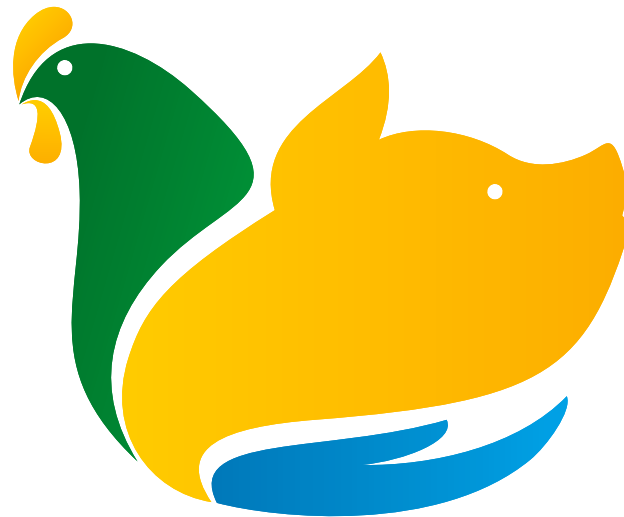


**ANAIS 2019**



**SIAVS**

**SALÃO INTERNACIONAL  
DE AVICULTURA E SUINOCULTURA  
INTERNATIONAL POULTRY AND PORK SHOW**

**27 a 29 de agosto de 2019**

Anhembi | São Paulo - SP | Brasil

# POTENCIAL EXPORTADOR DE CARNE SUÍNA DO BRASIL

Jl dos Santos Filho\*; DJD Talamini; TM Bertol

*Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária  
Embrapa Suínos e Aves, Concórdia, SC, Brasil.*

## ABSTRACT

Brazil is a large swine producer and has great export potential. However, its exports have been stagnant since the beginning of the 21st century. Thus, this paper aimed at studying the world pork meat market and correlating it to Brazilian exports. The results demonstrate that the main Brazilian trade efforts are concentrated on stagnant markets or even in markets with reduction in volume of imports instead of aiming at countries with dynamic and rising pork meat imports.

### Keywords:

pork meat, world imports, Brazil exports, market share

## Introdução

O Brasil possui uma posição privilegiada na produção mundial de suínos em termos de custo, qualidade e status sanitário. Mesmo assim, após um crescimento no início dos anos 2000, suas exportações se mantem praticamente estagnadas. Este trabalho tem o objetivo de analisar o mercado mundial de carne suína, tamanho e distribuição entre países importadores e verificar a inserção do Brasil neste mercado.

## Material e Métodos

O método utilizado baseou-se no estudo feito no Observatório Agrocadenas, Colômbia, por Espinal et al (2006). O potencial de importação dos países é determinado pelo cruzamento das informações do valor importado em dólares, com as respectivas taxas de crescimento das importações nos últimos anos. Os resultados são apresentados na Figura 1, com a seguinte lógica: a)

no primeiro quadrante, acima e a direita, estão posicionados os mercados altamente atrativos (tamanho e dinâmica superiores à média); b) no segundo quadrante, acima e a esquerda; estão situados os países com mercados promissores (tamanho menor que a média e altas taxas de crescimento), c) no terceiro quadrante, abaixo e à esquerda, estão os mercados de menor atratividade (tamanho e dinâmica menores que a média); d) no quarto quadrante, abaixo e a direita, estão os mercados potenciais (tamanho grande e dinâmica menor que a média). Assume-se que quanto maior o potencial de importação maior será a possibilidade de comércio. A participação Brasileira foi classificada da seguinte forma: a) grande player, quando sua participação no mercado em questão é acima de 15%, com taxa de crescimento positiva; b) potencial player, quando a participação do Brasil é abaixo de 15%, mas crescente, c)

importante player em mercado estagnado, quando o país tem grande participação no mercado, mas a taxa de crescimento é negativa, d) inexpressivo player, quando a participação no mercado é pequena. Os dados das exportações e importações de produtos suínos são da FAOSTAT.

## Resultados e Discussão

Ainda que mais de 170 países importem carne suína, este mercado é muito concentrado. Considerando as importações de produtos suínos do biênio 2015/2016 observa-se que quatro países, China, Japão, México e Estados Unidos, respondem por 56,9% das compras. Incluindo a Coreia do Sul, Hong Kong, Rússia e Canadá a participação atinge 79,57% do comércio. Acrescentando a Áustria, Singapura, Filipinas e Angola, que completam os doze maiores importadores, atinge-se 83,83% das importações mundiais. Os resultados para os 38 países responsáveis por 95% das importações mundiais de carne suína estão na Figura 1, onde a legenda mostra a importância deste país para o mercado brasileiro. O rótulo dos dados contém o nome do país, a taxa de crescimento das importações entre os biênios 2002/2003 e 2015/2016 e o valor médio das importações no biênio 2015/2016. Nota-se, por exemplo, que a China, que está no quadrante 1 (acima e à direita), é um mercado altamente atrativo e potencial para o Brasil, pois ainda que contribua com menos de 15% do total importado, nossa participação é crescente. O México, Angola, Austrália e Filipinas também se destacam como mercados altamente atrativos para o Brasil, pelo

expressivo crescimento das suas importações nos anos recentes. Entre os grandes traders existe uma forte dinâmica comercial e exportadores como os Estados Unidos, Canadá e México são também importantes importadores de carne suína. A exceção é a União Europeia (EU), que é um grande exportador e inexpressivo importador de países fora do bloco econômico.

