

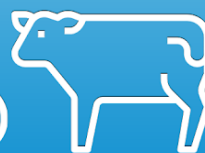


**Organizadora**  
Débora Simões

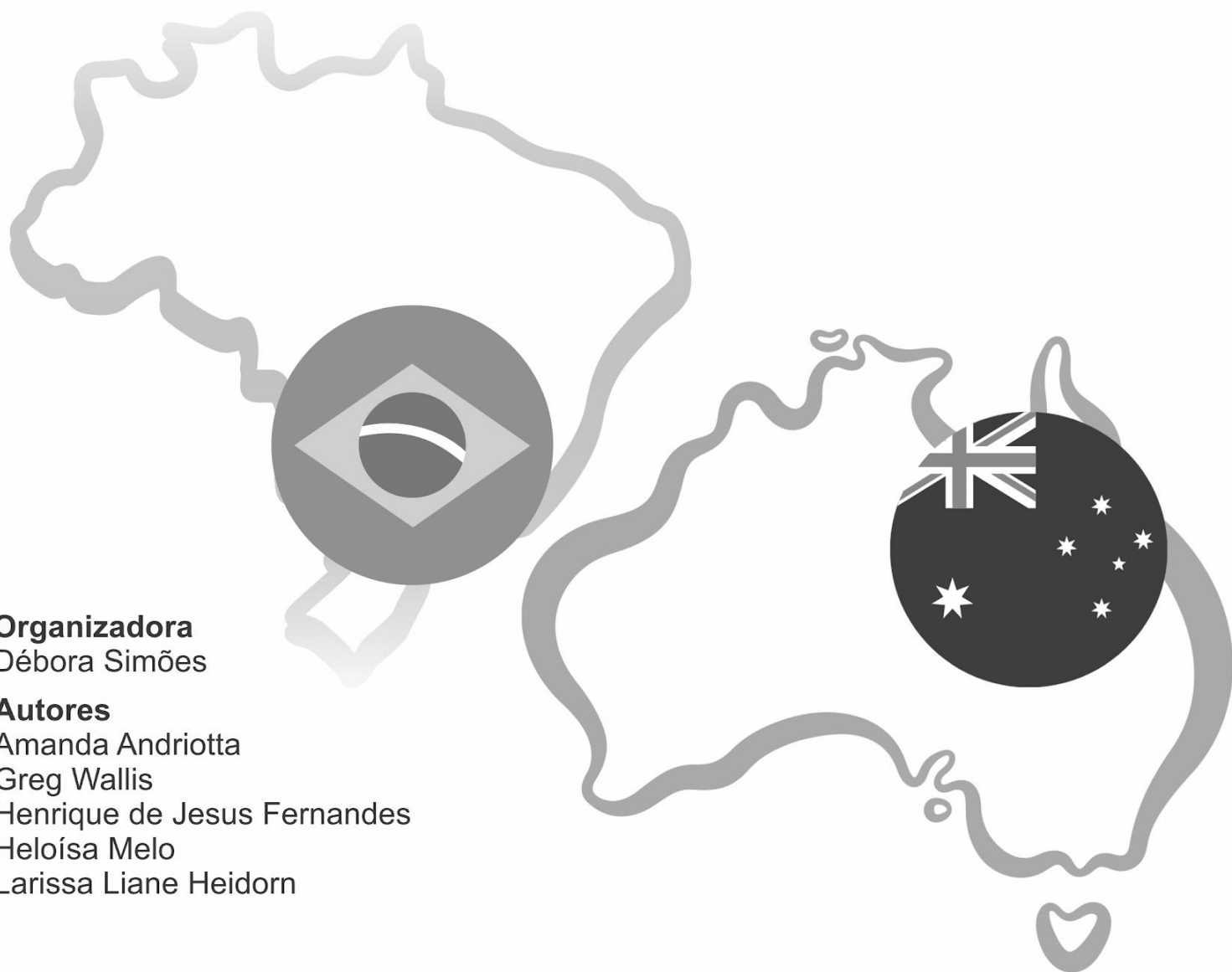
**Autores**  
Amanda Andriotta  
Greg Wallis  
Henrique de Jesus Fernandes  
Heloísa Melo  
Larissa Liane Heidorn

# **BRASIL - AUSTRÁLIA**

## **OPORTUNIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO DE PARCERIAS NO AGRONEGÓCIO**



**NUFFIELD**  
INTERNATIONAL  
FARMING NETWORK  
 **BRAZIL**

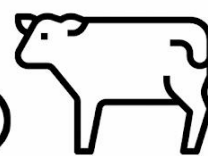
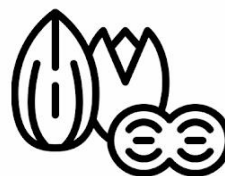


**Organizadora**  
Débora Simões

**Autores**  
Amanda Andriotta  
Greg Wallis  
Henrique de Jesus Fernandes  
Heloísa Melo  
Larissa Liane Heidorn

# **BRASIL - AUSTRÁLIA**

## **OPORTUNIDADES PARA O DESENVOLVIMENTO DE PARCERIAS NO AGRONEGÓCIO**



**Nuffield Brasil (NuffieldBR)**  
**Council on Australia Latin America Relations (COALAR)**

***Brasil – Austrália: Oportunidades para o desenvolvimento de parcerias no agronegócio***

(Versão original: Português)

**Organizadora:**

Débora Simões

**Autores:**

Amanda Andriotta  
Greg Wallis  
Henrique de Jesus Fernandes  
Heloisa Melo  
Larissa Liane Heidorn

**Capa:**

Geovany Rotella  
Nilton Heidorn

**Tradutoras:**

Andressa Schmeling Piccin  
Sally Thomson

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)**  
**(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)**

Brasil - Austrália [livro eletrônico] :  
oportunidades para o desenvolvimento de  
parcerias no agronegócio / Amanda Andriotta ...  
[et al.] ; organização Débora Simões ; tradução  
Sally Thomson , Andressa Schmeling Piccin. --  
1. ed. -- São Paulo : Débora da Costa Simões,  
2021.  
PDF

Outros autores : Greg Wallis, Henrique de Jesus  
Fernandes, Heloisa Melo, Larissa Liane Heidorn.  
Titulo original: Brazil - Australis  
Bibliografia  
ISBN 978-65-00-16046-8

1. Agricultura 2. Agronegócios 3. Ciências  
agrárias 4. Parcerias 5. Tecnologia I. Wallis, Greg.  
II. Fernandes, Henrique de Jesus. III. Melo, Heloisa.  
IV. Heidorn, Larissa Liane.

21-54711

CDD-658.9133816

**Índices para catálogo sistemático:**

1. Agronegócios : Estratégia : Administração  
658.9133816

Aline Grazielle Benitez - Bibliotecária - CRB-1/3129

Janeiro, 2021



# SUMÁRIO

<b>PREFÁCIO</b> .....	1
<i>Débora Simões</i>	

## **PARTE 1: CONHECENDO A AGRICULTURA NO BRASIL E NA AUSTRÁLIA**

### **CAPÍTULO 1**

<b>PANORAMA SOBRE O SETOR AGROPECUÁRIO NO BRASIL</b> .....	3
<i>Amanda Andriotta, Débora Simões</i>	

1. Evolução e relevância do agronegócio para o Brasil 3
2. Crescimento e avanços da agricultura brasileira 2005-2019 6
3. Crescimento e avanços da pecuária brasileira 2005-2019 9
4. Características regionais da atividade agropecuária no Brasil 11
5. Fatores de sucesso do agronegócio brasileiro 12

### **CAPÍTULO 2**

<b>PANORAMA SOBRE O SETOR AGROPECUÁRIO NA AUSTRÁLIA</b> .....	16
<i>Amanda Andriotta</i>	

1. Evolução e relevância do setor agropecuário para a Austrália 16
2. Crescimento e avanços da agricultura australiana 2005-2019 18
3. Crescimento e avanços da pecuária australiana 2005-2019 20
4. Características regionais da atividade agropecuária na Austrália 22
5. Fatores de sucesso do agronegócio australiano 23

### **CAPÍTULO 3**

<b>O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO ESTÁ MAIS FORTE DO QUE NUNCA: O QUE ISSO SIGNIFICA PARA A AUSTRÁLIA?</b> .....	25
<i>Greg Wallis</i>	

## **PARTE 2: OPORTUNIDADES NO COMÉRCIO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS**

### **CAPÍTULO 4**

<b>PANORAMA DO COMÉRCIO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS ENTRE BRASIL E AUSTRÁLIA</b> .....	28
<i>Débora Simões</i>	

### **OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS**

### **CAPÍTULO 5**

<b>CAFÉ: FORTALECENDO A IMAGEM NO MERCADO DE PRODUTOS ESPECIAIS E ORGÂNICOS</b> .....	30
<i>Heloisa Melo, Larissa Liane Heidorn</i>	

1. Introdução: Panorama do Mercado de Café 30
2. Café verde: Características e Oportunidades de Mercado 32
  - 2.1 Panorama sobre o comércio de café verde entre Austrália e Brasil 32
  - 2.2 Principais concorrentes do Brasil no mercado australiano 34
  - 2.3 Competitividade do produto brasileiro no mercado australiano 36
3. Perspectivas para o comércio de café entre Brasil e Austrália 37



## CAPÍTULO 6

### **CASTANHAS: A BUSCA POR MAIOR PARTICIPAÇÃO NO MERCADO DE AMENDOIM E CASTANHA DE CAJU.....** 39

*Amanda Andriotta, Débora Simões*

1. Introdução: Panorama do Mercado de Castanhas	39
2. Amendoim: Produto in-natura vs. produto processado	40
2.1 Mercado de Amendoim in-natura	41
2.1.1 Panorama sobre o comércio de amendoim in-natura entre Austrália e Brasil	41
2.1.2 Principais concorrentes do Brasil no mercado australiano	43
2.1.3 Competitividade do produto brasileiro no mercado australiano	44
2.2 Mercado de amendoim processado	45
2.2.1 Panorama sobre o comércio de amendoim processado entre Austrália e Brasil	45
2.2.2 Principais fornecedores para o mercado australiano	46
2.2.3 Competitividade do produto brasileiro no mercado australiano e comparativo de preços entre o produto in-natura e processado	47
2.3 Perspectivas para o comércio de amendoim entre Brasil e Austrália	48
3. Castanha de Caju: Características e Oportunidades de Mercado	49
3.1 Panorama sobre o comércio de castanha de caju entre Austrália e Brasil	49
3.2 Principais concorrentes do Brasil no mercado australiano	50
3.3 Competitividade do produto brasileiro no mercado australiano	51
3.4 Perspectivas para o comércio de castanha de caju entre Brasil e Austrália	52

## **OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES AUSTRALIANAS**

### CAPÍTULO 7

### **CEVADA E MALTE: O CASAMENTO PERFEITO ENTRE A OFERTA AUSTRALIANA E A DEMANDA BRASILEIRA.....** 54

*Débora Simões, Larissa Liane Heidorn*

1. Introdução	54
2. Cevada cervejeira: Características e Oportunidades de Mercado	56
2.1 Panorama sobre o comércio de cevada cervejeira no Brasil e Austrália	56
2.2 Principais fornecedores para o mercado brasileiro	57
2.3 Competitividade do produto australiano no mercado brasileiro	58
3. Malte: Características e Oportunidades de Mercado	60
3.1 Panorama sobre o comércio de malte entre Austrália e Brasil	60
3.2 Principais concorrentes do Austrália no mercado brasileiro	62
3.3 Competitividade do produto australiano no mercado brasileiro	63
4. Perspectivas para o comércio de cevada e malte entre Brasil e Austrália	64

### CAPÍTULO 8

### **TRIGO: COMPETITIVIDADE E QUESTÕES BUROCRÁTICAS AFETAM O PRODUTO AUSTRALIANO.....** 66

*Débora Simões, Heloisa Melo, Larissa Liane Heidorn*

1. Introdução: o mercado de trigo no Brasil	66
2. Panorama sobre o comércio de trigo entre Brasil e Austrália	67
3. Principais fornecedores para o mercado brasileiro	68
4. Competitividade do produto australiano no mercado brasileiro	69
5. Perspectivas para o comércio de trigo entre Brasil e Austrália	71



## PARTE 3: OPORTUNIDADES EM INOVAÇÃO, P&D E INVESTIMENTOS

### CAPÍTULO 9

#### **PARCERIA EM INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES PARA O AGRONEGÓCIO.....74**

*Débora Simões, Henrique de Jesus Fernandes*

1. Introdução	74
2. O ambiente de inovação e P&D no Brasil	76
2.1 Instituições de ensino e pesquisa brasileiras	76
2.2 Panorama das AgTechs no Brasil:	77
2.2.1 Exemplos de AgTechs brasileiras	80
3. O ambiente de inovação e P&D na Austrália	83
3.1 Instituições de ensino e pesquisa australianas	83
3.2 Panorama das AgTechs na Austrália	84
3.2.1 Exemplos de AgTechs australianas	86

### CAPÍTULO 10

#### **INVESTIMENTO DIRETO EM TERRAS NA AUSTRÁLIA.....89**

*Greg Wallis*

### CAPÍTULO 11

#### **O INVESTIMENTO AUSTRALIANO NO BRASIL É MAIOR DO PENSAMOS.....91**

*Greg Wallis*

#### **CONCLUSÃO.....93**

*Débora Simões*

#### **REFERÊNCIAS..... 96**



## PREFÁCIO

Débora Simões

O livro *Brasil – Austrália: Oportunidades para o Desenvolvimento de Parcerias no Agronegócio* é fruto de uma iniciativa da Nuffield Brasil (NuffieldBR) que contou com o apoio da Commonwealth por meio do Council on Australia Latin America Relations (COALAR), órgão vinculado ao Departamento de Comércio e Relações Exteriores da Austrália.

