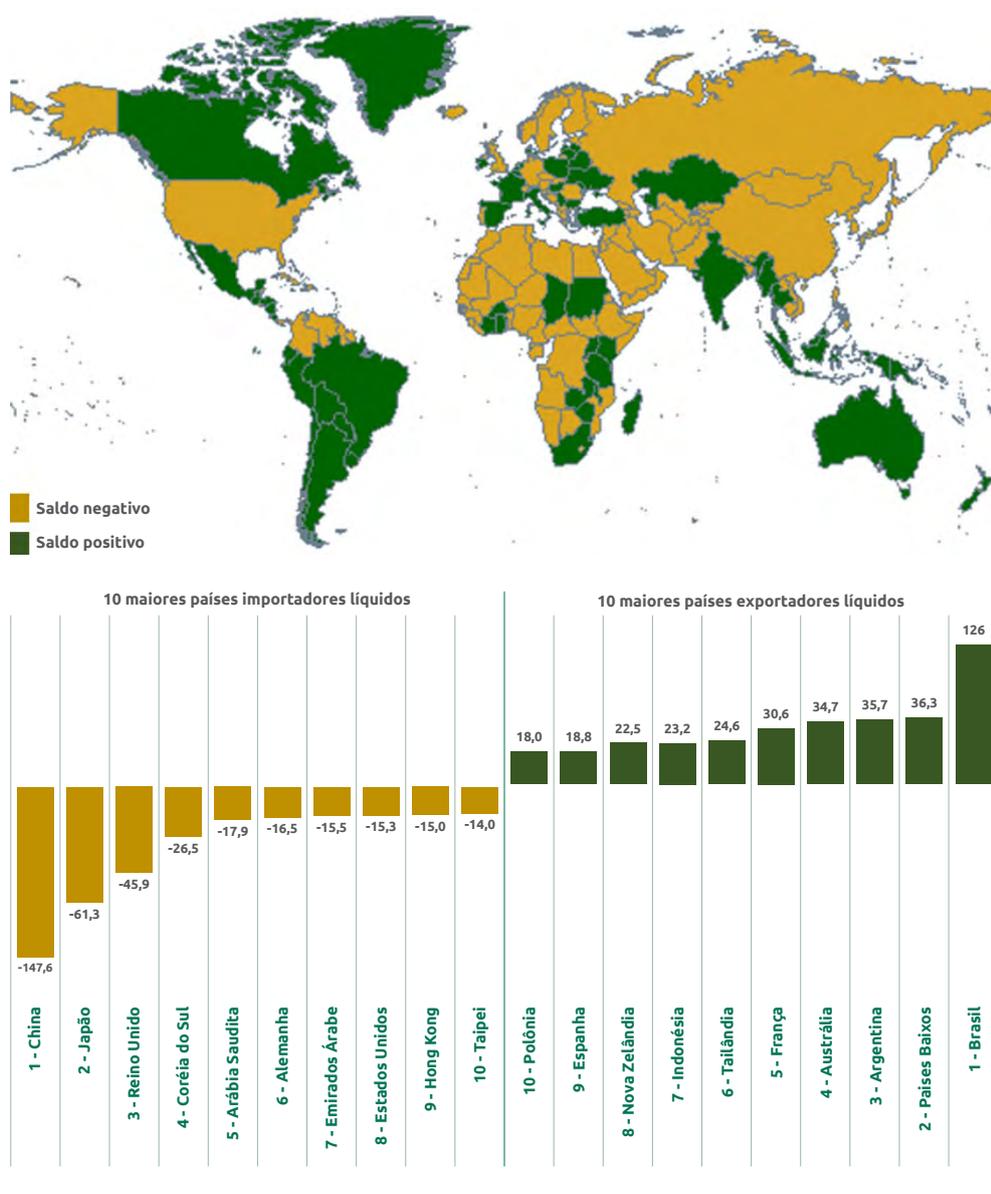


Fonte: Trade Map. Elaboração: Agroconsult.

16. Exportação líquida (em valor) = exportação (em valor) – importação (em valor).

Nesse sentido, quando se considera as exportações líquidas como parâmetro, o Brasil ocupa a liderança disparada e incontestável com um saldo de US\$ 126 bilhões – valor 3,5 vezes maior do que o segundo colocado no ranking. Estados Unidos e a China, por sua vez, apresentam um saldo negativo de US\$ 15,3 e 147,6 bilhões, respectivamente. Tais números corroboram e reforçam ainda mais a importância do Brasil como fornecedor mundial de produtos agrícolas e seu potencial para atender a demanda externa de tais produtos.

Figura 52 – Exportações líquidas de produtos agrícolas (bilhões de US\$) em 2022



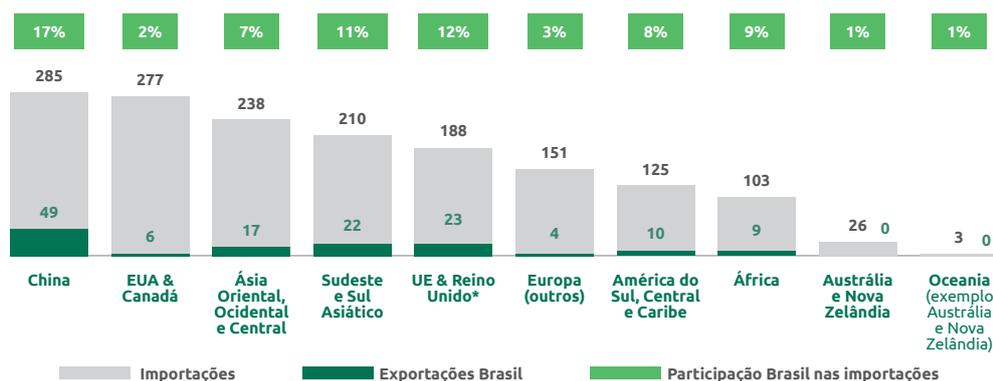
Fonte: Trade Map. Elaboração: Agroconsult.



9. Parceiros comerciais do Brasil

O Brasil possui diversos parceiros comerciais e é um fornecedor estratégico para algumas regiões, com destaque para China, países do sudeste e sul asiáticos e da União Europeia, em que a penetração dos produtos brasileiros é a mais elevada quando comparada com a participação em outras regiões do globo. As transações com o Brasil representam 17% do total das importações chinesas de produtos agrícolas, enquanto esse percentual chega a 12% na União Europeia e Reino Unido e 11% na região sudeste e sul da Ásia. Além das oportunidades em ganhar participação nos parceiros tradicionais, há outras regiões em que há espaço para o país aumentar a sua relevância, como Estados Unidos e Canadá, Austrália e Nova Zelândia e os demais países da Oceania e da Europa.

Figura 53 – Participação do Brasil nas importações mundiais de produtos agrícolas, em valor, por principais países e regiões em 2022



* Exclui comércio intrablocos.

Fonte: Agroconsult com base nos dados do Trade Map.

Em 2022, o Brasil registrou relações comerciais com cerca de 220 países envolvendo alguma transação de produtos agrícolas. O Índice de Diversificação Geográfica (GGDI)¹⁷ revela que o Brasil apresenta uma diversificação média (GGDI = 0,58), porém superior a outros grandes exportadores de produtos agrícolas, como Estados Unidos (0,50) e China (0,55).

17. Pode ser interpretado da seguinte forma, quanto mais próximo de 0 o GGDI estiver, significa que o país é menos diversificado em suas exportações em termos de destino, enquanto mais próximo de 1, ele é mais diversificado.

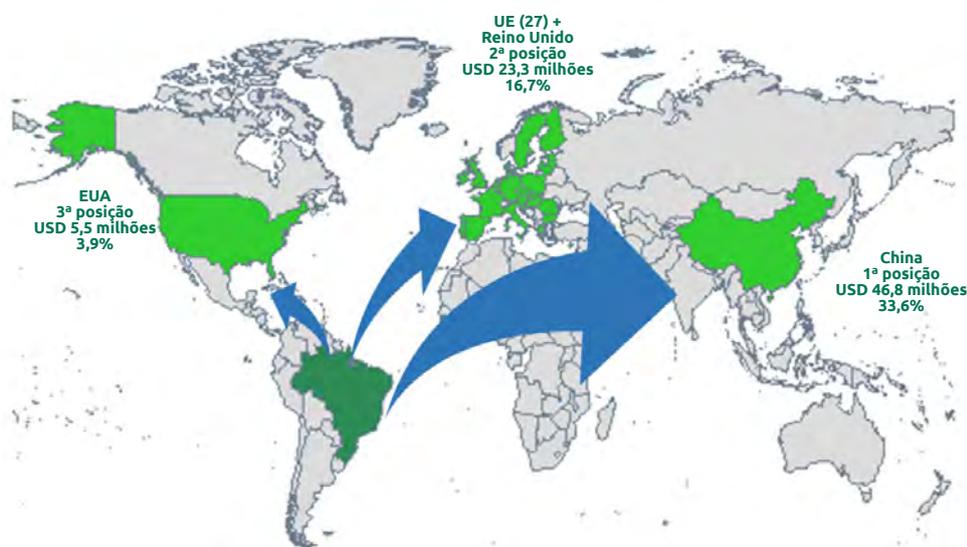
Figura 54 – Índice de GDI para produtos agrícolas: principais países exportadores de produtos agrícolas em 2022¹⁸



Fonte: Agroconsult com base nos dados do Trade Map.