As exportações brasileiras são mais concentradas que as importações mundiais. Enquanto 95% das importações mundiais são atendidas por 38 países, 95% das exportações brasileiras se destinam a 24 países e, destes, somente 16 são do grupo dos 38 países responsáveis pelos 95% das importações mundiais. O Brasil é um importante player em mercados que estão com as importações em declínio como a Rússia (mercado ainda potencial), Argentina, Venezuela e Cuba (mercado menos atrativo), mas chama a atenção pela sua inexpressiva participação em países com mercados classificados como atrativos e promissores. A hipótese tradicional de que a baixa inserção da suinocultura brasileira no mercado mundial é decorrente da impossibilidade de exportar para União Europeia não se mostra verdadeira pois esse bloco de países não é importador e sim exportador de carne suína. Devido ao crescimento da renda per capita, a grande dinâmica do mercado importador dessa carne está ocorrendo em países da Ásia como China, Filipinas, Singapura, Coreia do Sul e Vietnã, nos quais devem se concentrar os esforços de exportação do Brasil.

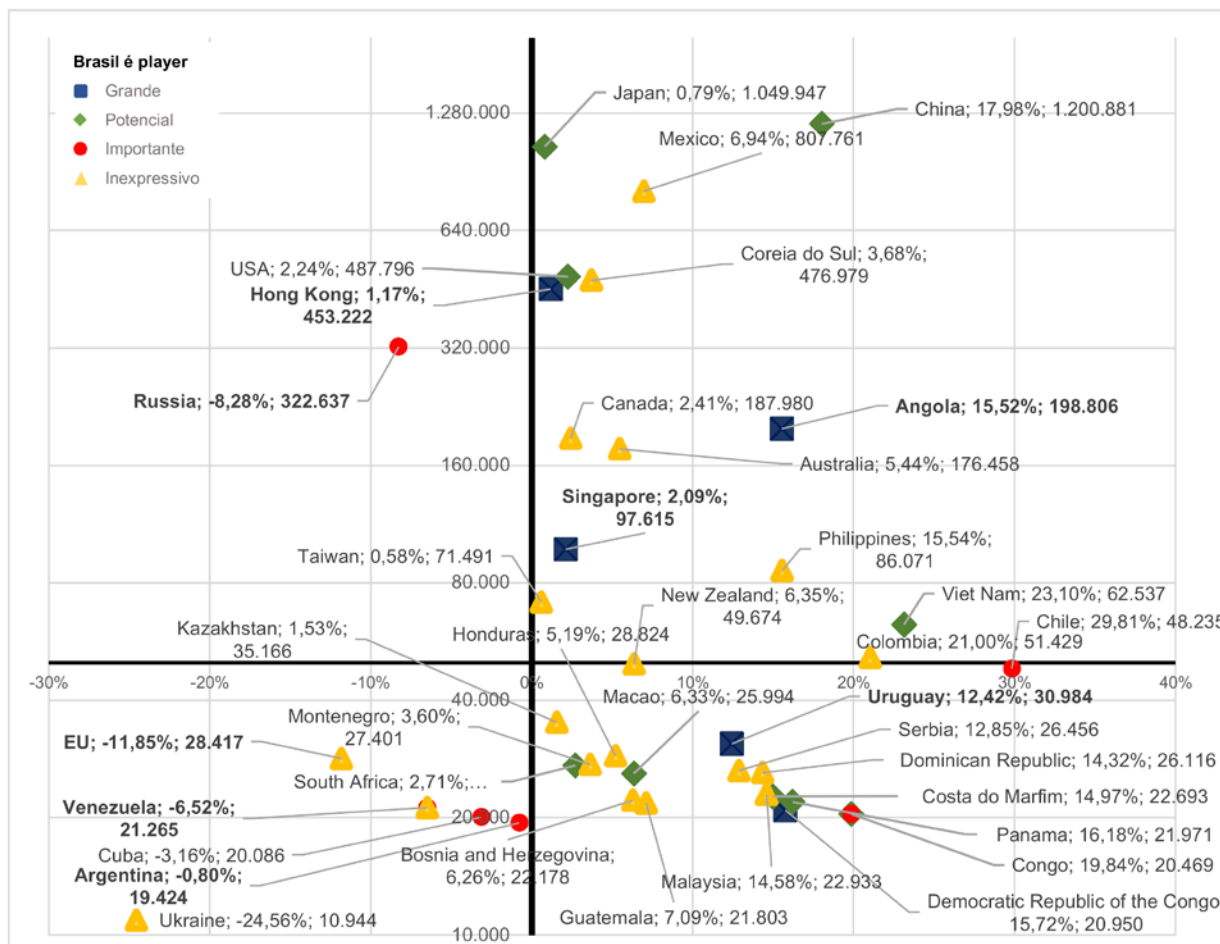


Figura 1 - Observatório dos principais países importadores de carne suína do Brasil, com taxa de crescimento entre os biênios 2002/2003 e 2015/2016 e valor médio das importações no biênio 2015/2016, em dólares.

## Conclusão

O Brasil possui baixa inserção no mercado internacional da carne suína e dificuldade para incrementar suas exportações. Este estudo indica que isto decorre de falha na estratégia comercial do país com esforços expressivos para participar de mercados menos atrativos e promissores e esforços inexpressivos para participar de mercados classificados como atrativos e promissores.

## Bibliografia

Espinal G, C. F.; Covalada, H J. M.; Gaitán, X. A. La cadena del café en Colombia: una mirada global de su estructura y dinamica 1991-2005. Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural: Observatorio Agrocadenas Colombia. 2006. 32 p. (DOCUMENTO DE TRABAJO No. 104).  
 FAOSTAT – FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS STATISTICS. Disponível em <http://faostat.fao.org/>. Acessado em 29 de janeiro de 2019.