O objetivo principal deste projeto é dar um panorama geral sobre as oportunidades e sinergias existentes para que Brasil e Austrália estreitem laços comerciais e de cooperação no agronegócio. Para tanto, o livro foi organizado em três partes principais. A primeira busca contextualizar a evolução e situação atual do setor agropecuário no Brasil e na Austrália. A segunda parte explora algumas oportunidades no comércio de produtos agrícolas entre os dois países. Por fim, discorre-se sobre possibilidades de parcerias no campo da inovação, P&D e investimentos diretos.

Nosso estudo não visa esgotar todas as possibilidades de parceria e cooperação existentes entre Brasil e Austrália. Pelo contrário, ele é apenas pontapé inicial para fomentar a curiosidade de brasileiros e australianos e tentar encurtar a distância existente entre os dois países. Encare a leitura desse livro como um convite para uma viagem e embarque conosco nessa jornada para conhecer um pouco mais sobre a agricultura na Austrália e no Brasil!

Um fato curioso sobre essa publicação é que, originalmente, ela deveria ser uma viagem de um grupo de 15 a 20 brasileiros à Austrália para conhecer o setor agrícola do país e seus desafios, fomentar a troca de experiência entre brasileiros e australianos e, ao final, trazer de volta algumas ideias para serem implementadas em seus próprios negócios ou até mesmo para o desenvolvimento de parcerias. Entretanto, os planos tiveram que ser revistos diante das incertezas que se instalaram com a pandemia do COVID-19 e a viagem teve que ser postergada e será realizada quando tivermos segurança para realizar eventos dessa natureza.

Foi então que pesquisar e escrever alguns artigos surgiu como uma forma de buscar conhecer um pouco mais sobre o agronegócio australiano bem como identificar sinergias para fomentar o comércio e oportunidades de parcerias na busca de soluções inovadoras para o setor. Como o livro será traduzido para o inglês, criou-se uma oportunidade para que pessoas de outros países também conheçam um pouco mais sobre o agronegócio brasileiro e australiano.

Para que o livro pudesse se tornar realidade em um curto espaço de tempo, contamos com a ajuda e apoio de profissionais, pesquisadores e estudantes que encararam essa jornada junto com a equipe da NuffieldBR. Além disso, fizemos reuniões com pessoas de diversos setores para explorar a percepção sobre os assuntos que serão abordados nas seções seguintes. Aqui, gostaríamos de agradecer ao senhor Greg Wallis, Cônsul Geral da Austrália e Comissário Sênior da Comissão Australiana de Comércio e Investimento (Austrade), e toda sua equipe pelo suporte que recebemos.



## PARTE 1: CONHECENDO A AGRICULTURA NO BRASIL E NA AUSTRÁLIA



## CAPÍTULO 1:

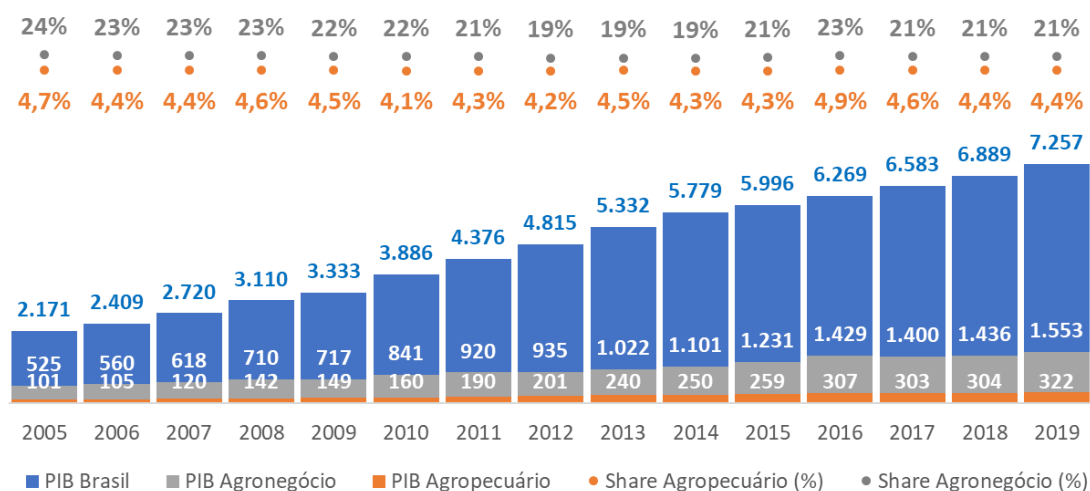
# PANORAMA SOBRE O SETOR AGROPECUÁRIO NO BRASIL

Amanda Andriotta, Débora Simões

## 1. Evolução e relevância do agronegócio para o Brasil

O agronegócio possui uma posição de destaque na economia brasileira, sendo caracterizado como atividade de importante dinamismo. O setor representa 21% do Produto Interno Bruto (PIB) do país, totalizando R\$ 1,6 trilhão<sup>1</sup> em 2019. Somente a produção primária agropecuária soma R\$ 322 bilhões – 4,4% da riqueza gerada no país –, sendo o restante do PIB do agronegócio composto pelos insumos, as indústrias de processamento e os serviços prestados ao setor.

FIGURA 1. EVOLUÇÃO DO PIB DO BRASIL: TOTAL, AGROPECUÁRIO E AGRONEGÓCIO (R\$ BILHÕES A PREÇO CORRENTE)



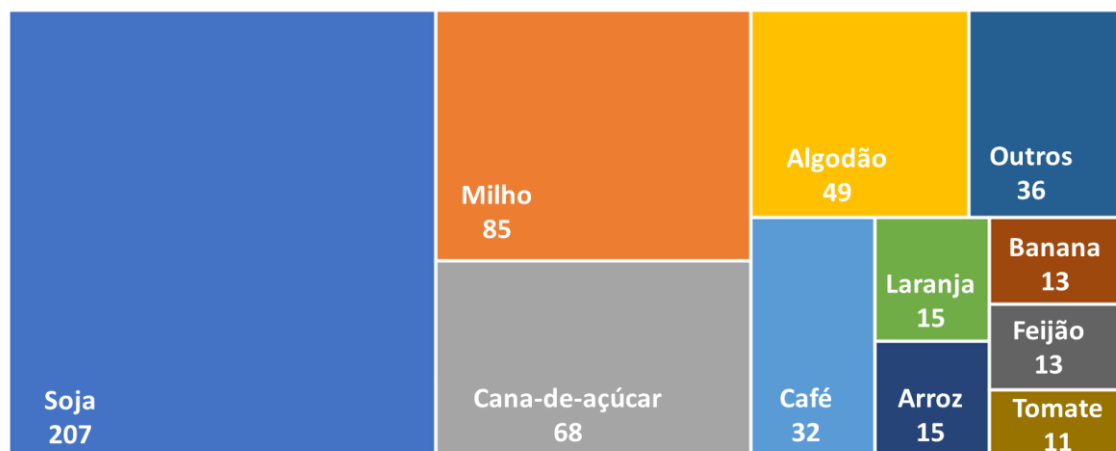
Fonte: IBGE, CEPEA.

A produção primária agropecuária brasileira gera um faturamento estimado de R\$ 807 bilhões, mensurado a partir do Valor Bruto da Produção (VBP). A atividade agrícola representa 66% desse montante com um valor de R\$ 543 bilhões. Nesse segmento, a soja destaca-se entre os principais produtos produzidos pelo Brasil, somando R\$ 207 bilhões, o que representa 38% do VBP total das lavouras, seguida por milho (16%), cana-de-açúcar (12%), algodão (9%) e café (6%). Os cinco principais produtos de origem vegetal produzidos pelo país somam R\$ 441 bilhões, concentrando 81% do VBP total.

<sup>1</sup> 1 R\$ = 0,25 US\$ = 0,36 AU\$ (média anual de 2019).



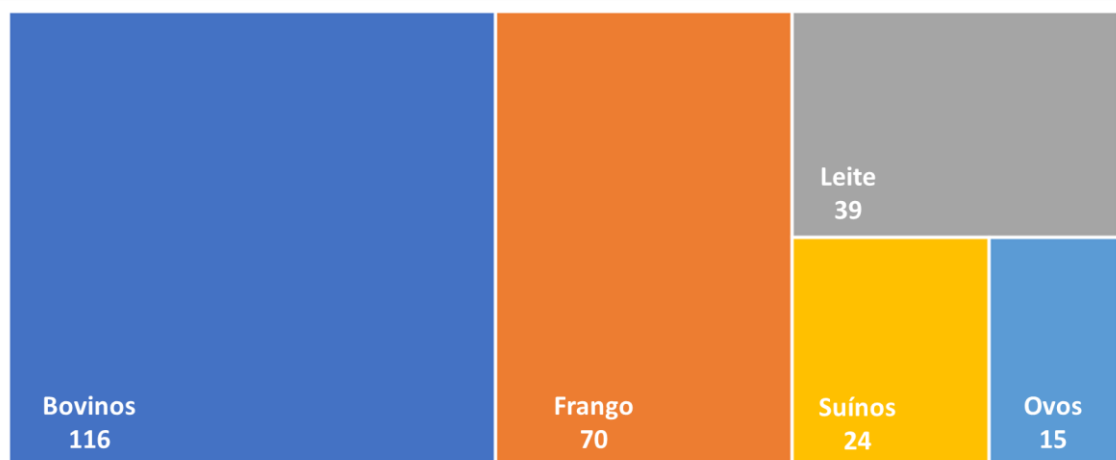
FIGURA 2. VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DAS LAVOURAS (R\$ BILHÕES) – 2020



Fonte: MAPA.

Dos R\$ 807 bilhões gerados pela produção primária agropecuária, 32,7% (R\$ 264 bilhões) é derivado de produtos de origem animal, sendo os bovinos responsáveis por 44% do faturamento dos produtos pecuários, seguido por frango (27%), leite (15%), suínos (9%) e ovos (6%).

FIGURA 3. VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA PECUÁRIA (R\$ BILHÕES) – 2020



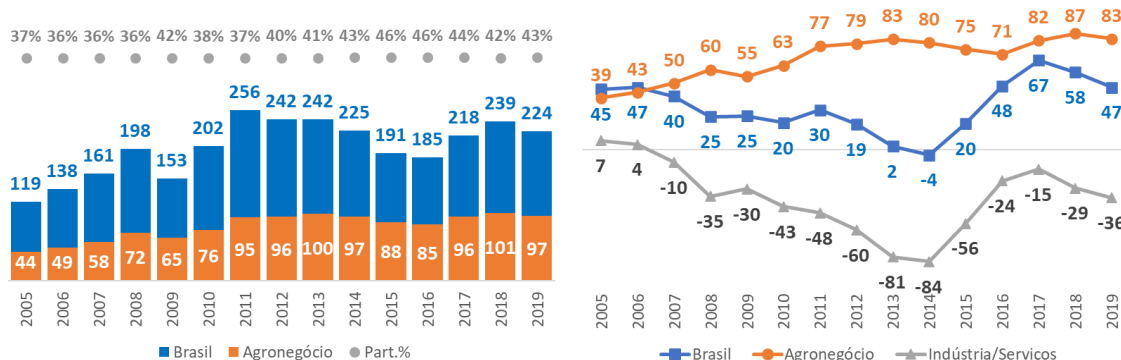
Fonte: MAPA.

O setor agrícola se consolidou como atividade estratégica para a economia brasileira, também impactando de forma positiva os indicadores comerciais do país. As exportações do agronegócio somaram US\$ 97 bilhões em 2019, representando 43% do total das exportações brasileiras. Além disso, o setor vem contribuindo para manter positivo o saldo da balança comercial<sup>2</sup> ao longo dos anos. Em 2019, o saldo comercial do agronegócio somou US\$ 83 bilhões, dobrando seu valor nos últimos 15 anos, enquanto o saldo total resultou em US\$ 47 bilhões, ficando em patamar semelhante ao observado em 2005.

<sup>2</sup> Saldo da balança comercial = exportações – importações.



FIGURA 4. EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS E DO SALDO DA BALANÇA COMERCIAL: TOTAL E AGRONEGÓCIO (US\$ BILHÕES)



Fonte: SECEX, MDIC, MAPA.

O desempenho da agricultura brasileira também possibilitou ao país despontar no cenário agrícola internacional, colocando-o em posição de destaque na produção e exportação de uma série de commodities agrícolas. Atualmente, o país é líder na produção e exportação de soja e café e figura-se nas primeiras posições no ranking de produção e comercialização de milho, açúcar, algodão e carnes bovina, de frango e suína. No caso da soja, por exemplo, o país é responsável por 37% da produção mundial e 56% das exportações totais do produto. No que tange o mercado mundial de milho, apesar de deter apenas 9% da produção, é responsável por 20% dos embarques mundiais do produto.