Apesar do índice de diversificação geográfica do Brasil não apresentar valores baixos, observa-se uma certa concentração no destino das exportações brasileiras, com a China se posicionando como o grande parceiro comercial do Brasil e respondendo por 33,6% do total das exportações agrícolas brasileiras, ou seja, pouco mais de 1/3 do valor das nossas vendas externas em 2022. O segundo lugar do ranking é ocupado pela União Europeia e Reino Unido, com participação de 16,7%. Em seguida, aparecem os Estados Unidos (3,9%)¹⁹.

Figura 55 – Principais parceiros comerciais do Brasil para produtos agrícolas em 2022 (em valores financeiros)



Fonte: Trade Map. Elaboração: Agroconsult.

18. GDI é a sigla em inglês para Global Geographic Diversification Index, descrito por Lombaerde e Iapadre (2012) e Bouët e Odjo (2019). O GDI pode ser calculado a partir da fórmula a seguir:

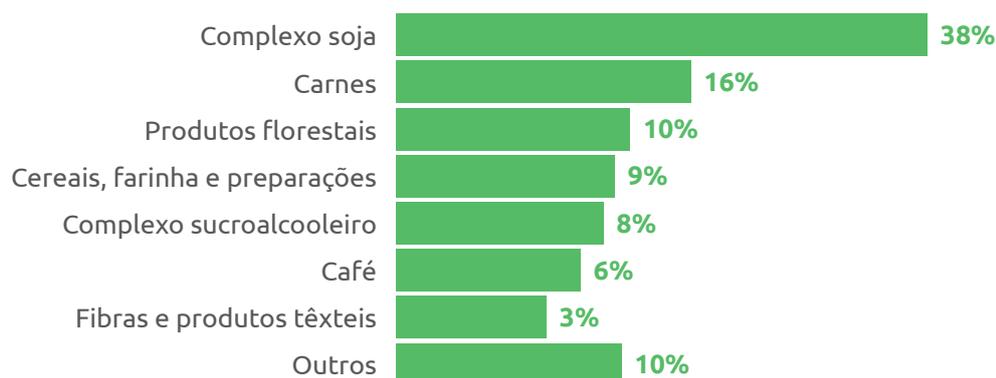
$GGDI_i = 1 - \frac{(\sum_j |(X_{i,j})/X_i - (X_{w,j} - X_{i,j})/(X_w - X_i)|)}{2}$ onde $X_{i,j}$ corresponde ao valor exportado do agronegócio do país i para o país j ; $X_{w,j}$ é o valor mundial exportado dos produtos do agronegócio para o país j ; X_i corresponde ao valor exportado do agronegócio do país i para o mundo; e X_w é o valor das exportações mundiais do agronegócio.

19. País ocupa terceira posição no ranking se considerar a União Europeia e o Reino Unido como um único grupo.

10. Pauta exportadora de produtos agrícolas

Apesar da posição de destaque das exportações brasileiras no comércio global de produtos agrícolas, é importante ressaltar que a pauta exportadora brasileira do agronegócio ainda se concentra em poucos produtos. Em 2022, cerca de 90% da receita de exportação do agronegócio teve como origem os produtos do complexo soja (38%), seguidos pelas carnes (16%), produtos florestais (10%), cereais, farinha e preparações (9%), complexo sucroalcooleiro (8%), café (6%)²⁰ e fibras (3%). Se considerar tais setores em sua forma mais desagregada em termos de produtos, é possível afirmar que, os cinco principais produtos mais exportados pelo Brasil (soja, milho, carne bovina, açúcar e café) representaram 55% da pauta exportadora de produtos agrícolas, de uma lista de produtos transacionados composta por mais de mil itens.

Figura 56 – Participação, em valor, dos principais complexos agrícolas na pauta exportadora brasileira em 2022



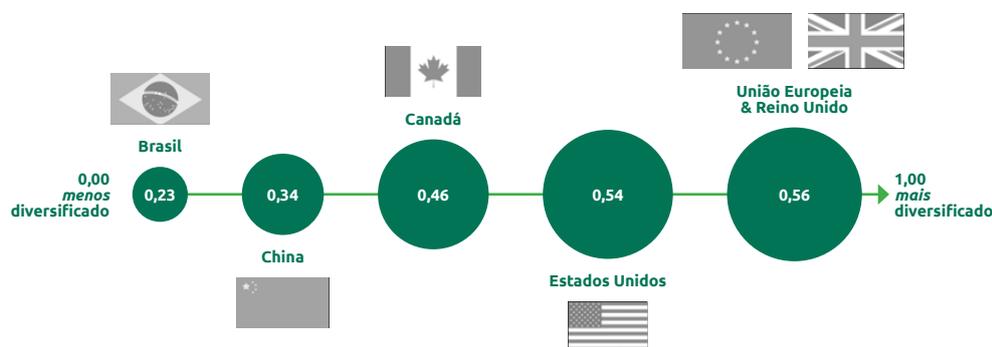
Fonte: ComexStat. Elaboração: Agroconsult.

O Índice de Diversificação Setorial (GSDI)²¹ – o qual pode ser interpretado da mesma forma que o GGDI, porém em termos de diversificação de produtos – corrobora a concentração da pauta das exportações brasileiras do agronegócio. O Brasil apresenta um GSDI de 0,23, se mostrando pouco diversificado em termos da pauta exportadora. É importante ressaltar que, entre os principais países exportadores de produtos agrícolas – União Europeia & Reino Unido, Estados Unidos, China e Canadá –, o Brasil é o que apresenta o menor indicador de diversificação setorial.

20. Códigos da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCMs) considerados: para o cálculo: 1201.90.00 - Soja, mesmo triturada, exceto para semente; 1005.90.10 - Milho em grão, exceto para semente; 0202.30.00 - Carnes desossadas de bovino, congeladas; 1701.14.00 - Outros açúcares de cana; e 0901.11.10 - Café não torrado, não descafeinado, em grão.

21. GSDI é a sigla em inglês para Global Sectorial Diversification Index, também descrito por Lombaerde e Iapadre (2012) e Bouët e Odjo (2019). O GGDI pode ser calculado a partir da fórmula a seguir:

Figura 57 – Índice de Diversificação Geográfica Setorial (GSDI) para produtos agrícolas: principais países exportadores de produtos agrícolas em 2022



Fonte: Agroconsult com base nos dados do Trade Map.

A liderança global que o Brasil já ocupa em alguns produtos deve ser destacada e preservada, mas, a concentração em poucos produtos é um fator que torna o resultado da balança comercial brasileira mais vulnerável a crises econômicas e choques de oferta. Nesse sentido, o fortalecimento das exportações de produtos menos convencionais, mas que já se encontram na pauta e que iniciaram algum grau de inserção internacional, é altamente recomendável e saudável, bem como a introdução de novos e mais elaborados itens.

Se no ranking dos grandes exportadores mundiais de produtos agrícolas o Brasil ocupa a 2ª posição, ao se considerar apenas os alimentos de base agropecuária processados, por exemplo, o país despenca para a 9ª posição, representando apenas 3,2% do total das exportações desse grupo de produtos.