FIGURA 5. RELEVÂNCIA DO BRASIL NO MERCADO MUNDIAL DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS SELECIONADOS

Produto	Indicadores	Produção	Exportação	Produto	Indicadores	Produção	Exportação
Soja (mi ton)	Mundo	337	165	Café (mi sacas 60 kg)	Mundo	175	141
	Brasil	126	92		Brasil	65	41
	Ranking	1	1		Ranking	1	1
	Participação	37%	56%		Participação	37%	29%
Milho (mi ton)	Mundo	1.116	171	Carne bovina (mi ton)	Mundo	61,6	10,9
	Brasil	102	34		Brasil	10,2	2,3
	Ranking	3	3		Ranking	2	1
Açúcar (mi ton)	Mundo	180	56	Carne de frango (mi ton)	Mundo	99,3	11,8
	Brasil	30	20		Brasil	13,7	3,8
	Ranking	2	1		Ranking	3	1
Algodão (mi fardos 480 lb)	Mundo	122	41	Carne suína (mi ton)	Mundo	102,0	9,3
	Brasil	13	9		Brasil	4,0	0,9
	Ranking	4	2		Ranking	4	4
	Participação	11%	22%	Participação	4%	9%	

Fonte: USDA.

A performance positiva do agronegócio observada nos indicadores econômicos e comerciais – consolidando o setor como atividade de grande pujança para a economia do país –, reflete os avanços da atividade agrícola obtidos no campo.

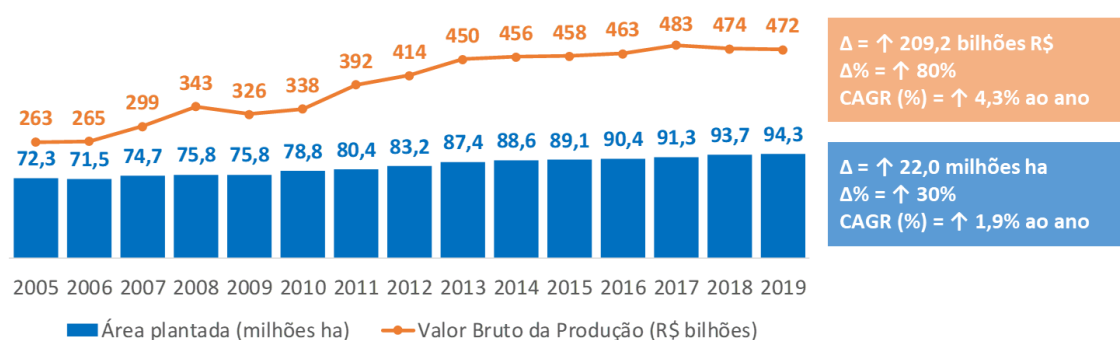


## 2. Crescimento e avanços da agricultura brasileira 2005-2019

De modo geral, a agricultura brasileira apresentou expressivo crescimento ao longo dos anos, impulsionado, sobretudo, pela produção de grãos. Entre 2005 e 2019, a área plantada total no Brasil cresceu a uma taxa média de 1,9% ao ano, enquanto a área plantada destinada aos grãos<sup>3</sup> cresceu a um ritmo de 2,5% ao ano.

No período analisado, a área plantada total do país passou de um total de 72,3 para 94,3 milhões de hectares. Por outro lado, a produção agrícola cresceu de forma mais acentuada do que a área cultivada. Com um acréscimo médio de 4,3% ao ano, o valor bruto da produção agrícola do país atingiu o patamar de R\$ 472 bilhões em 2019, o que indica que a agricultura brasileira cresceu tanto com o incremento de área como a partir do desenvolvimento da produtividade.

FIGURA 6. EVOLUÇÃO DO TOTAL DE ÁREA PLANTADA (MILHÕES HECTARES) E VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA AGRICULTURA (R\$ BILHÕES) NO BRASIL

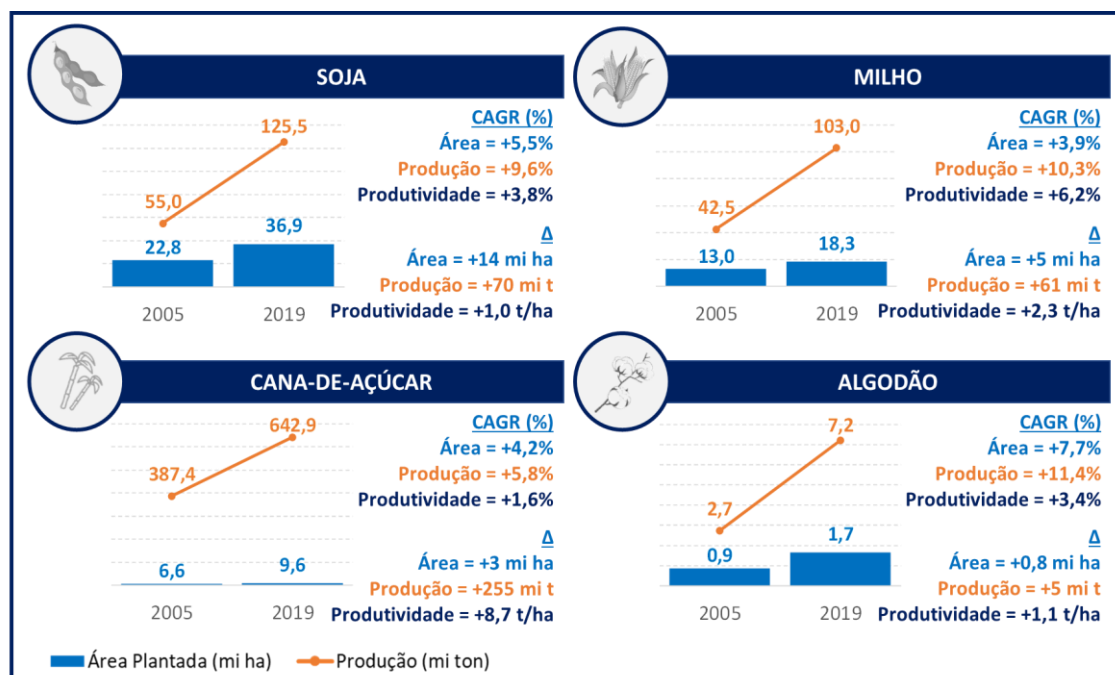


Fonte: Conab, MAPA.

Entre as principais culturas, tem-se que a produtividade média da soja cresceu 40% em todo o período analisado, passando de 2,4 toneladas por hectare, em 2005, para 3,4 toneladas por hectare em 2019. No mesmo período, o fator produtividade também se destaca para o milho, com incrementos de produtividade de 71%, passando de uma produtividade média de 3,3 toneladas por hectare para 5,6 toneladas por hectare no período. Já no caso da cana-de-açúcar, a cultura obteve avanço na produtividade de 15% entre 2005 e 2019, passando de uma produtividade média de 58,5 toneladas por hectare para 67,2 toneladas por hectare. Enquanto o algodão apresentou incremento de 1,1 tonelada por hectare na produtividade média, passando de 3,2 toneladas por hectare, em 2005, para 4,3 toneladas por hectare em 2019 (Figura 7).

<sup>3</sup> Algodão, amendoim, arroz, aveia, canola, centeio, cevada, feijão, girassol, mamona, milho, soja, sorgo, trigo, triticale.

FIGURA 7. CRESCIMENTO DE ÁREA PLANTADA, PRODUÇÃO E PRODUTIVIDADE DAS PRINCIPAIS CULTURAS PRODUZIDAS NO BRASIL<sup>4</sup>: SOJA, MILHO, CANA-DE-AÇÚCAR E ALGODÃO

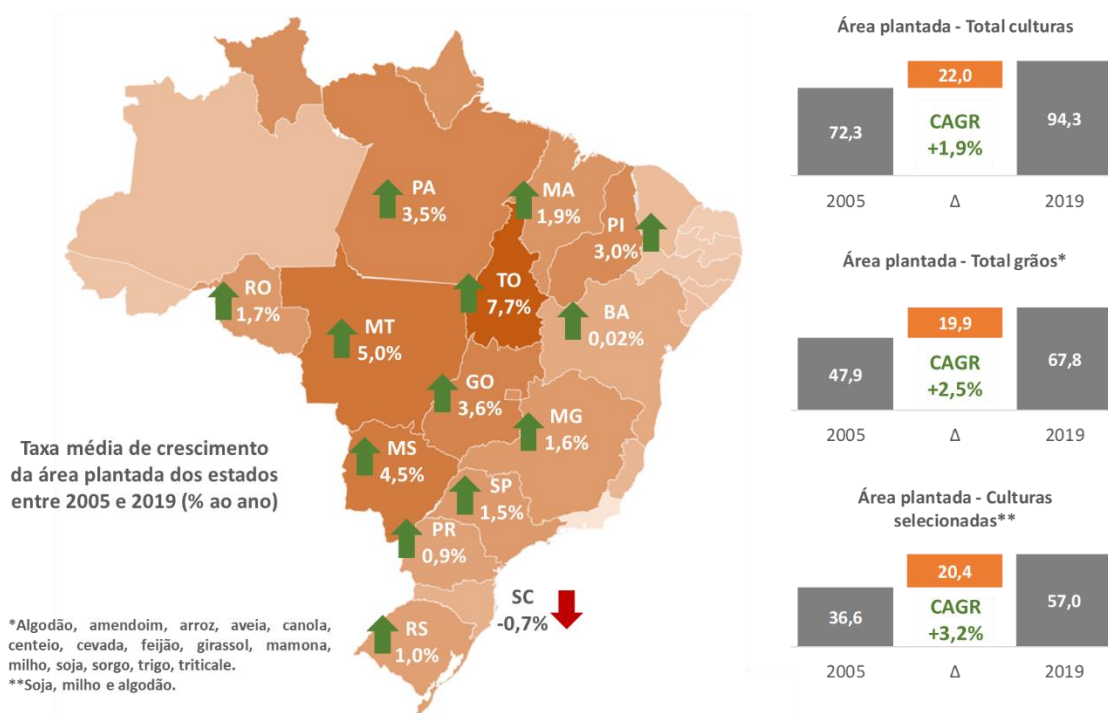


Fonte: Conab.

O avanço da agricultura brasileira ocorreu nos principais estados produtores. Entretanto, o crescimento se deu de forma mais intensa na região central do país, com destaque os estados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás, com crescimento médio da área plantada de 5,0%, 4,5% e 3,6% ao ano, respectivamente. Também ganha notabilidade a fronteira agrícola conhecida como MAPITO, composta pelos estados do Maranhão, Piauí e Tocantins, que juntos apresentam um crescimento médio de 3,6% ao ano no período analisado. Os demais estados, como São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Paraná e Rio Grande do Sul também apresentaram expansão, porém de forma mais moderada, uma vez que a agricultura nesses locais já é bastante consolidada (Figura 8 e Tabela1).

<sup>4</sup> Quatro principais produtos da agricultura brasileira em termos de valor bruto da produção.

FIGURA 8. EXPANSÃO DA ÁREA PLANTADA TOTAL NO BRASIL POR ESTADO (%) E EXPANSÃO DA ÁREA PLANTADA TOTAL NO PAÍS, ÁREA PLANTADA DE GRÃOS E DAS PRINCIPAIS CULTURAS DA AGRICULTURA BRASILEIRA (MILHÕES HECTARES)



Fonte: Conab.

TABELA 1. ÁREA PLANTADA TOTAL NO BRASIL POR ESTADO (MILHÕES HECTARES)

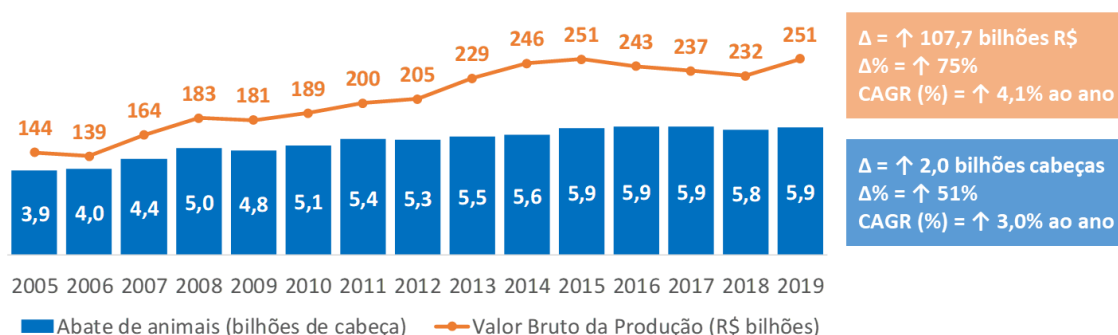
Estado	Sigla	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	Participação Estado (%) - 2019
Mato Grosso	MT	8,6	10,2	15,0	15,7	16,0	16,8	17,2	18%
Paraná	PR	10,8	11,4	12,3	12,2	11,8	12,3	12,2	13%
São Paulo	SP	8,7	10,1	10,6	10,6	10,7	10,7	10,7	11%
Rio Grande do Sul	RS	8,9	8,9	9,9	10,0	10,0	10,1	10,2	11%
Minas Gerais	MG	6,6	7,1	8,0	8,1	8,1	8,2	8,2	9%
Goiás	GO	4,6	5,6	7,0	7,1	7,1	7,4	7,5	8%
Mato Grosso do Su	MS	3,5	4,2	5,9	5,9	6,1	6,3	6,4	7%
Bahia	BA	5,4	5,6	5,3	5,0	5,3	5,4	5,4	6%
Pará	PA	1,4	1,3	1,8	2,0	2,2	2,2	2,3	2%
Maranhão	MA	1,7	2,0	1,8	2,0	2,2	2,2	2,2	2%
Santa Catarina	SC	2,4	2,3	2,2	2,3	2,2	2,2	2,2	2%
Piauí	PI	1,2	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	2%
Tocantins	TO	0,6	0,8	1,5	1,6	1,6	1,7	1,7	2%
Rondônia	RO	0,6	0,7	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	1%
Outros	-	7,3	7,2	5,5	5,5	5,6	5,6	5,5	6%
<b>Total Brasil</b>	-	<b>72,3</b>	<b>78,8</b>	<b>89,1</b>	<b>90,4</b>	<b>91,3</b>	<b>93,7</b>	<b>94,3</b>	<b>100%</b>

Fonte: Conab.

### 3. Crescimento e avanços da pecuária brasileira 2005-2019

Os avanços da pecuária são analisados a partir da evolução do abate de animais, que em 2005 somou 3,9 bilhões de cabeças de animais – incluindo bovinos, suínos e frango –, chegando ao patamar de 5,9 bilhões de cabeças em 2019, crescendo a uma taxa média de 3,0% ao ano no período. Outro indicador do crescimento do setor no país é o valor bruto da produção pecuária, o qual passou de um total de R\$ 144 bilhões para R\$ 251 bilhões no mesmo período, crescendo a um ritmo de 4,1% ao ano entre os anos analisados.

FIGURA 9. EVOLUÇÃO DO TOTAL DE ABATE DE ANIMAIS – BOVINOS, SUÍNOS E FRANGOS – (BILHÕES DE CABEÇAS) E VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA PECUÁRIA (R\$ BILHÕES) NO BRASIL



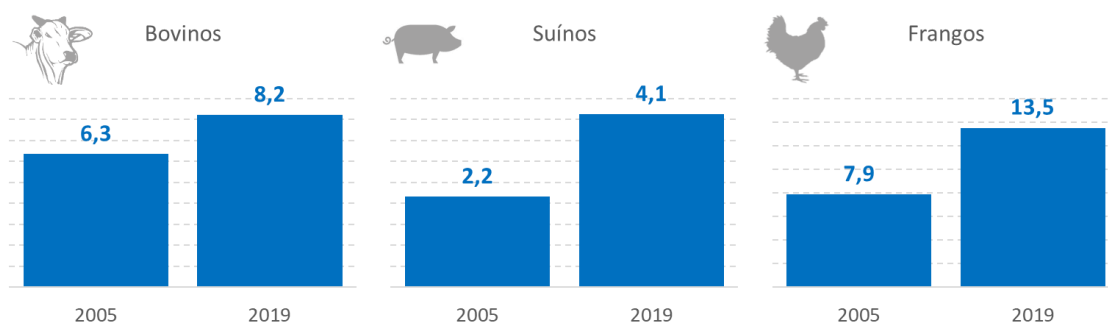
Fonte: MAPA, IBGE.

O crescimento do abate de animais ocorreu de forma mais acelerada no segmento de suínos, em que o número de animais abatidos dobrou entre 2005 e 2019. A atividade avançou, na média, 5,0% ao ano, com incremento de 22,9 milhões de cabeças adicionais no mesmo período. O número de cabeças abatidas de frango e bovinos cresceu 3,0% e 1,1% ao ano, respectivamente, com acréscimo de 1,9 bilhão e 4,4 milhões de cabeças respectivamente.

Quanto à produção de carne no Brasil, tem-se que produção de carne bovina no Brasil cresceu a uma taxa média de 1,9% ao ano entre 2005 e 2019, chegando a 8,2 milhões de toneladas em 2019. No mesmo período, o rebanho de bovinos cresceu apenas 0,3% ao ano, passando de um total de 207,2 milhões cabeças para 214,9 milhões cabeças. No caso dos suínos, a produção de carne no Brasil cresceu a uma taxa média de 4,7% ao ano, dobrando a produção no período, enquanto o rebanho cresceu a uma taxa média de 1,3% ao ano, saindo de um patamar de 34,1 milhões para 40,6 milhões de cabeças. No mesmo período, a produção de carne de frango também dobrou de quantidade, crescendo a uma taxa média de 3,9% ao ano, enquanto o rebanho de frango passou de 999 milhões de cabeça para 1,5 bilhão de cabeças entre 2005 e 2019, crescendo a uma taxa média de 2,8% ao ano.

FIGURA 10. PRODUÇÃO DE CARNE EM PESO TOTAL DE CARCAÇAS: BOVINOS, SUÍNOS E FRANGOS (MILHÕES DE TONELADAS)

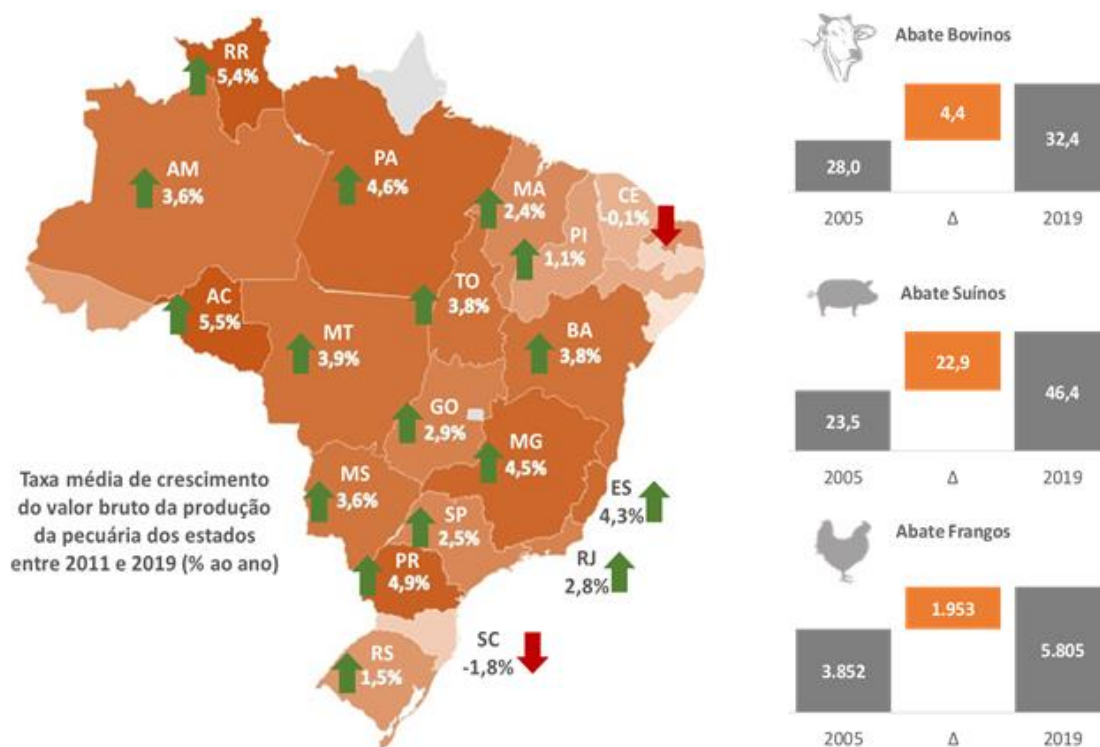




Fonte: IBGE

A evolução do abate é traduzida no crescimento do valor bruto da produção pecuária, que apresentou crescimento nos principais estados produtores do país. As maiores taxas de crescimento foram observadas nos estados de Rondônia e Roraima, com crescimento médio de 5,5% e 5,4% ao ano entre 2011 e 2019, porém são estados pouco expressivos para a atividade, representando juntos 4% do valor produzido pela pecuária no Brasil. Entretanto, mesmo nos principais estados produtores – Mato Grosso, Minas Gerais, São Paulo e Paraná – houve crescimentos expressivos do valor produzido, com avanços na ordem de 3,9%, 4,5%, 2,5% e 4,9% ao ano, respectivamente (Figura 11 e Tabela 2).

FIGURA 11. EXPANSÃO DO VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA PECUÁRIA NO BRASIL POR ESTADO<sup>5</sup> (%) E EXPANSÃO DO NÚMERO DE ABATE DE ANIMAIS (MILHÕES DE CABEÇAS)



Fonte: MAPA, IBGE.

<sup>5</sup> Informações de valor bruto da produção pecuária por estado disponível a partir de 2011.

TABELA 2. VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA PECUÁRIA NO BRASIL POR ESTADO<sup>6</sup> (R\$ BILHÕES)

Estado	Sigla	2011	2015	2016	2017	2018	2019	Participação Região (%) - 2019
Paraná	PR	25,8	34,3	35,5	34,7	34,8	39,6	16%
São Paulo	SP	25,3	29,3	28,6	27,5	26,5	28,5	11%
Minas Gerais	MG	21,2	28,4	26,5	27,1	26,7	26,5	11%
Rio Grande do Sul	RS	21,3	25,5	24,1	23,5	24,4	24,0	10%
Mato Grosso	MT	18,1	21,2	20,3	19,6	20,2	23,1	9%
Goiás	GO	16,8	23,0	20,7	20,0	19,1	20,4	8%
Santa Catarina	SC	20,1	23,2	22,5	20,9	15,3	17,2	7%
Mato Grosso do Sul	MS	11,8	15,2	13,9	13,4	12,8	14,5	6%
Pará	PA	6,6	9,2	9,3	8,6	8,8	8,8	3%
Bahia	BA	5,1	6,2	5,9	5,8	6,0	6,5	3%
Tocantins	TO	2,9	3,7	3,2	2,8	3,0	3,5	1%
Espírito Santo	ES	2,4	3,6	3,7	3,2	3,2	3,2	1%
Maranhão	MA	2,0	2,9	2,5	2,2	2,1	2,2	1%
Ceará	CE	2,0	2,5	2,5	1,9	1,9	2,0	1%
Rio de Janeiro	RJ	1,4	2,0	1,7	1,9	1,7	1,8	1%
Acre	AC	1,2	1,3	1,4	1,2	1,2	1,1	0,4%
Amazonas	AM	0,7	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,4%
Piauí	PI	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,2%
Roraima	RR	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,1%
Outros	-	15,1	17,7	18,7	21,2	22,1	26,8	11%
<b>Total Brasil</b>	<b>-</b>	<b>200,3</b>	<b>250,8</b>	<b>242,5</b>	<b>237,3</b>	<b>231,6</b>	<b>251,3</b>	<b>100%</b>

Fonte: MAPA.

#### 4. Características regionais da atividade agropecuária no Brasil

A extensão territorial do Brasil faz com que o agronegócio do país apresente características que se alteram de acordo com a região de produção. O Centro-Oeste é a área de maior relevância, uma vez que soma R\$ 270 bilhões de valor bruto da produção, representando 33% do valor bruto total da agropecuária brasileira. Os estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás se caracterizam pela alta tecnologia adotada no manejo, desde a adubação precisa, a escolha de sementes e o uso intensivo da mecanização.

Os três estados são grandes produtores de grãos, com destaque as culturas de soja, milho e algodão, que juntos representam 67% do valor total produzido pela região. Além disso, a criação de bovinos também se caracteriza como atividade relevante, figurando-se no segundo lugar no ranking de valor de produção regional. Com características semelhantes, está a fronteira agrícola MATOPIBA<sup>7</sup>, formada pelos estados do Maranhão, Tocantins, Piauí e Bahia, local que se destaca, atualmente, como o centro de crescimento da agricultura brasileira. Os quatro estados representam 9% do valor total produzido pela agropecuária no Brasil, somando R\$ 71 bilhões.

As regiões Sul e Sudeste também detêm expressiva participação no agronegócio brasileiro, em que cada uma representa 25% do valor bruto total da produção agropecuária

<sup>6</sup> Informações de valor bruto da produção pecuária por estado disponível a partir de 2011.

<sup>7</sup> 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 o agronegócio brasileiro, apresentando-se como relevante tal agregação.

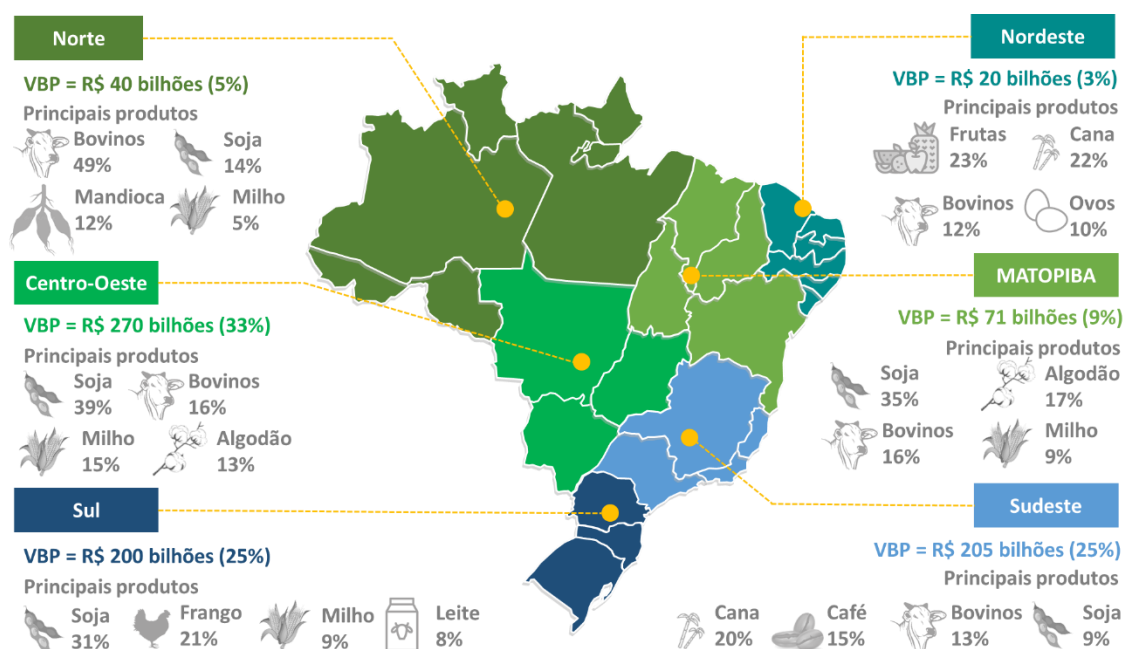


brasileira. Se assemelham quanto às características de adoção de tecnologia, estando o Sudeste mais conectado à agroindústria, dada a produção de cana-de-açúcar – localização de usinas de açúcar e etanol, além das indústrias relacionadas ao processamento da produção de laranja. A cana-de-açúcar representa 20% do valor da produção total da região e figura-se na primeira posição do ranking regional. O Sudeste também se destaca na produção de café, o qual representa 15% do valor total produzido regionalmente.