Pesquisa Desafios à Internacionalização



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

Figura 58 – Ranking mundial: maiores países exportadores de produtos agrícolas e produtos agrícolas processados²² em 2022

Posição	Produtos Agrícolas		Alimentos de base agropecuária processados	
	País	Part. (%)	País	Part. (%)
1	Estados Unidos	10,4%	Estado Unidos	6,5%
2	Brasil	6,9%	Alemanha	6,4%
3	Países Baixos	6,0%	Países Baixos	6,2%
4	França	5,4%	França	5,4%
5	Alemanha	5,1%	China	4,8%
6	China	4,4%	Indonésia	4,7%
7	Espanha	3,5%	Itália	4,4%
8	Itália	3,4%	Bélgica	3,7%
9	Canadá	3,4%	Brasil	3,2%
10	Bélgica	2,9%	Canadá	3,2%
11	Austrália	2,6%	Malásia	3,1%
12	Indonésia	2,6%	Polônia	2,9%
13	Polônia	2,5%	Tailândia	2,9%
14	Tailândia	2,1%	Espanha	2,9%
15	México	2,1%	Reino Unido	2,3%
16	Argentina	1,7%	Índia	2,1%
17	Reino Unido	1,7%	Irlanda	2,1%
18	Malásia	1,5%	México	1,9%
19	Turquia	1,4%	Argentina	1,8%
20	Índia	1,4%	Nova Zelândia	1,8%
21	Nova Zelândia	1,4%	Turquia	1,7%
22	Irlanda	1,4%	Singapura	1,5%
23	Singapura	1,2%	Vietnã	1,3%
24	Ucrânia	1,2%	Áustria	1,2%
25	Vietnã	1,1%	Dinamarca	1,2%

Fonte: Trade Map. Elaboração: Agroconsult.

22. Inclui produtos agrícolas em maior grau de processamento.

Dadas as características e a diversidade da produção agrícola brasileira – que serão exploradas na próxima seção –, é possível afirmar que o país apresenta potencial para aumentar ainda mais a sua relevância no comércio global, a partir da diversificação de sua pauta exportadora e do aumento de sua presença em novos países e regiões, em que sua participação é pouco expressiva atualmente. Porém, a concentração de produtos na pauta de exportação pode indicar dificuldades do setor em diversificar e agregar valor, em especial aos produtos que não são as principais commodities, seja por questões internas – como logística e aspectos regulatórios e tributários – por barreiras e exigências impostas por outros países, falta de clareza e consistência nas ações de promoção comercial ou mesmo desconhecimento e dificuldades iniciais com relação aos processos para abrir mercados, o que torna ainda mais relevante a iniciativa do Sistema CNA/Senar em realizar esta pesquisa.

10.1 Contexto atual e relevância da produção do agronegócio para o Brasil

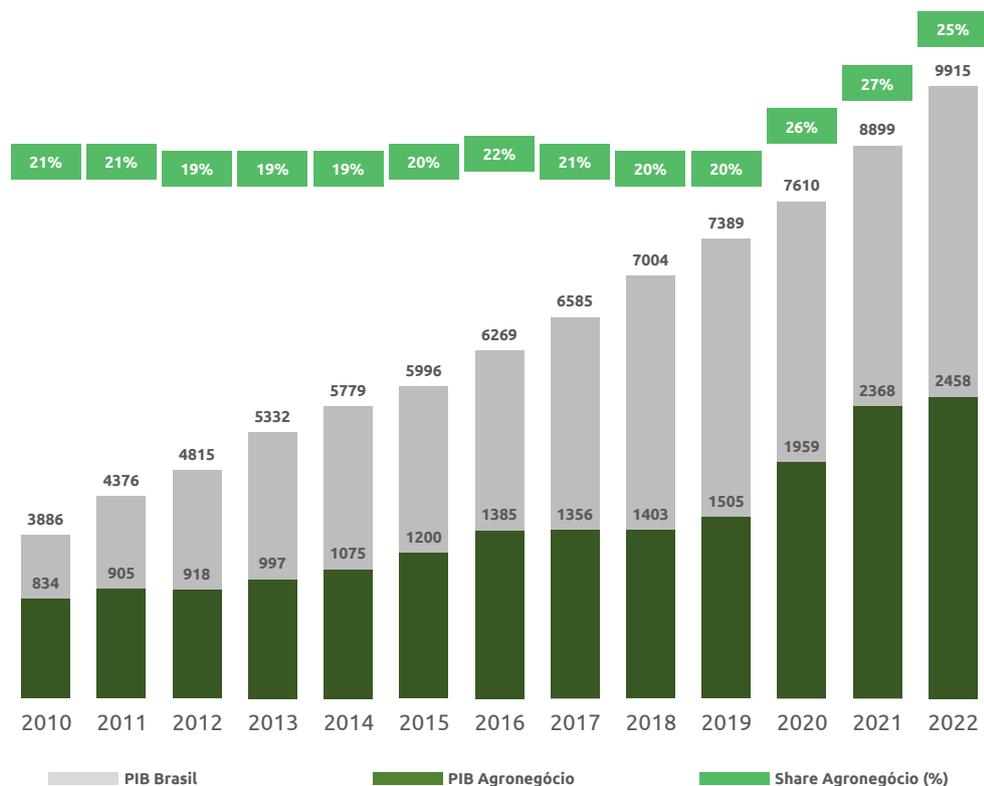
O agronegócio – composto pela produção primária agropecuária, indústrias de insumos, indústrias de processamento e serviços prestados ao setor – possui significativa importância para a economia brasileira, sendo caracterizado como atividade de importante dinamismo. Isto porque, a geração de valor proveniente das atividades relacionadas ao setor somou – segundo estimativas do Cepea – R\$ 2,5 trilhões, em 2022, representando 25% do Produto Interno Bruto (PIB) total do país.

Pesquisa Desafios à Internacionalização



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DO AGRO BRASILEIRO

Figura 59 – Evolução da relevância do agronegócio no PIB brasileiro de 2010 a 2022 (R\$ bilhões a valores correntes)



Fonte: Cepea. Elaboração: Agroconsult

A produção primária agropecuária, que responde por 27% do PIB do agronegócio estimado pelo Cepea, é responsável por um faturamento estimado de R\$ 1,42²³ trilhão, mensurado a partir do Valor Bruto da Produção (VBP). Cinco produtos são responsáveis por 66% do total do faturamento gerado: a soja ocupa a primeira posição do ranking, com uma participação de 23,8%, seguida pelo açúcar (11,4%), bovinos (10,8%), celulose (10,0%) e milho (9,7%).

23. Valor bruto de produção estimado para o ano de 2022, a preços correntes, pela Agroconsult, em que, a partir dos dados estimados e publicados pelo MAPA, adicionam-se novos produtos: aveia, castanha-de-caju, celulose, centeio, cevada, fumo, girassol, limão, mamão, mel, melancia, melão e sorgo. Cana-de-açúcar foi transformado em dois produtos: açúcar de cana bruto e álcool etílico. Para mais informações consultar a seção de Metodologia do estudo.

Figura 60 – Valor bruto da produção agropecuária em 2022 (R\$ milhões a valores correntes)

	VBP (R\$ milhões)	Participação Produto (%)
Soja	338.184	23,8%
Açúcar de cana bruto	162.717	11,4%
Carne bovina	153.490	10,8%
Celulose	142.090	10,0%
Milho	137.981	9,7%
Frango	95.224	6,7%
Leite	61.233	4,3%
Café	56.208	4,0%
Álcool etílico	36.517	2,6%
Algodão	34.940	2,5%
Suínos	32.527	2,3%
Ovos	20.408	1,4%
Trigo	18.497	1,3%
Banana	16.468	1,2%
Arroz	16.052	1,1%
Feijão	15.659	1,1%
Laranja	14.862	1,0%
Tomate	14.041	1,0%
Mandioca	13.112	0,9%
Batata	11.252	0,8%
Uva	5.032	0,4%
Mamão	3.525	0,2%
Cacau	3.508	0,2%
Sorgo	3.213	0,2%
Melancia	2.578	0,2%
Amendoim	2.556	0,2%
Limão	2.009	0,1%
Melão	1.881	0,1%
Manga	1.856	0,1%
Aveia	1.581	0,1%
Mel de abelha	820	0,1%
Castanha de caju	792	0,1%
Cevada	777	0,1%
Girassol	112	0,0%
Centeio	12	0,0%
Fumo	10	0,0%

Fonte: Mapa; Agroconsult. Elaboração: Agroconsult.