Já a região Sul tem como principais produtos a soja, frango, milho e leite, em que juntos representam 69% do valor total produzido pela atividade agropecuária local. Em adicional, tem como aspecto relevante a predominância de pequenos produtores, majoritariamente organizados em cooperativas.

O Norte e o Nordeste são as localidades com menor relevância na agropecuária, com participação de 5% e 3% no valor bruto da produção agropecuária brasileira, respectivamente. Na região Norte ressaltam-se a criação de bovinos e a produção de soja, mandioca e milho, além da indústria extrativista, como é o caso do mercado de castanhas e açaí. Já a região Nordeste se destaca na produção de hortifrutti, tal como o cultivo de melão, melancia, uva, abacaxi entre outras frutas. Caracteriza-se como a região mais diversa, com predominância da agricultura familiar nas zonas semiáridas e monocultura de exportação na Zona da Mata.

FIGURA 12. VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO POR REGIÃO E PRINCIPAIS PRODUTOS PRODUZIDOS



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados do MAPA.

## 5. Fatores de sucesso do agronegócio brasileiro

O sucesso da atividade agrícola do Brasil pode ser explicado por uma combinação de fatores. Tais fatores podem se dar de maneira mais ampla, se destacando as condições edafoclimáticas e disponibilidade de recursos naturais, como também ressaltando-se os aspectos relacionados de forma mais direta à atividade, como melhorias no modelo de gestão da propriedade rural e o investimento em novas tecnologias.

As características climáticas do país, tais como temperatura, luminosidade, disponibilidade de recursos hídricos, entre outros fatores garantiram algumas vantagens ao Brasil



frente aos seus concorrentes. Dada as características do clima tropical, é permitido ao Brasil cultivar sua terra ao longo de todo o ano, o que não ocorre com os países predominantemente de clima temperado, em que a produção agrícola se inviabiliza no período de inverno, como é o caso dos países do hemisfério norte.

FIGURA 13. CARACTERIZAÇÃO CLIMÁTICA DO BRASIL



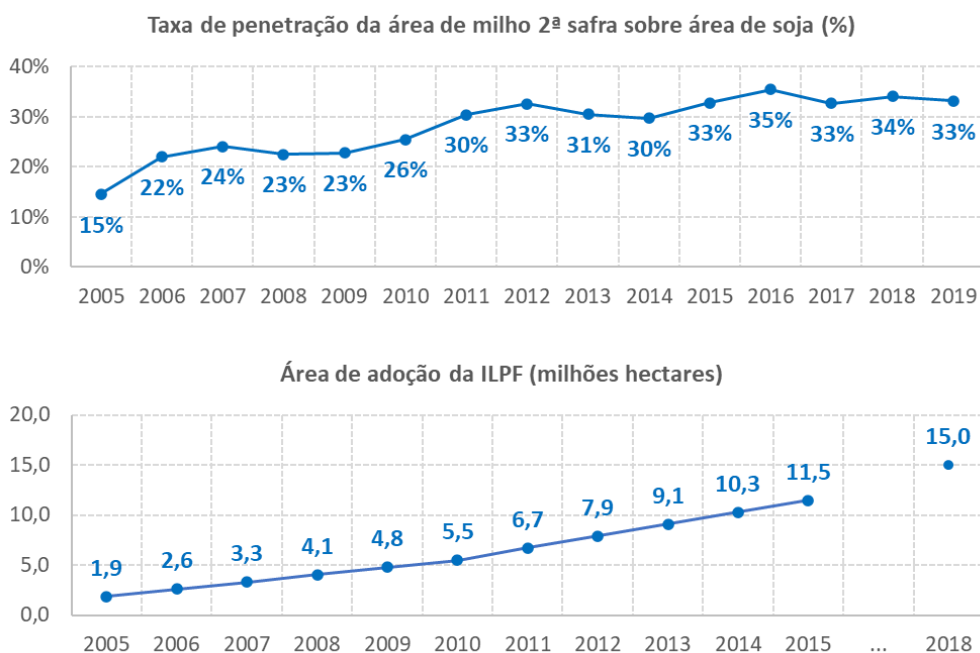
Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados do IBGE.

A oportunidade do cultivo de mais de uma safra – possibilitada pelas características climáticas da região – e a adoção de novas práticas de cultivo viabilizaram ao país obter importantes ganhos de produtividade, principalmente no que se refere ao sistema de produção de grãos. A taxa de penetração das culturas de outono-inverno sobre as culturas de verão apresentou forte crescimento ao longo dos anos. Entre 2005 e 2019, a área plantada de milho segunda safra cresceu de 3,3 milhões para 12,3 milhões de hectares. Assim, a taxa de penetração sob a área de soja passou de 15% para 33%, permitindo ao país produzir volumes mais elevados sem a necessidade de incrementos de área.

Além disso, no caso da pecuária, a área com a adoção do sistema integração-lavoura-pecuária-floresta (ILPF) passou de 1,9 milhão de hectares em 2005 para 15,0 milhões de hectares em 2018<sup>8</sup>, crescendo a uma taxa média de 16,0% ao ano no período. A estratégia de produção busca otimizar o uso da terra, aumentando os patamares de produtividade e diversificando a produção, sendo possível reduzir a pressão sobre a abertura de novas áreas destinadas a atividade pecuária.

<sup>8</sup> Último dado disponibilizado pela Rede ILPF.

FIGURA 14. EVOLUÇÃO DA TAXA DE PENETRAÇÃO DA ÁREA DE MILHO SEGUNDA SAFRA SOBRE A ÁREA DE SOJA (%) E ÁREA DE ADOÇÃO DO SISTEMA DE INTEGRAÇÃO-LAVOURA-PECUÁRIA-FLORESTA (MILHÕES HECTARES)



Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados da Conab, Rede ILPF.

Os ganhos de produtividade também foram obtidos com a intensificação do uso de insumos e ao acesso a produtos e serviços mais eficientes. Entre 2009 e 2019, o consumo de fertilizante cresceu em média 3,5% ao ano, chegando a um consumo total de 36,2 milhões de toneladas em 2019. O aumento do uso de fertilizante se deu, não somente dado ao crescimento de área, mas também a intensificação do uso do insumo, uma vez que a dose média de fertilizante aplicada passou de 289,0 quilogramas por hectare, em 2009, para 367,8 quilogramas por hectare em 2019, impactando diretamente na produtividade das lavouras.

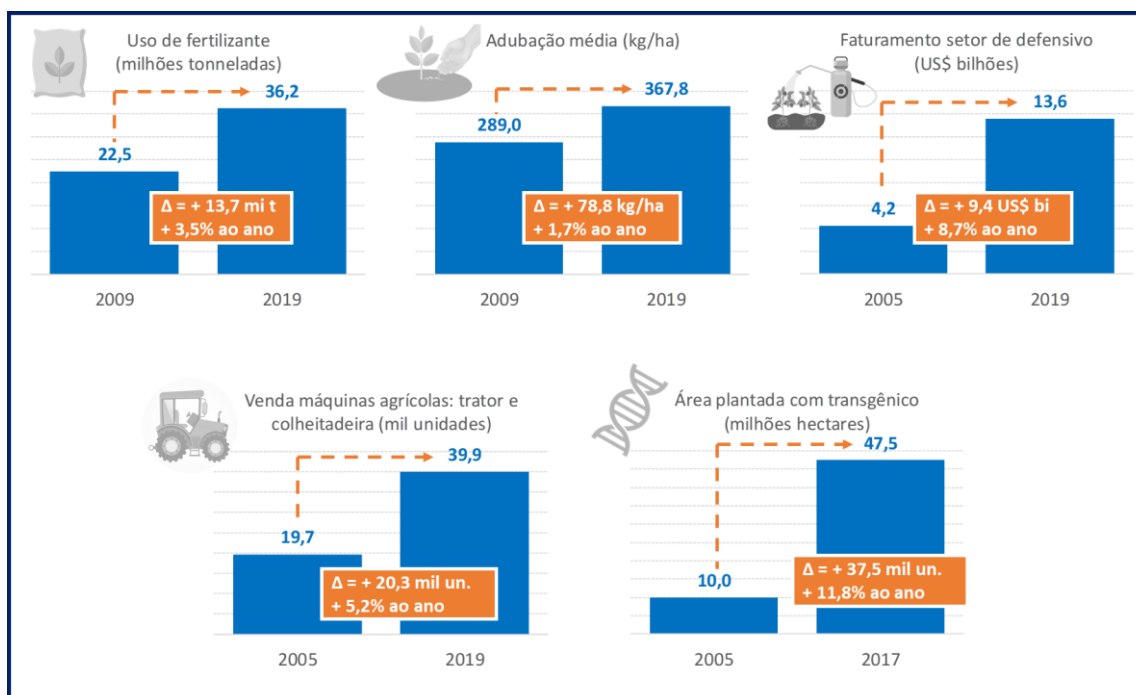
No caso dos defensivos, o uso de produtos mais eficientes e com maior tecnologia também foram fundamentais para o desempenho da agricultura brasileira. As vendas do insumo no mercado do país cresceram em média 8,7% ao ano, passando de US\$ 4,2 bilhões para US\$ 13,6 bilhões entre 2005 e 2019.

Em adicional, a utilização de sementes mais produtivas, aliada com o desenvolvimento e consolidação da biotecnologia, também se destaca entre os elementos que explicam a maior eficiência da produção agrícola brasileira. Entre 2005 e 2019, a área plantada com transgênicos das principais culturas – soja, milho e algodão – passou de um total de 10,0 milhões de hectares para 47,5 milhões de hectares, representando um crescimento médio anual de 11,8% no período.

O acesso a um maior número e máquinas agrícolas mais potentes também contribuiu para o avanço da agricultura no país, permitindo o cultivo de áreas mais amplas com um tempo de operação menor. Nos últimos 15 anos, a venda de máquinas agrícolas – tratores e colheitadeiras – passaram de 19,7 mil unidades para 39,9 mil unidades, o que representa um crescimento médio de 5,2% ao ano no período analisado.



FIGURA 15. CRESCIMENTO DO USO DO PACOTE TECNOLÓGICO NA AGRICULTURA BRASILEIRA



Fonte: Anda, Sindiveg, Anfavea, ISAAA.

CAPÍTULO 2:

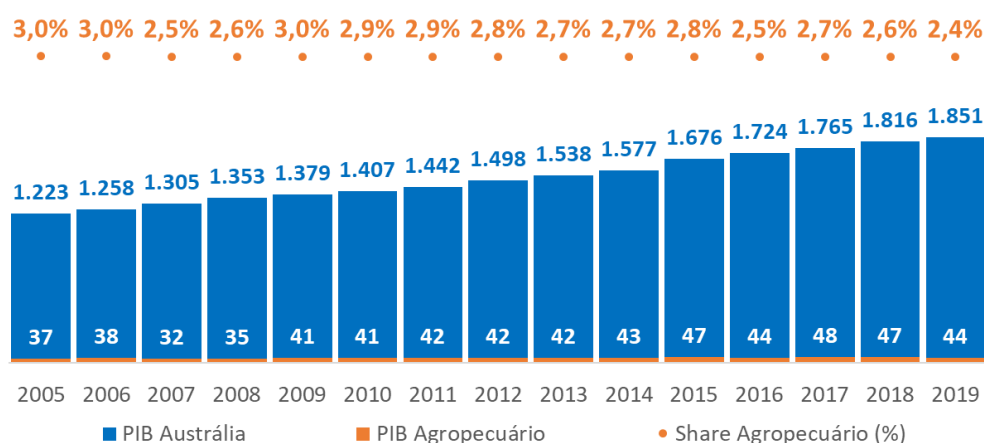
PANORAMA SOBRE O SETOR AGROPECUÁRIO NA AUSTRÁLIA

Amanda Andriotta

1. Evolução e relevância do setor agropecuário para a Austrália

A produção primária agropecuária da Austrália representa, atualmente, 2,4% do Produto Interno Bruto (PIB) do país, somando AU\$ 44 bilhões<sup>1</sup> em 2019. Ao longo dos últimos 15 anos, a renda gerada pela atividade agropecuária cresceu a uma taxa média anual de 1,2%, enquanto a economia australiana no total cresceu, em média, 3,0% ao ano, o que acarretou um pequeno decréscimo da participação do setor agrário no total das atividades, passando de uma participação de 3,0% para 2,4% entre 2005 e 2019.