No que tange à distribuição regional da produção agropecuária brasileira, observam-se diferenças no tipo de produto produzido devido à extensão territorial do país bem como às particularidades edafoclimáticas de cada local. Assim, segundo dados divulgados pelo MAPA, Sudeste e Centro-

Pesquisa Desafios à Internacionalização

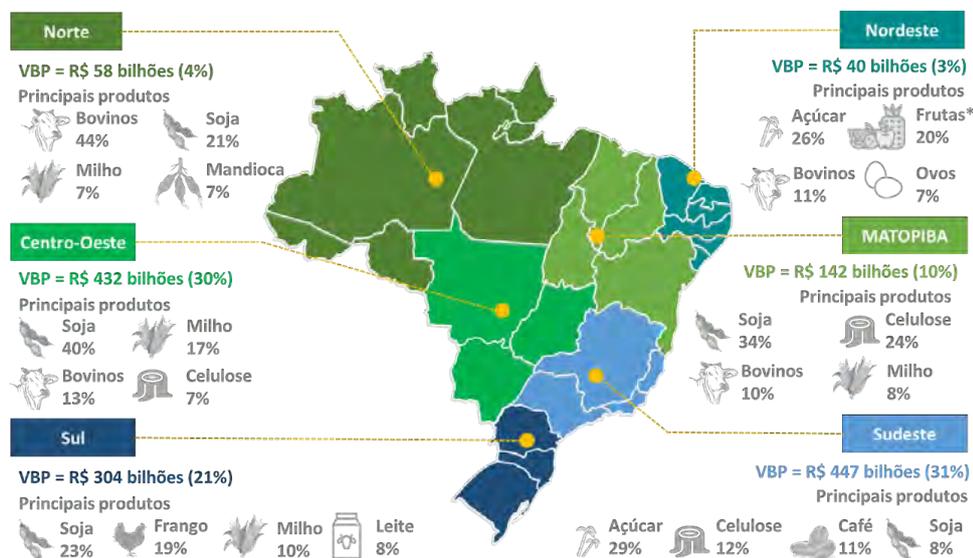


DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DO AGRO BRASILEIRO

Oeste são as duas regiões de maior faturamento atrelado à produção agrícola, representando 31% e 30% do valor bruto da produção agropecuária, respectivamente. Enquanto o Sudeste é marcado pela produção de produtos derivados da cana-de-açúcar, majoritariamente o açúcar, a região também é marcada pela produção de celulose, café e soja. Por outro lado, o Centro-Oeste é notado, sobretudo, pela produção de grãos (soja e milho) representando 57% do total produzido pelo Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás e Distrito Federal.

A região sul também detém expressiva participação no agronegócio brasileiro, sendo responsável por 21% do VBP total do Brasil, tendo como principais produtos cultivados: soja, frango, milho e leite. No caso dos estados que compõem a região do MATOPIBA²⁴ – Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia – o VBP representa 10% do total produzido pelo país, em que se destacam como principais produtos soja, celulose, bovinos e milho. Por fim, as regiões Norte e Nordeste representam 4% e 3% do total do faturamento, respectivamente. A região Norte se destaca pela atividade relacionada a bovinos, soja, milho e mandioca, enquanto o Nordeste – excluindo os estados do Maranhão, Piauí e Bahia – se destacam na produção de açúcar, frutas, bovinos e ovos.

Figura 61 – Principais produtos agrícolas produzidos por região: Valor Bruto da Produção em 2022 (R\$ bilhões a valores correntes)

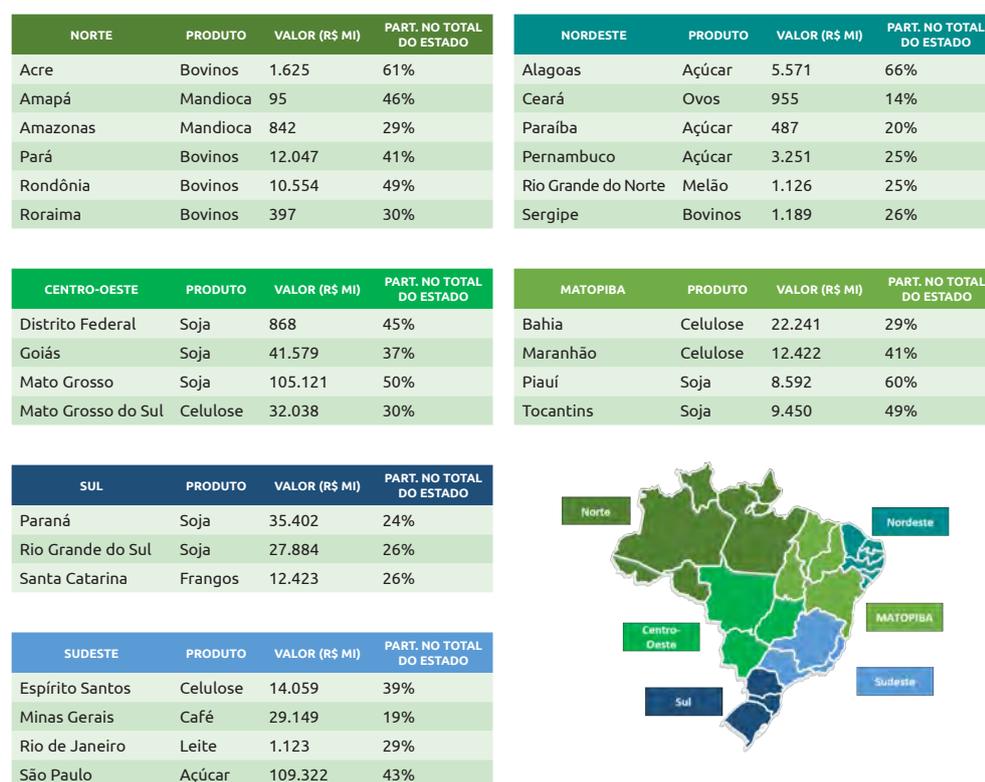


*Frutas: banana, limão, manga, mamão, melancia, melão e uva.
— Fonte: Mapa; Agroconsult. Elaboração: Agroconsult.

24. Não constitui uma das cinco regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul), porém foram agrupados os estados do Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia por apresentarem características semelhantes no que se refere ao agronegócio brasileiro, apresentando-se como relevante tal agregação.

De forma mais específica, em termos de produção por unidade da federação, a soja se destaca em 7 dos estados brasileiros – Distrito Federal, Goiás, Mato Grosso, Paraná, Rio Grande do Sul, Piauí e Tocantins –, com uma participação que varia entre 24% (caso do Paraná) e 60% (caso do Piauí) no VBP de cada respectivo estado. O VBP de bovinos também é destaque no país, figurando como principal item em cinco estados brasileiros de diferentes regiões, como Acre, Pará, Rondônia, Roraima e Sergipe. A produção de celulose e açúcar se mostra como o produto de maior faturamento em quatro estados, sendo que a celulose é o primeiro item nos estados de Mato Grosso do Sul, Espírito Santo, Bahia e Maranhão, enquanto o açúcar mostra-se como de maior relevância em São Paulo, Alagoas, Paraíba e Pernambuco.

Figura 62 – Principais produtos agrícolas produzidos por estado: Valor Bruto da Produção em 2022 (R\$ milhões a valores correntes)



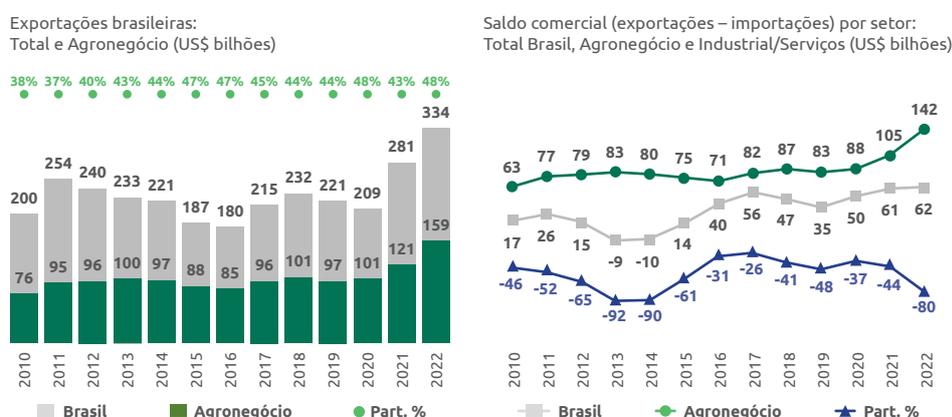
Fonte: Mapa; Agroconsult. Elaboração: Agroconsult.

Outros produtos também figuram no primeiro lugar da lista de faturamento em alguns estados, como é o caso do café, em Minas Gerais, do melão, no Rio Grande do Norte, da mandioca no Amapá e Amazonas e frangos em Santa Catarina. É importante destacar que, apesar de alguns produtos, como grãos, açúcar, celulose e bovinos, apresentarem relevante participação na produção total de cada estado, a produção agropecuária brasileira é bastante diversificada, possibilitando a mercados menores serem melhor desenvolvidos através de incentivos relacionados tanto ao mercado interno bem como para atender a demanda internacional.