FIGURA 1. EVOLUÇÃO DO PIB DA AUSTRÁLIA: TOTAL E AGROPECUÁRIO (AU\$ BILHÕES A PREÇO CORRENTE)



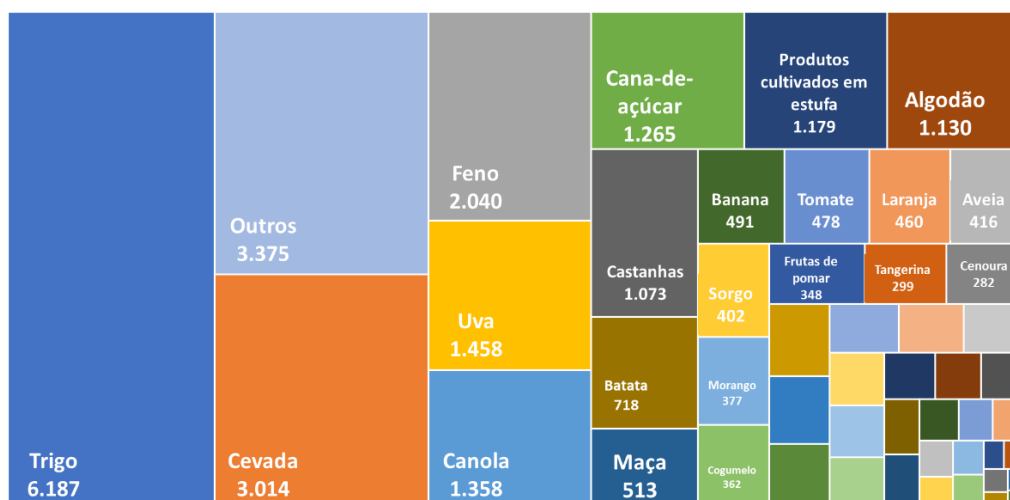
Fonte: ABARES.

O Valor Bruto da Produção (VBP) Agropecuária na Austrália chegou a AU\$ 62,3 bilhões em 2019. A produção agrícola é bastante diversificada no país, com um faturamento de AU\$ 30,4 bilhões em 2019, o que representa 49% do valor bruto da produção total da agropecuária do país no último ano. A atividade agropecuária da Austrália é bastante diversificada. Entre os produtos da lavoura, o destaque é o trigo e a cevada, que representam 20% e 10% do VBP da agricultura, gerando um faturamento de AU\$ 6,2 e AU\$ 3,0 bilhões, respectivamente.

<sup>1</sup> 1 AU\$ = 0,70 US\$ = 2,76 R\$ (média anual de 2019).



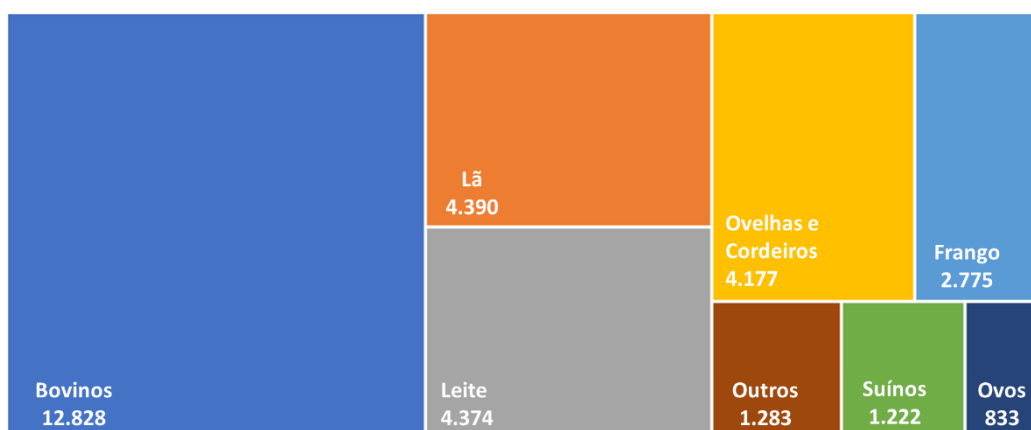
FIGURA 2. VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DAS LAVOURAS (AU\$ MILHÕES) – 2019



Fonte: ABARES.

No caso da pecuária, em 2019, a atividade gerou um faturamento de AU\$ 31,9 bilhões, sendo responsável por 51% do faturamento total da agropecuária australiana. Os principais produtos de origem animal do país são a criação de bovinos, representando 40% do VBP da pecuária, seguido pelos produtos lã e leite, com participação de 14% cada um deles.

FIGURA 3. VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA PECUÁRIA (AU\$ MILHÕES) – 2019

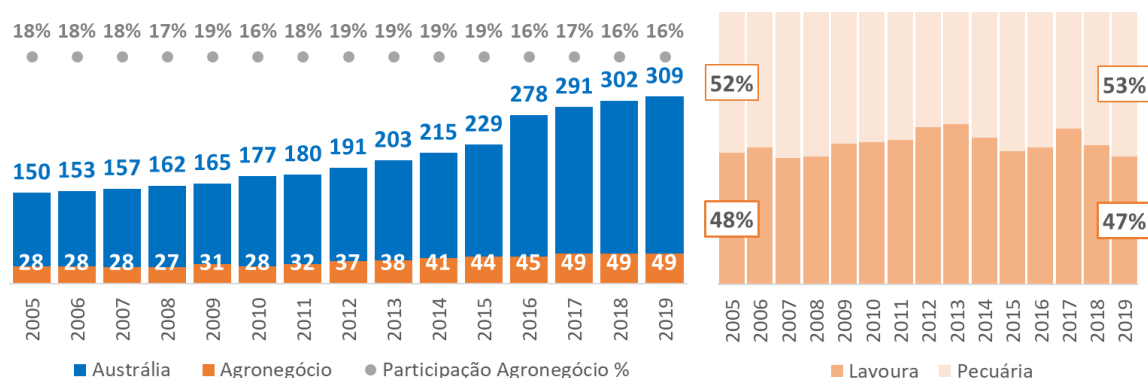


Fonte: ABARES.

Segundo o Departamento de Agricultura da Austrália (ABARES), o país exporta cerca de 70% do valor total da produção agropecuária, indicando que o setor é orientado para o mercado externo. Entre 2005 e 2019, o valor das exportações do setor cresceu a uma taxa média anual de 4,1%, passando de um total de AU\$ 28 bilhões para AU\$ 49 bilhões no mesmo período, sendo impulsionado por ambos os segmentos, lavoura e pecuária. Entretanto, o maior destaque foi para os produtos de origem animal, em que as exportações cresceram a uma taxa média de 4,3% ao ano, enquanto as exportações de produtos da lavoura cresceram a um ritmo de 3,9% ao ano. A atividade agropecuária representa 16% do total dos produtos exportados pelo país, sendo os produtos de origem vegetal e animal responsáveis por 47% e 53% do total das exportações do agronegócio, respectivamente.



FIGURA 4. EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES DE MERCADORIAS DA AUSTRÁLIA: TOTAL E AGRONEGÓCIO (AU\$ BILHÕES) E EVOLUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DA LAVOURA E DA PECUÁRIA NAS EXPORTAÇÕES DO AGRONEGÓCIO



Fonte: ABARES.

Apesar das exportações serem bastante significativas para o agronegócio australiano – são exportados cerca de 98% do total de lã e algodão produzidos no país, enquanto esse percentual chega a 71% para o trigo, 76% para a carne bovina, 41% para os laticínios e 18% para os produtos da horticultura (ABARES, 2020) –, o volume produzido no país não é grande o suficiente para influenciar os preços dessas commodities. Cabe ressaltar, no entanto, que a produção australiana é mundialmente reconhecida pela qualidade dos seus produtos, sustentabilidade nos processos produtivos e pelo cumprimento dos contratos.

No mercado internacional, a Austrália destaca-se como o segundo maior exportador de aveia, carne bovina e amêndoas, sendo responsável por 10% das exportações mundiais de aveia, 15% das exportações de carne bovina e 9% dos embarques totais de amêndoas. O país também é um ator relevante no mercado internacional de cevada e algodão, ocupando a terceira posição no ranking mundial de comercialização desses produtos.

FIGURA 5. RELEVÂNCIA DA AUSTRÁLIA NO MERCADO MUNDIAL DE PRODUTOS AGROPECUÁRIOS SELECIONADOS

Produto	Indicadores	Produção	Exportação	Produto	Indicadores	Produção	Exportação
Cevada (mi ton)	Mundo	139	25	Algodão (mi fardos 480 lb)	Mundo	122	41
	Austrália	8,8	3,7		Austrália	2,2	3,6
	Ranking	3	3		Ranking	8	3
	Participação	6%	15%		Participação	2%	9%
Aveia (mi ton)	Mundo	22,2	2,3	Carne bovina (mi ton)	Mundo	61,6	10,9
	Austrália	1,1	0,2		Austrália	2,3	1,6
	Ranking	4	2		Ranking	7	2
	Participação	5%	10%		Participação	4%	15%
Trigo (mi ton)	Mundo	731	174	Amêndoas (mil ton)	Mundo	1.347	804
	Austrália	18	9		Austrália	104	71
	Ranking	11	7		Ranking	3	2
	Participação	2%	5%		Participação	8%	9%

Fonte: USDA.

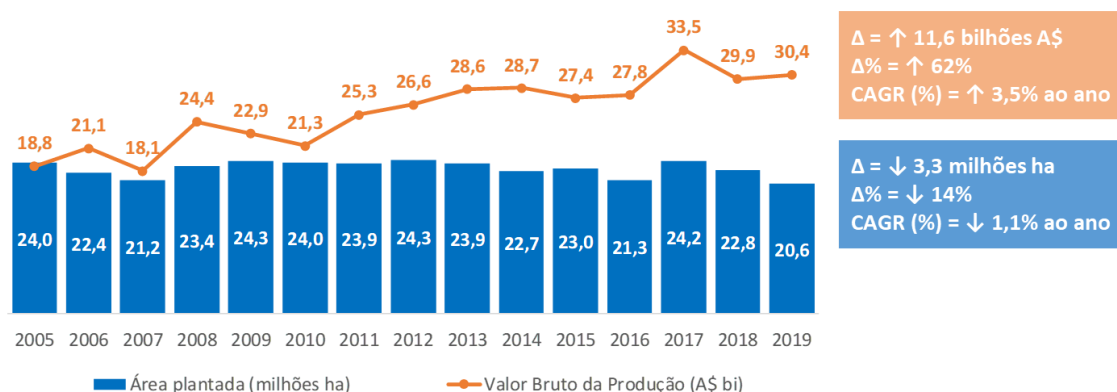
## 2. Crescimento e avanços da agricultura australiana 2005-2019

A agricultura australiana apresentou forte crescimento nos últimos anos, refletindo no avanço do faturamento do setor agrícola, o qual cresceu 62% entre 2005 e 2019, passando de um total de AU\$ 18,8 bilhões para AU\$ 30,4 bilhões no mesmo período, adicionando AU\$ 11,5 bilhões ao valor bruto da produção agrícola. Tal desempenho ocorreu mesmo sendo observado



um decréscimo de 3,4 milhões de hectares na área plantada total das lavouras, a qual decaiu 14% no mesmo período, chegando a um total de 20,6 milhões de hectares em 2019 devido ao período de seca que atingiu o país. Em condições normais, a Austrália costuma cultivar cerca de 24 milhões de hectares por ano.

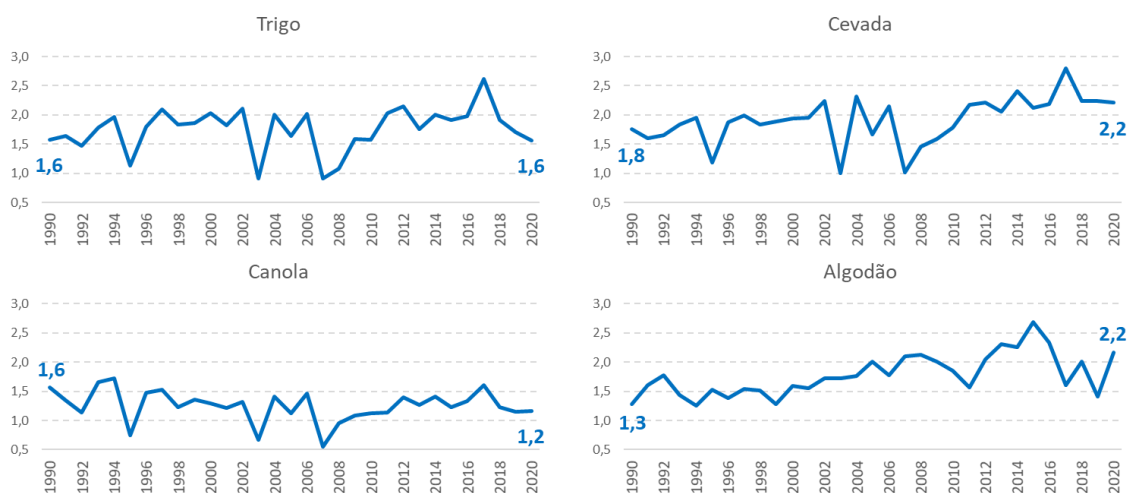
FIGURA 6. EVOLUÇÃO DO TOTAL DE ÁREA PLANTADA (MILHÕES HECTARES) E VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA AGRICULTURA (AU\$ BILHÕES) NA AUSTRÁLIA



Fonte: ABARES.

Apesar do faturamento da agricultura australiana apresentar crescimento nos últimos anos, tais avanços não foram obtidos exclusivamente pelo aumento da produtividade, uma vez que algumas culturas apresentaram queda no rendimento ao longo dos anos. Esse é o caso da canola, que passou de uma produtividade média de 1,6 para 1,2 toneladas por hectare entre 1990 e 2020. Entre as principais culturas, apenas cevada e algodão obtiveram aumento de produtividade, apresentando crescimento médio de 0,8% e 1,8% ao ano, respectivamente. Quanto ao trigo, a produtividade da cultura de 2020 permaneceu no mesmo patamar do observado em 1990. É importante destacar que, dada as condições edafoclimáticas da Austrália, a produtividade média das culturas é bastante volátil, apresentando forte variação ao longo dos anos observados.