10.2 Contexto atual e relevância do agronegócio para as exportações brasileiras

Os indicadores comerciais do país também são influenciados de forma positiva pelo agronegócio, reflexo da consolidação do setor agrícola como atividade estratégica para a economia brasileira. As exportações brasileiras do agronegócio²⁵, segundo dados publicados pelo AgroStat, somaram US\$ 159 bilhões, em 2022, representando 48% do total exportado pelo país no mesmo período. Além disso, o grupo agrícola tem permitido ao Brasil a obtenção de crescentes superávits comerciais com o exterior, uma vez que o agronegócio apresentou saldo comercial positivo de US\$ 142 bilhões, no último ano, enquanto o saldo total brasileiro resultou em US\$ 62 bilhões. Dessa forma, o grupo agrícola auxilia o país a manter um saldo comercial positivo.

Figura 63 – Evolução das exportações e da balança comercial: contexto brasileiro e agronegócio de 2010 a 2022

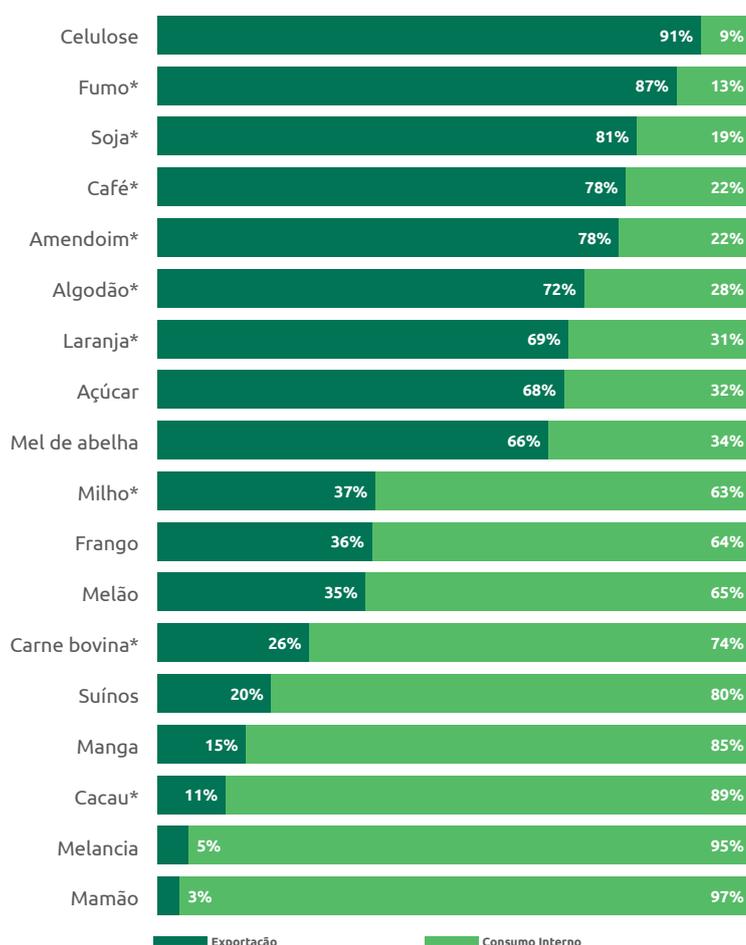


Fonte: AgroStat Brasil (SECEX/MDIC). Elaboração: Agroconsult.

25. Classificação de produtos do segmento do agronegócio segue classificação proposta pelo MAPA / AgroStat. Para mais informações consultar: <https://sistemasweb.agricultura.gov.br/pages/AGROSTAT.html>

Dos principais produtos que compõem a pauta exportadora brasileira, alguns se destacam por ter uma maior orientação ao mercado externo. Conforme estimativas destacam-se a celulose, fumo, soja, café, amendoim e algodão, em que mais de 70% do volume equivalente da respectiva produção brasileira de cada produto é destinado ao mercado internacional. No caso da celulose, em 2022, 91% da produção interna foi destinada a suprir a demanda global, enquanto apenas 9% da produção foi designada ao mercado doméstico. Outros produtos, como laranja, açúcar e mel de abelha, também indicam a elevada ênfase das exportações, em que os embarques internacionais representam entre 66% e 69% do volume total produzido de cada produto no país.

Figura 64 – Destino da produção, em quantidade equivalente, de produtos selecionados: exportação vs. mercado interno em 2022



*Produtos derivados convertidos para um equivalente de produção do item originário²⁶. —
 Fonte: SECEX; Agroconsult. Elaboração: Agroconsult.

26. Por exemplo, o suco de laranja foi convertido para uma quantidade equivalente em laranja, assim como o farelo de soja foi convertido em uma quantidade equivalente de soja em grãos, entre outros produtos que também foram convertidos para uma quantidade equivalente do produto base e indicados na figura pelo asterisco.

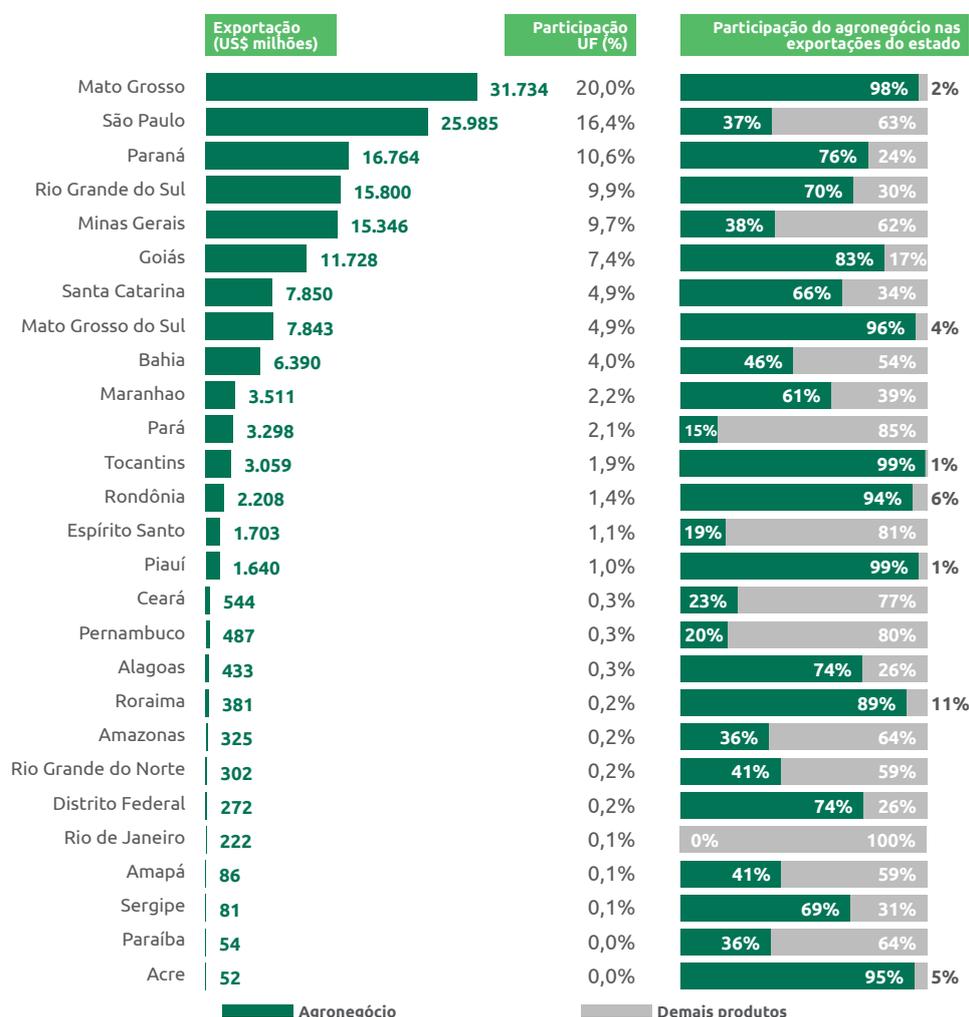


Por outro lado, dos produtos selecionados para a análise, há aqueles que possuem uma orientação maior ao mercado interno, em que se destacam, sobretudo, as frutas, como mamão, melancia, cacau e manga, em que mais de 80% do volume produzido é destinado à demanda interna. Para todos os casos, ou seja, considerando aqueles produtos que já conseguem explorar o mercado externo em maior intensidade, ou aqueles que possuem uma participação preponderante no mercado interno, há espaço para a intensificação das exportações, seja explorando novos destinos (regiões ou países) ou criando condições para aumentar a diversificação da pauta brasileira e, com isso, aumentar a participação de itens ainda com baixo destaque nas exportações do agronegócio do país.

Cinco estados brasileiros contribuem com 66,5% das exportações totais do agronegócio do país. Mato Grosso é o líder nos embarques de produtos agrícolas, exportando no último ano US\$ 31,7 bilhões, o que corresponde por 20,0% do total das exportações brasileiras do setor em 2022. Em segundo lugar está o estado de São Paulo, responsável por 16,4% das exportações, em valor, do agronegócio, seguido pelo Paraná (10,6%), Rio Grande do Sul (9,9%) e Minas Gerais (9,7%). Incentivos para a exportação de produtos e ou mercados ainda pouco explorados pode, por um lado, intensificar os embarques de regiões já bastante relevantes no cenário do agronegócio nacional e, por outro lado, impulsionar as exportações agropecuárias de regiões que possuem baixa participação nos fluxos de comércio internacional, gerando maior dinamismo para tais localidades.

Além disso, chama-se a atenção para a participação do agronegócio no total das exportações de cada estado brasileiro. A exportação de produtos agropecuários representa mais de 50% da pauta exportadora estadual em quinze dos estados brasileiros, sendo que no Piauí e Tocantins esse percentual chega a 99% das exportações de cada unidade da federação. Tal percentual também é elevado no Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Acre e Rondônia, em que mais de 90% das exportações de cada estado têm como origem o setor agropecuário. De modo geral, nota-se que o agronegócio é bastante relevante para o contexto das exportações brasileiras, porém ao se analisar sob a ótica dos estados, essa importância pode ser ainda mais elevada, dando um destaque maior ao setor a depender da unidade da federação a ser avaliada.

Figura 65 – Exportação, em valor, do agronegócio por estado, participação de cada estado nas exportações totais do agronegócio brasileiro e participação do agronegócio no total das exportações de cada estado em 2022



Fonte: ComexStat. Elaboração: Agroconsult.

Em termos de produto exportado por estado, a soja é o primeiro item da lista em doze dos estados brasileiros, com uma participação que varia entre 21% (caso do Rio Grande do Sul) e 70% (caso do Piauí) da pauta exportadora do agronegócio do estado. A carne de frango in natura é o produto mais exportado pelo Distrito Federal (51%), Paraná (22%) e Santa Catarina (25%). O Açúcar é o item de destaque nos estados de São Paulo (23%), Alagoas (92%) e Pernambuco (28%). Nos demais estados, outros tipos de produtos têm maior ênfase, como por exemplo o café (45%), em Minas Gerais, a celulose (41%), no Espírito Santo, preparações para a elaboração de bebidas (59%), no Amazonas, e melões frescos (32%), no Rio Grande do Norte.



Pesquisa Desafios à Internacionalização

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

Figura 66 – Principal produto agrícola exportado por estado e sua participação no total exportado do agronegócio do respectivo estado em 2022

NORTE	PRODUTO	VALOR (R\$ MI)	PART. NO TOTAL DO ESTADO
Acre	Soja em grãos	14	28%
Amapá	Madeira (estilhas ou partículas)	58	68%
Amazonas	Preparações p/ elab. bebidas	191	59%
Pará	Soja em grãos	1.398	42%
Rondônia	Soja em grãos	1.026	46%
Roraima	Soja em grãos	124	33%

NORDESTE	PRODUTO	VALOR (R\$ MI)	PART. NO TOTAL DO ESTADO
Alagoas	Açúcar de cana em bruto	399	92%
Ceará	Calçados de couro	75	14%
Paraíba	Sucos de abacaxi	13	25%
Pernambuco	Açúcar refinado	137	28%
Rio Grande do Norte	Melões frescos	98	32%
Sergipe	Sucos de laranja	57	70%

CENTRO-OESTE	PRODUTO	VALOR (R\$ MI)	PART. NO TOTAL DO ESTADO
Distrito Federal	Carne de frango in natura	138	51%
Goiás	Soja em grãos	5.944	51%
Mato Grosso	Soja em grãos	14.418	45%
Mato Grosso do Sul	Soja em grãos	2.063	26%

SUL	PRODUTO	VALOR (R\$ MI)	PART. NO TOTAL DO ESTADO
Espírito Santos	Celulose	690	41%
Minas Gerais	Café verde	6.900	45%
Rio de Janeiro	Papel	56	25%
São Paulo	Açúcar de cana em bruto	6.064	23%

SUDESTE	PRODUTO	VALOR (R\$ MI)	PART. NO TOTAL DO ESTADO
Paraná	Carne de frango in natura	3.648	22%
Rio Grande do Sul	Soja em grãos	3.306	21%
Santa Catarina	Carne de frango in natura	1.989	25%

MATOPIBA	PRODUTO	VALOR (R\$ MI)	PART. NO TOTAL DO ESTADO
Bahia	Soja em grãos	2.790	44%
Maranhão	Soja em grãos	1.995	57%
Piauí	Soja em grãos	1.154	70%
Tocantins	Soja em grãos	1.805	59%



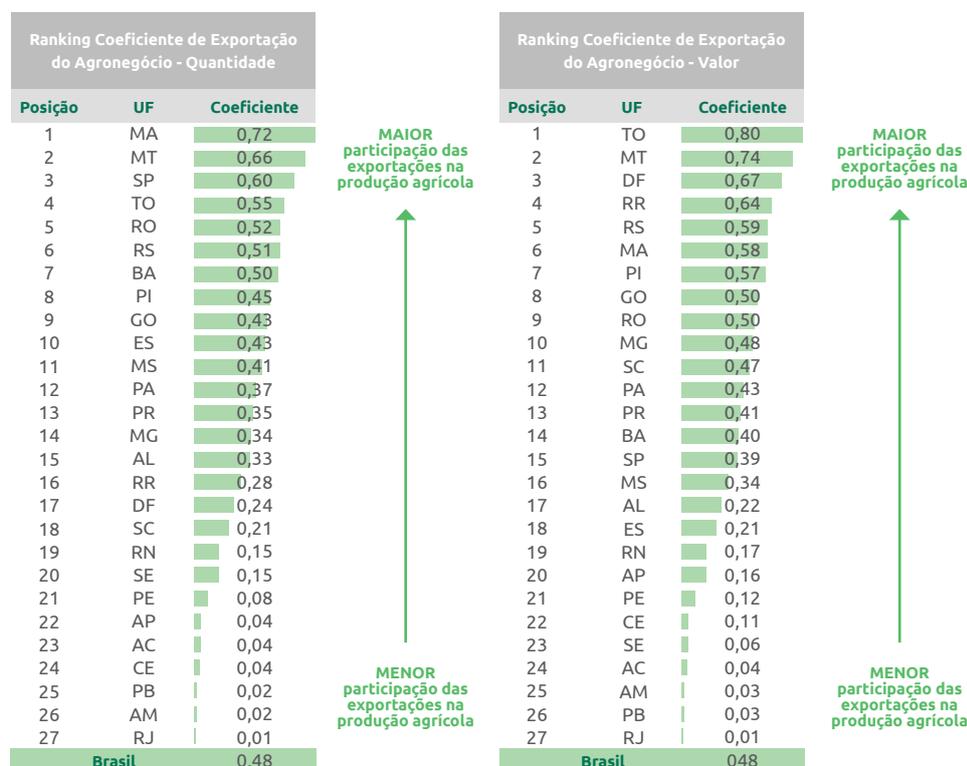
Fonte: ComexStat. Elaboração: Agroconsult.

10.3 Coeficiente de exportação de produtos agrícolas nos estados

A partir da metodologia desenvolvida²⁷, buscou-se compreender o grau de exposição ao mercado internacional de produtos agrícolas em cada estado do Brasil. Assim, tomando como referência o ano de 2022, o Coeficiente de Exportação do Agronegócio Brasileiro – que mede a participação dos produtos exportados pelo Brasil na produção doméstica –, foi igual a 0,48 tanto em termos de quantidade como em termos de valor. Isto significa que, do total da quantidade produzida pelo agronegócio no Brasil, em 2022, quase metade do volume (48%) foi destinado à exportação, do mesmo modo, é possível afirmar que, 48% das receitas geradas pela comercialização no setor foram provenientes do mercado internacional no mesmo período.

27. Para mais informações consultar a seção de Metodologia do estudo.

Figura 67 – Ranking do coeficiente de exportação do agronegócio brasileiro por estado: quantidade e valor



Fonte: IBGE; Mapa; Cepea; Secex; Agroconsult. Elaboração: Agroconsult.