FIGURA 7. EVOLUÇÃO DA PRODUTIVIDADE DAS PRINCIPAIS CULTURAS NA AUSTRÁLIA (TONELADAS/HECTARE)

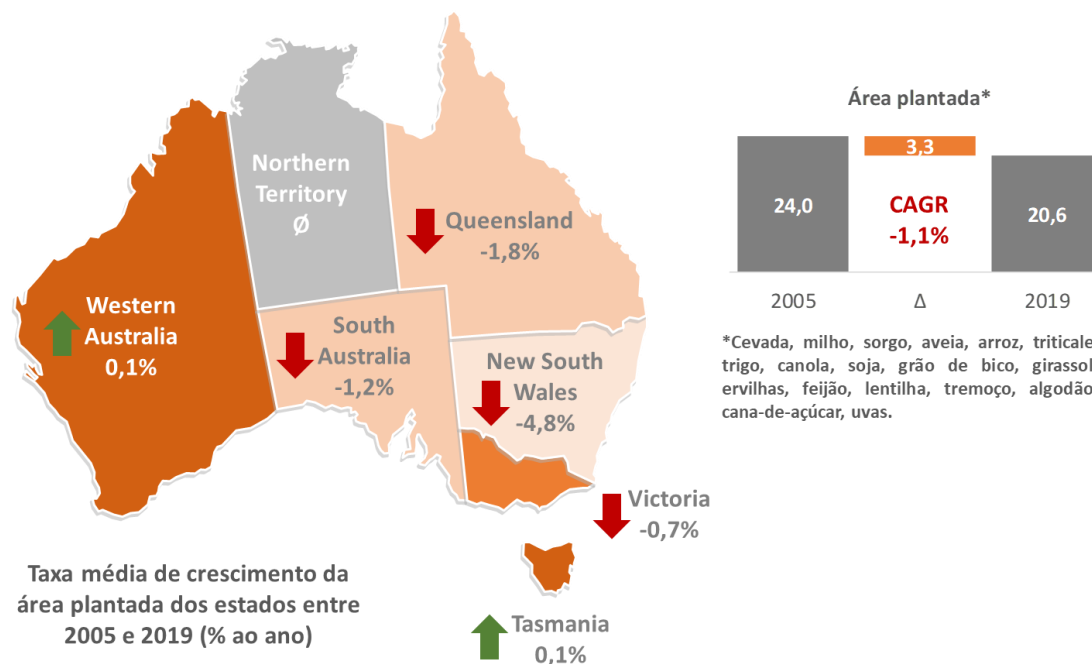


Fonte: ABARES.



Sob a ótica regional, todos os estados australianos foram impactados de alguma forma pelo período de seca, o que levou à redução de área em Queensland, South Australia, Victoria e New South Wales (região que concentra 20% da área plantada na Austrália). No mesmo período, a área plantada permaneceu estável em Western Australia, região responsável por 42% da área plantada no país (Figura 8 e Tabela 1).

FIGURA 8. EXPANSÃO DA ÁREA PLANTADA NA AUSTRÁLIA POR ESTADO (%) E EXPANSÃO DA ÁREA PLANTADA NO PAÍS (MILHÕES HECTARES)



Fonte: ABARES.

TABELA 1. ÁREA PLANTADA NA AUSTRÁLIA POR ESTADO (MILHÕES HECTARES)

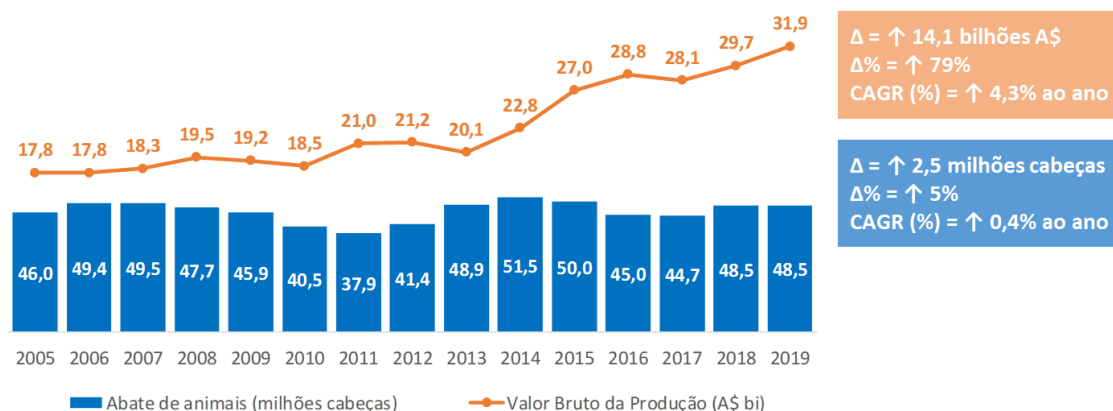
Região	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	Participação Região (%) - 2019
Western Australia	7,9	8,3	8,3	7,7	8,3	7,7	8,6	42%
South Wales	7,1	6,6	6,0	5,9	6,9	6,2	3,8	19%
South Australia	4,0	3,8	3,6	3,1	3,8	3,5	3,6	17%
Victoria	3,2	3,5	3,3	2,9	3,2	3,4	3,1	15%
Queensland	1,8	1,7	1,7	1,7	2,0	2,0	1,5	7%
Tasmania	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0%
Northern Territory	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>24,0</b>	<b>24,0</b>	<b>23,0</b>	<b>21,3</b>	<b>24,2</b>	<b>22,8</b>	<b>20,6</b>	<b>100%</b>

Fonte: ABARES.

### 3. Crescimento e avanços da pecuária australiana 2005-2019

No caso da pecuária, o faturamento do setor cresceu a uma taxa média de 4,3% ao ano entre 2005 e 2019, passando de AU\$ 17,8 bilhões para AU\$ 31,9 bilhões entre os anos analisados, sendo adicionados AU\$ 14,1 bilhões. No mesmo período, o abate de animais, considerando bovinos, cordeiros e ovelhas, avançou 0,4% ao ano no país, saindo de um total de 46,0 milhões de cabeças, em 2005, para 48,5 milhões de cabeças em 2019.

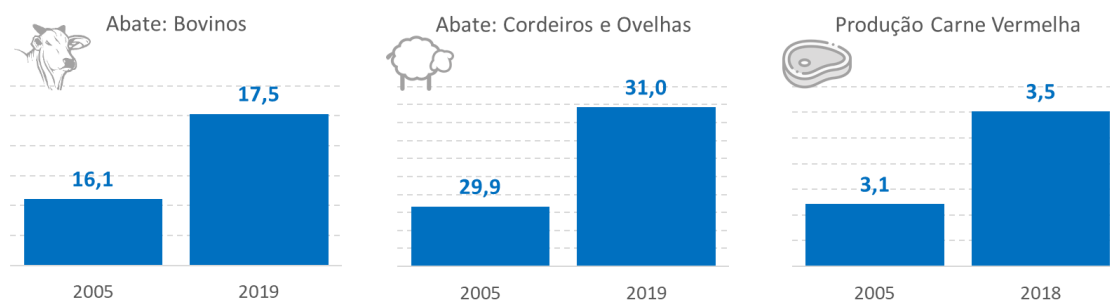
FIGURA 9. EVOLUÇÃO DO TOTAL DE ABATE DE ANIMAIS – BOVINOS, CORDEIROS E OVELHAS – (MILHÕES DE CABEÇAS) E VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA PECUÁRIA (AU\$ BILHÕES) NA AUSTRÁLIA



Fonte: ABARES.

Entre 2005 e 2018<sup>2</sup>, a produção de carne vermelha na Austrália – considerando bovinos, cordeiros e ovelhas – cresceu a uma taxa média de 0,8% ao ano, passando de um total de 3,1 milhões de toneladas, em 2005, para 3,5 milhões de toneladas em 2018. A produção de carne cresceu a um ritmo mais acelerado que o abate de animais, indicado melhora na produtividade do setor. O abate de bovinos apresentou um crescimento médio de 0,6% ao ano entre 2005 e 2019, passando de 16,1 para 17,5 milhões de cabeças. Já o abate de cordeiros e ovelhas cresceu a um ritmo de 0,3% ao ano no mesmo período, passando de um total de 29,9 para 31,0 milhões de cabeças.

FIGURA 10. ABATE DE BOVINOS, CORDEIROS E OVELHAS (MILHÕES DE CABEÇAS) E PRODUÇÃO DE CARNE EM PESO TOTAL DE CARCAÇAS: CARNE VERMELHA (MILHÕES DE TONELADAS)



Fonte: ABARES.

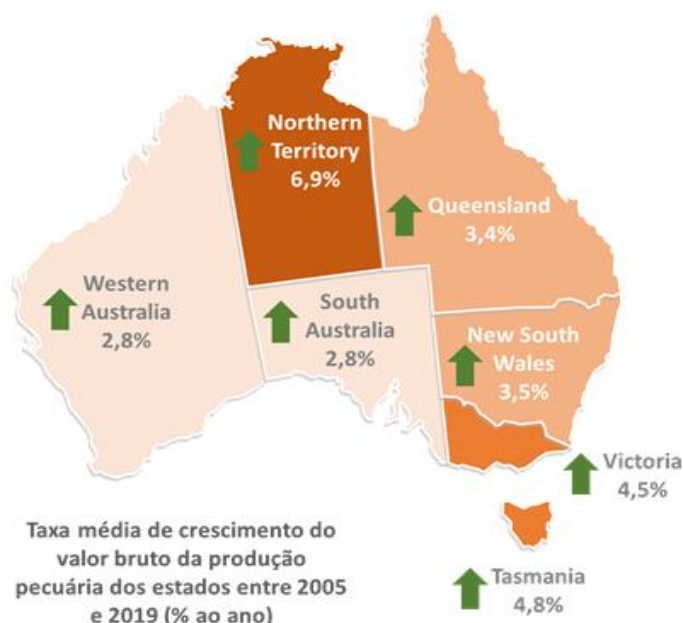
O avanço da pecuária ocorreu de forma positiva em todo o território australiano, sendo o Northern Territory o estado a apresentar a maior taxa de crescimento do faturamento da atividade no país. O VBP da pecuária no estado praticamente dobrou entre 2005 e 2019, porém a região representa apenas 2% do faturamento total da atividade. Por outro lado, Victoria, Queensland e New South Wales, os estados mais relevantes em termos de valor bruto da produção pecuária – esses estados representam 32%, 25% e 22% do VBP da pecuária –, também apresentaram

<sup>2</sup> Último dado disponibilizado pela ABARES.



crescimento relevante, com avanços na ordem de 67%, 51% e 52% ao ano, respectivamente (Figura 11 e Tabela 2).

FIGURA 11. EXPANSÃO DO VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA PECUÁRIA NA AUSTRÁLIA POR ESTADO (%)



Fonte: ABARES.

TABELA 2. VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO DA PECUÁRIA NA AUSTRÁLIA POR ESTADO (AU\$ BILHÕES)

Região	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019	Participação Região (%) - 2019
Victoria	5,2	5,5	8,2	8,5	7,8	8,9	10,2	32%
Queensland	4,6	4,4	6,6	7,6	7,4	6,9	7,8	25%
South Wales	4,1	4,2	5,9	6,4	6,2	6,5	7,1	22%
Western Australia	1,8	1,8	2,3	2,7	2,9	3,0	2,8	9%
South Australia	1,3	1,7	2,4	2,7	2,8	2,7	2,1	7%
Tasmania	0,5	0,5	0,9	1,0	0,5	1,0	1,1	3%
Northern Territory	0,3	0,3	0,8	0,0	0,5	0,5	0,7	2%
<b>Total</b>	<b>17,8</b>	<b>18,5</b>	<b>27,0</b>	<b>28,8</b>	<b>28,1</b>	<b>29,7</b>	<b>31,9</b>	<b>100%</b>

Fonte: ABARES.

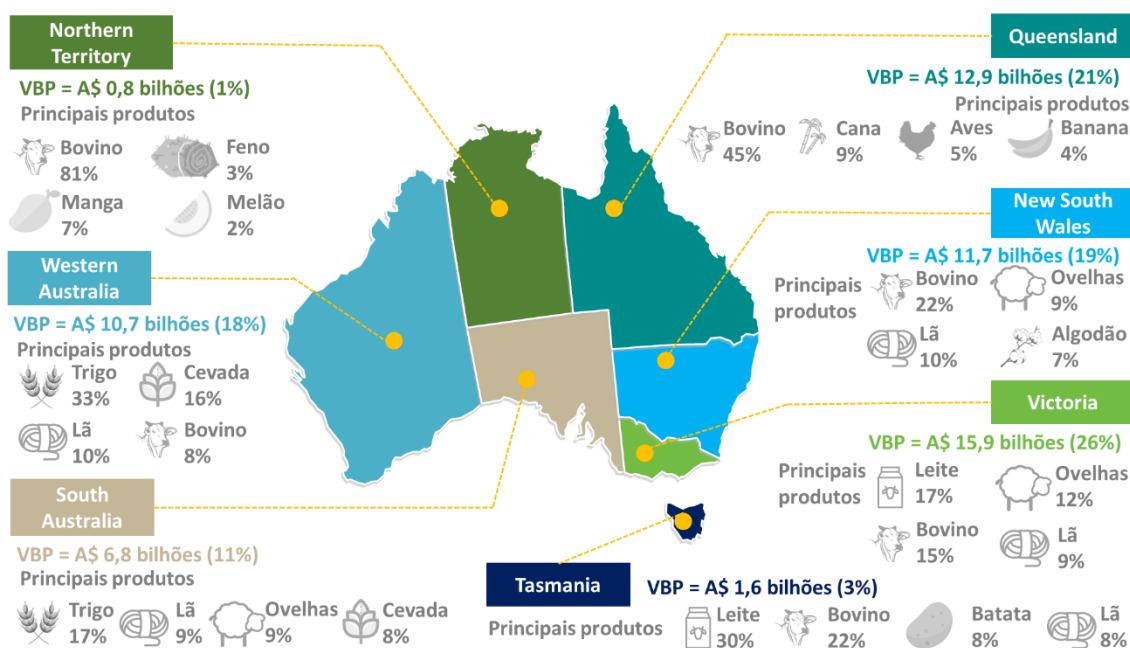
#### 4. Características regionais da atividade agropecuária na Austrália

A distribuição da produção agropecuária na Austrália é determinada pela caracterização climática da região. A atividade pecuária ocorre de forma generalizada pelo território do país, enquanto a atividade agrícola concentra-se em áreas próximas à costa, onde tem-se um clima mais favorável para as lavouras.