No que diz respeito, especificamente, ao volume produzido versus o volume exportado, a maior parte dos estados teve uma participação das exportações inferior a 50% em sua produção. Dentre as 27 unidades federativas avaliadas, nove apresentaram coeficiente de exportação inferior a 0,20, em 2022, e doze ficaram entre 0,21 e 0,50. Os maiores níveis do coeficiente se concentraram em quatro estados, sendo eles Maranhão (0,72), Mato Grosso (0,66), São Paulo (0,60) e Tocantins (0,55). A comparação entre o valor bruto da produção e o valor exportado, em valor, aponta para uma dinâmica similar ao resultado do coeficiente em volume, em que Tocantins (0,80) e Mato Grosso (0,74) também figuram entre os estados com maior abertura ao mercado internacional.

É importante ressaltar que, o grau de participação das exportações é influenciado pelo padrão de produção de cada estado, de modo que, estados especializados no cultivo ou produção de produtos com alto grau de penetração no mercado internacional, tendem a apresentar maior inserção das exportações, resultando em coeficientes de exportação mais elevados. O padrão de consumo e tamanho da população também influen-



Pesquisa Desafios à Internacionalização

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRÔ BRASILEIRO

ciam no resultado dos indicadores, uma vez que um mercado consumidor amplo e dinâmico tende a demandar parcela mais relevante da produção. De qualquer modo, torna-se relevante compreender os elementos que dificultam uma maior internacionalização daqueles estados que estão nas posições mais baixas do ranking, sendo este um dos objetivos da pesquisa proposta.

11. Conclusões Gerais

O Brasil desempenha um papel bastante relevante tanto na produção quanto no mercado global de alimentos e demais produtos relacionados ao agronegócio, exercendo a liderança e sendo referência mundial de eficiência para uma série de produtos e setores. Entretanto, ainda há oportunidades para explorar novos mercados e, principalmente, diversificar os produtos da nossa pauta exportadora para que o país possa ampliar ainda mais sua presença no comércio global de produtos agrícolas.

Para que essas oportunidades possam ser exploradas de forma mais eficiente, há uma série de desafios que devem ser contornados visando promover a maior internacionalização dos produtores rurais, independentemente do modelo exportador a ser adotado. O objetivo da pesquisa realizada pelo Sistema CNA/Senar era entender como diferentes desafios impactam a relação do produtor com o mercado externo buscando explorar as particularidades regionais e de perfil (os produtores que já exportam, os que pretendem exportar e até aqueles que não avaliam essa possibilidade).

A avaliação dos 899 produtores, que participaram da pesquisa sobre o quão crítico cada um dos 36 desafios apresentados no questionário é para seu negócio, foi organizada e ordenada de acordo com a quantidade de produtores que apontaram o problema em questão como crítico ou de muito impacto.

Ao final, o principal problema apontado pelos produtores foi a falta de estratégia governamental para o mercado externo, classificado como de alto impacto por 67,6% dos respondentes. Na sequência, a qualidade da infraestrutura, a taxa de juros, o custo do transporte doméstico, a complexidade da legislação e regras no Brasil, falta de promoção comercial, acesso à crédito, dificuldade para elaborar um plano de internacionali-

zação, burocracia documental e volatilidade de câmbio foram os outros desafios classificados como relevantes por mais de 56% dos entrevistados.

Interessante ressaltar que os principais problemas enfrentados pelos produtores são similares entre grupos e regiões, o que muda é a ordem entre eles e o nível de frequência com que cada desafio é apontado. Isso releva que um plano de ação nacional para resolver os entraves tem um poder de atingir os diversos perfis de produtores em todo país. Contudo, faz-se necessário ter em mente as particularidades para que ajustes possam ser feitos a depender do público-alvo.

Os **exportadores**, por exemplo, tendem a avaliar os aspectos mais operacionais e que fazem parte dos processos e do dia a dia da exportação de forma mais crítica quando comparado aos demais grupos. Nesse grupo, a baixa qualidade da infraestrutura logística foi apontada por 75,3% dos exportadores como um desafio de alto impacto. Além disso, entre os 10 principais entraves aparecem a volatilidade do câmbio e impostos com uma relevância maior do que para os demais grupos.

Para os **pretendentes**, por exemplo, os desafios relacionados aos processos iniciais da internacionalização como exigências de documentação, planejamento, desenvolvimento de competências e cumprimento de regras e normas, muito embora não ocupem necessariamente o topo do ranking, são avaliados como mais críticos do que para os demais grupos. Para aqueles que pretendem exportar, a falta de estratégia governamental é o fator de maior destaque. Em seguida, aparecem taxa de juros e falta de linhas de crédito e dificuldade de acesso a financiamento para exportação.

Já para aqueles que não exportam e não têm a intenção de exportar — **sem intenção** —, a falta de estratégia governamental também aparece como principal desafio, seguida pela qualidade da infraestrutura e custo do transporte doméstico, fatores não exclusivamente associados à exportação. Cabe ressaltar que neste grupo há uma forte percepção de que o tamanho da produção não é suficiente para ser levada ao mercado externo e, conseqüentemente, de que a internacionalização não é viável para o seu negócio. A visão de que pequenos volumes, por si só, inviabilizam o comércio com o exterior pode não necessariamente ser uma verdade, sendo importante superar a carência de informação e de estruturas relacionadas a este senso comum de que o mercado internacional só é acessível para grandes produtores.

Pesquisa Desafios à Internacionalização



DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO
DO AGRO BRASILEIRO

Por fim, sob a ótica regional, os 15 principais desafios são muito semelhantes, mas novamente, a ordem e até mesmo a quantidade de produtores que os classificam como crítico refletem as particularidades em termos de desenvolvimento econômico, disponibilidade de mão-de-obra qualificada, maturidade do setor exportador e aspectos organizacionais do setor (como presença de cooperativas e empresas exportadoras).

Para ilustrar, os desafios com alto impacto apresentaram uma frequência maior nas regiões Norte e Nordeste do país, que são as que, de fato, mais carecem de infraestrutura e recursos necessários para a exportação. Para o Centro-Oeste, diversos fatores Econômicos e Tributários se encontram em uma posição de destaque no ranking, destoando das demais regiões. Isso pode ser explicado pela escala de produção da região, que demanda muito mais recursos e investimentos. Para o Sul e Sudeste, a dimensão de Comércio Exterior e Promoção Comercial se revela sensível, evidenciando a necessidade dos produtores dessas regiões, que concentram a maior parte dos **exportadores**, no desenvolvimento de uma estratégia de governo que promova acesso a mercados e exportação de novos produtos.

Os resultados mostram que as cooperativas desempenham um papel bastante relevante para fomentar a internacionalização e apoiar o produtor nesse processo nas suas regiões de atuação. Da mesma forma, o Sistema CNA/Senar foi bastante citado como instituição de apoio nas diversas regiões do país e especialmente no grupo dos **pretendentes**. Por outro lado, muitos produtores relatam não ter recebido nenhum tipo de assistência para iniciar a exportação ou durante o processo de avaliação para acessar o mercado externo, o que aponta para necessidade de melhorias nesse tipo de apoio.

Os desafios apresentados não são pequenos e para resolvê-los é preciso que haja um esforço coordenado das várias esferas envolvidas – governo federal, governos estaduais, iniciativa privada, associações setoriais e instituições como o Sistema CNA/Senar – na busca de soluções que possam facilitar cada vez mais o processo de internacionalização dos produtores, seja de suporte direto à capacitação do produtor rural, seja pela busca, incentivo e promoção de políticas públicas e investimentos privados para a expansão da pauta agroexportadora brasileira, promovendo o desenvolvimento socioeconômico do país.

12. Anexo – Metodologia dos Coeficientes

12.1 Coeficiente de Exportação do Agronegócio Brasileiro

Com o objetivo de avaliar a importância das exportações para a produção agrícola estadual no Brasil, foi calculado o Coeficiente de Exportação do Agronegócio Brasileiro (CEAB) para cada Unidade Federativa (UF) do país.

O coeficiente de exportação do agronegócio possui a seguinte estrutura:

$$CEAB_k = \frac{X_k}{Y_k}$$

Onde

$CEAB_k$: coeficiente de exportação do agronegócio brasileiro para a UF k ;

X_k : quantidade (ou valor) das exportações da UF k ; e

Y_k : quantidade (ou valor bruto da produção) da UF k .

O coeficiente de exportação mede a participação das exportações estaduais/nacionais relacionadas às atividades agropecuárias em relação ao total produzido no estado/país considerando os mesmos produtos do setor. Desta forma, o coeficiente pode variar de 0 a 1, de modo que, quanto maior o coeficiente de exportação – ou seja, mais próximo de 1 –, maior será a parcela da produção agropecuária destinada ao comércio exterior (exportações), indicando um maior nível de internacionalização do agronegócio na respectiva região analisada. Caso contrário, quanto menor o coeficiente (mais próximo de zero), menor a participação das exportações no setor agropecuário nacional/estadual e, conseqüentemente, menor o grau de internacionalização desta atividade na região.

Neste trabalho, o coeficiente considera um conjunto de 55 itens e 36 grupos de produtos produzidos e comercializados em cada estado brasileiro, e que representam cerca de 90% das exportações totais do agronegócio nacional, em termos de volume (quantidade), e 84% em termos de valor, ambos tomando como referência o ano de 2022.



Tabela 1 – Lista dos 36 grupos de produtos selecionados para o cálculo do CEAB

Produto	Item	Produto	Item
Açúcar de cana em bruto	Açúcar	Laranja	Laranja fresca ou seca
Álcool etílico	Álcool		Suco de laranja
Algodão	Algodão em pluma	Limão	Limão e lima frescos ou secos
	Óleo de algodão	Leite	Leite condensado
Amendoim	Amendoim em grãos		Leite em pó
	Óleo de amendoim		Leite fluido
Arroz	Arroz		Queijo
Aveia	Aveia	Mamão	Mamão (papaia) fresco
	Aveia em flocos ou elaborada de outro modo	Mandioca	Mandioca
Banana	Banana fresca ou seca	Manga	Manga fresca ou seca
Batata	Batata	Mel de abelha	Mel natural
	Batata congelada	Melancia	Melancia fresca
Cacau	Cacau inteiro ou partido	Melão	Melão fresco
	Manteiga, gordura e óleo de cacau	Milho	Milho
Café	Café verde		Milho doce preparado
	Café torrado		Farinha de milho
	Café solúvel	Ovo	Ovo
Carne bovina	Carne bovina	Soja	Soja em grãos
Castanha-de-caju	Castanha-de-caju		Farelo de soja
Celulose	Celulose	Sorgo	Sorgo
Centeio	Centeio	Suíno	Carne suína <i>in natura</i>
Cevada	Cevada	Tomate	Tomate
Feijão	Feijão		Suco de tomate
	Feijão seco	Trigo	Trigo
Frango	Carne de frango <i>in natura</i>		Farinha de trigo
Fumo	Fumo não manufaturado	Uva	Uva fresca
	Fumo manufaturado		Suco de uva
Girassol	Óleo de girassol		

Fonte: Elaboração Agroconsult.

12.2 Coeficiente de Exportação: Quantidade

Para o coeficiente relacionado à quantidade produzida, os dados foram retirados de diversas fontes públicas e da base de dados da Agroconsult, a depender da disponibilidade de informações até o ano de 2022. Algumas destas séries históricas, porém, ainda não haviam divulgado os dados completos para o ano de 2022 (ano de referência desta pesquisa) até o momento de elaboração deste trabalho. Nestes casos, foram realizadas estimativas²⁸, permitindo, assim, que o volume produzido de cada produto possuísse o um mesmo ano de referência.

No que diz respeito à quantidade exportada em 2022, a fonte utilizada para todos os 36 produtos selecionados foi a Secretaria do Comércio Exterior (Secex). A lista completa com as fontes de coleta de dados de produção e exportação, em termos de volume, está descrita a seguir.

Tabela 2 – Fontes utilizadas para a coleta de dados relacionados à quantidade produzida e exportada de produtos agropecuários no Brasil em 2022.

Variáveis	Fontes
Quantidade produzida	Agroconsult
	Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB)
	Indústria Brasileira de Árvores (Ibá)
	Levantamento Sistemático da Produção Agrícola (LSPA) - IBGE
	Pesquisa Trimestral do Abate de Animais - IBGE
	Pesquisa Trimestral do Leite - IBGE
	Produção Agrícola Municipal (PAM) - IBGE
	Produção de Ovos de Galinha (POG) - IBGE
Quantidade exportada	União da Indústria de Cana-de-Açúcar e Bioenergia (Unica)
	Secretaria do Comércio Exterior (Secex)

Fonte: Elaboração Agroconsult.

É importante pontuar ainda que muitos dos itens avaliados são exportados em sua forma in natura, ou seja, comercializados como foram obtidos da natureza. Nestes casos, a comparação entre o volume produzido e exportado destas culturas, ambos para cada UF, foi feita de forma direta, sem necessidade de conversões.

28. Os produtos cujos dados de produção para o ano de 2022 não haviam sido divulgados e que foram estimados são: limão, mamão, manga, mel de abelha, melancia e melão.



No entanto, houve os casos em que os itens produzidos no Brasil sofreram algum tipo de transformação ou processamento para que pudessem ser exportados para o mercado internacional, conforme a demanda dos países compradores. Como exemplo de destaque destes casos, pode-se citar a laranja: a quantidade produzida no país está representada em tonelada de fruta, enquanto o principal produto exportado por essa cadeia é o suco de laranja concentrado e congelado. Desta forma, houve a necessidade de transformação dos valores em uma única unidade de medida equivalente ao do produto primário – a laranja, no caso – e, para isso, foram considerados alguns fatores de conversão encontrados na literatura.

Tabela 3 – Lista de itens considerados no cálculo do CEAB e seus respectivos fatores de conversão

Subproduto	Fator de conversão
Algodão em pluma	1 t de algodão em pluma = 2,44 t de algodão*
Aveia em flocos ou elaborada de outro modo	1 t de aveia em flocos = 2 t de aveia em grão
Café solúvel	1 t de café solúvel = 2,6 t de café em grão
Café torrado	1 t de café torrado = 1,19 t de café em grão
Carne bovina	1 t de carne bovina <i>in natura</i> sem osso = 1,13 t de carne bovina em carcaça
Farelo de soja	1 t de farelo de soja = 1,3 t de soja em grão
Farinha de milho	1 t de farinha de milho = 14,29 t de milho em grão
Farinha de trigo	1 t de farinha de trigo = 1,38 t de trigo em grão
Fumo manufaturado	1 t de fumo manufaturado = 6,67 t de fumo em folha
Leite condensado	1 t de leite condensado = 2,58 t de leite
Leite em pó	1 t de leite em pó = 8,45 t de leite
Manteiga, gordura e óleo de cacau	1 t de manteiga de cacau = 1,77 t de cacau
Óleo de algodão	1 t de óleo de algodão = 2,94 t de algodão
Óleo de amendoim	1 t de óleo de amendoim = 1,82 t de amendoim em grão
Óleo de girassol	1 t de óleo de girassol = 2,13 t de girassol em grão
Queijo	1 t de queijo = 10,3 t de leite
Suco de tomate	1 t de suco de tomate = 11 t de tomate
Suco de laranja	1 t de suco de laranja não concentrado = 0,17 t de suco de laranja concentrado
Suco de laranja	1 t de suco de laranja concentrado = 11 t de laranja
Suco de uva	1 t de suco de uva = 1,42 t de uva

*Rendimento médio para a produção de algodão em nível nacional; porém, para o cálculo do coeficiente, foi utilizado um rendimento médio para cada UF. — Fontes: Agroconsult; Agrolink; Canal do Leite; Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos (CitrusBR); Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa); Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP); Fundação Educacional do Município de Assis (FEMA); Indústria Campestre; Round Table on Responsible Soy Association (RTRS); Scot Consultoria; Universidade de São Paulo (USP); Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

12.3 Coeficiente de Exportação: Valor

Para o coeficiente relacionado ao valor bruto da produção (VPB), a maior parte dos produtos listados foram coletados no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), que divulga seus dados anualmente. Para as demais culturas, cuja relevância justifica a inclusão na seleção proposta por este estudo, o VPB foi calculado a partir do preço médio do produto em 2022 – a nível estadual, quando possível, ou a nível nacional – e retirado de diversas fontes públicas, como pode ser verificado na próxima tabela.

No caso das exportações, o valor monetário destas operações foi obtido na Secretaria do Comércio Exterior (Secex) e convertido de Dólares (US\$) para Reais (R\$), a uma taxa média de câmbio para o ano de 2022 igual a 5,16 R\$/US\$.

Tabela 4 – Fontes utilizadas para a coleta de dados relacionados ao valor bruto da produção e ao valor das exportações de produtos agropecuários no Brasil em 2022

Variáveis	Fontes
Valor Bruto da Produção (VPB)	Associação dos Fumicultores do Brasil (AFUBRA)
	Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA)
	Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB)
	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa)
Valor exportado	Secretaria do Comércio Exterior (Secex)

Fonte: Elaboração Agroconsult.



Pesquisa Desafios à Internacionalização

DESAFIOS À INTERNACIONALIZAÇÃO DO AGRO BRASILEIRO