O sistema tradicional de grandes fazendas de produção de trigo e ovelhas é distribuído de maneira uniforme entre regiões dos estados de New South Wales, Victoria, South Australia e Western Australia. O estado de Western Australia é responsável por 55% do VBP de trigo produzido no país, enquanto Victoria representa 46% do VBP da criação de ovelha. Concomitantemente, Victoria é responsável por 33% do faturamento da produção de lã no país.

No caso dos bovinos, Queensland, New South Wales e Victoria produzem a maior parte da carne bovina da Austrália, sendo responsáveis por 45%, 20% e 18% do faturamento total do segmento.

FIGURA 12. VALOR BRUTO DA PRODUÇÃO POR ESTADO E PRINCIPAIS PRODUTOS PRODUZIDOS



Fonte: Elaborado com base nos dados da ABARES.

A produção de cevada – segundo produto mais importante da agricultura em termos de valor bruto da produção – localiza-se, majoritariamente, em Western Australia, representando 55% do faturamento total da cadeia. Já a produção de cana-de-açúcar ocorre, quase exclusivamente, no estado de Queensland (94% do valor gerado pelo setor concentra-se nesse estado), o qual apresenta características climáticas tropicais, enquanto o algodão é produzido tanto em New South Wales como em Queensland, em que os estados representam 75% e 25% do faturamento total do produto, respectivamente.

As frutas tropicais – com destaque a produção de manga e banana –, são cultivadas nas regiões mais ao norte do país, dada as características tropicais da região. Queensland concentra 95% do faturamento total do cultivo de bananas e 53% do cultivo de manga, enquanto Northern Territory é responsável por 42% do faturamento total da produção de mangas.

## 5. Fatores de sucesso do agronegócio australiano

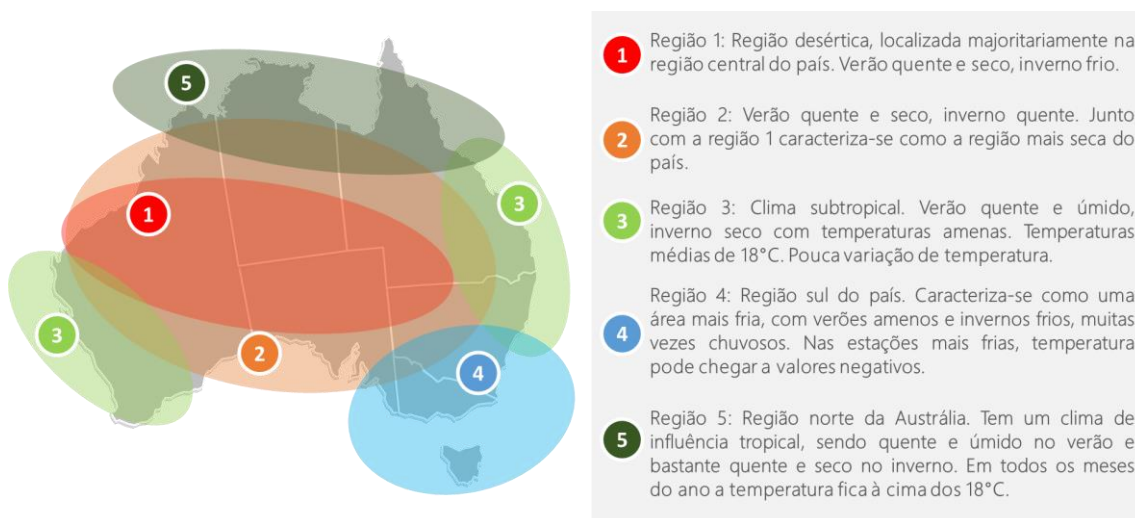
A Austrália é considerada um dos países mais secos do mundo, sendo grande parte de seu território formada por região desértica. O país é caracterizado por apresentar variabilidade climática significativa, e apesar desse contexto, a Austrália tem conseguido obter avanços no setor agropecuário ao longo dos anos. As condições climáticas do país exigiram dos produtores rurais e do governo australiano o desenvolvimento e adoção de novas tecnologias capazes de gerenciar o risco causado tanto pelas questões climáticas, como também a variabilidade dos preços internacionais das commodities.

Diante de tal fato, a Austrália passou a investir continuamente em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), tornando o país pioneiro no desenvolvimento e adoção de técnicas que buscam o aumento de eficiência da produção agropecuária gerenciando os riscos climáticos. Além de tornar rotineiro o uso das técnicas no campo, a Austrália conseguiu tornar-se referência no



fornecimento de soluções para a produção agropecuária, sendo tal tecnologia adotada por produtores rurais de outros países. Isso foi fundamental para que o país prosperasse no setor.

FIGURA 13. CARACTERIZAÇÃO CLIMÁTICA DA AUSTRÁLIA



Fonte: Elaborado com base nos dados de Bureau de Meteorologia.

Além disso, o contexto climático desafiador exigiu dos agricultores o uso consciente e eficiente dos insumos – como é o caso dos fertilizantes e agroquímicos – buscando minimizar ao máximo o custo de produção, uma vez que, no geral, a produtividade alcançada não justifica elevados índices de investimento em insumos agrícolas. Entre 2005 e 2018, o uso de fertilizante, em termos de nutriente, apresentou um crescimento de 13% (0,9% ao ano), passando de um consumo de 2,2 milhões de toneladas para 2,5 milhões de toneladas de nutriente (IFA, 2020). Dessa forma, os produtores australianos tornaram-se referência mundial ao considerar a produtividade da agricultura por milímetro de recurso hídrico ou por unidade de fertilizante, tornando o agronegócio australiano bastante competitivo nos mercados globais (Australian Farm Institute, 2014<sup>3</sup>).

Outro fator que contribuiu de forma preponderante para o sucesso da agricultura australiana é o ambiente institucional. A atividade agrícola da Austrália é considerada pouco subsidiada quando comparada a seus principais concorrentes. Se por um lado, tal fato pode se caracterizar como negativo em momentos de dificuldade para os agricultores, esse ambiente ajudou no desenvolvimento de um setor altamente eficiente e inovador.

De forma geral, tanto os fatores institucionais como os fatores climáticos e de disponibilidade de recursos obrigaram os produtores australianos a buscarem eficiência contínua na produção, para assim conseguirem competir no mercado internacional. A partir disso, o país buscou alternativas que permitissem a redução dos custos, sejam tais soluções encontradas em diversos segmentos, tendo como exemplo a logística e infraestrutura do país e o desenvolvimento de instituições de pesquisa e inovação – em um contexto fora das propriedades agrícolas – e o gerenciamento do uso de insumos e a busca de técnicas mais eficientes, dentro das propriedades rurais.

<sup>3</sup> Australian Farm Institute. <https://www.farminstitute.org.au/optimising-australian-agricultures-comparative-advantages/>



**CAPÍTULO 3:****O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO ESTÁ MAIS FORTE DO QUE NUNCA: O QUE ISSO SIGNIFICA PARA A AUSTRÁLIA? <sup>1</sup>***Greg Wallis <sup>2</sup>*

O agronegócio representa quase metade de todas as exportações brasileiras e é responsável por quase um quarto do PIB no país. Para contextualizar, na Austrália - outra potência agrícola - a agricultura representa apenas 2,7% do PIB.

Apesar dos enormes desafios apresentados pela pandemia em 2020, o agronegócio brasileiro se mostrou um setor extraordinariamente resistente. A produção agropecuária atingiu níveis recordes, e o setor cresceu em relação a 2019. Segundo a Confederação Nacional da Agricultura e Pecuária (CNA), o valor bruto da produção agropecuária nacional tem previsão de alcançar R\$ 806,6 bilhões (US\$ 155,4 bilhões) em 2020, 11,5% a mais que no ano anterior. Além disso, observa-se um aumento contínuo e significativo da demanda internacional por produtos agrícolas brasileiros. Em 2020 o Brasil exportou volumes recordes de commodities agrícolas para a China, impulsionado pela maior demanda por soja e proteína animal e pela desvalorização do real perante outras moedas.

É provável que, na economia global pós-coronavírus, o comércio de alimentos essenciais e produtos agrícolas seja mais resistente do que o comércio de bens de consumo ou outras commodities, como aço, cobre ou minério de ferro.

O que isso significa para a Austrália? Três coisas.

Em primeiro lugar, o Brasil é um competidor cada vez mais relevante da Austrália em exportações agrícolas para a Ásia, especialmente de carne bovina. Embora o público-alvo de cada país seja diferente e a carne bovina australiana tenha preços mais altos, a carne bovina brasileira está prestes a ganhar mais reconhecimento entre os consumidores da Ásia. O Brasil já é o maior fornecedor de carne para a China, seguido pelo Uruguai, Argentina e Austrália. Segundo dados da Secex, em 2020 (até novembro), houve um aumento superior a 100% nas exportações de carne bovina do Brasil para a China, saltando de 410 mil toneladas para 780 mil toneladas. Com relação às aves, houve um crescimento de 20%, chegando a 615 mil toneladas, enquanto as importações de carne suína brasileira pela China foram de 468 mil toneladas, um aumento de 150% com relação ao mesmo período do ano anterior.

Nos últimos anos, o Brasil aumentou seu marketing internacional, o que foi intensificado devido à queda de barreiras comerciais em países preocupados com a possível escassez de alimentos durante a pandemia do coronavírus. Recentemente a JBS, Marfrig Global Foods, Minerva Foods e dois outros frigoríficos brasileiros receberam aprovação para exportar carne bovina para a Tailândia. O Brasil garantiu acesso de 48 produtos agrícolas em 21 países desde 2019, incluindo carne bovina para os EUA, frutas, frutos do mar e laticínios para a China, frutos do mar para a Coreia, frango para a Índia, gado vivo para a Malásia e vários produtos para a Indonésia, Japão e Cingapura.

<sup>1</sup> Publicado em 4 de junho de 2020. <https://www.linkedin.com/pulse/brazilian-agribusiness-stronger-than-ever-what-does-mean-greg-wallis/>

<sup>2</sup> Cônsul Geral da Austrália e Comissário Sênior da Comissão Australiana de Comércio e Investimento (Austrade). Agradecimento à colaboração de Fabio Nave, Diretor de Investimento, Austrade São Paulo



Em segundo lugar, o tamanho e a diversidade do setor agrícola brasileiro apresentam oportunidades contínuas para os exportadores australianos em fertilizantes e produtos químicos, genética animal, máquinas agrícolas, robótica e agtechs. O Brasil possui uma sofisticada e abrangente indústria de agtechs, com mais de 1.100 empresas locais e três grandes polos, além do o setor receber tecnologia estrangeira, especialmente voltada para a cadeia produtiva do agro no Brasil (bovinos, suínos, frangos, açúcar, algodão, soja, milho, laranja, café). A parceria com um dos polos nos estados de São Paulo, Paraná ou Mato Grosso é uma ótima maneira de se expor aos grandes produtores e aos desafios e necessidades da tecnologia agrícola no Brasil, e a Austrade pode fazer essas apresentações para as empresas australianas interessadas.

Em terceiro lugar, os principais produtores brasileiros de grãos e proteína animal e empresas do setor agrícola expandiram suas operações internacionalmente nos últimos anos. A lucratividade de seus negócios atuais e o risco que um mercado política e economicamente volátil acarreta estão impulsionando essa expansão. A experiência do Brasil no desenvolvimento de regiões de fronteira agrícola, especialmente em áreas tropicais, é uma lição a ser aprendida no norte da Austrália. Por isso, há um grande interesse em desenvolver o norte do país a partir da presença de grupos brasileiros (e argentinos, que já realizaram três investimentos no norte da Austrália). Esses grupos observam a crescente demanda por produtos premium dos consumidores asiáticos e arrendam terras de pastagem para produção agrícola. Seu interesse em investir na agricultura no norte da Austrália é um fator importante que contribui para a realização do plano de desenvolvimento dessa região, o que os australianos há muito almejam.

O Brasil pode estar passando por um período econômico complicado, agravado pela crise com a pandemia global de COVID-19, mas, em termos agrícolas, definitivamente não está fora do jogo. Para empresas agrícolas e exportadoras australianas, há grandes lições a serem aprendidas e oportunidades a serem exploradas no país

## PARTE 2: OPORTUNIDADES NO COMÉRCIO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS



## CAPÍTULO 4:

# PANORAMA DO COMÉRCIO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS ENTRE BRASIL E AUSTRÁLIA

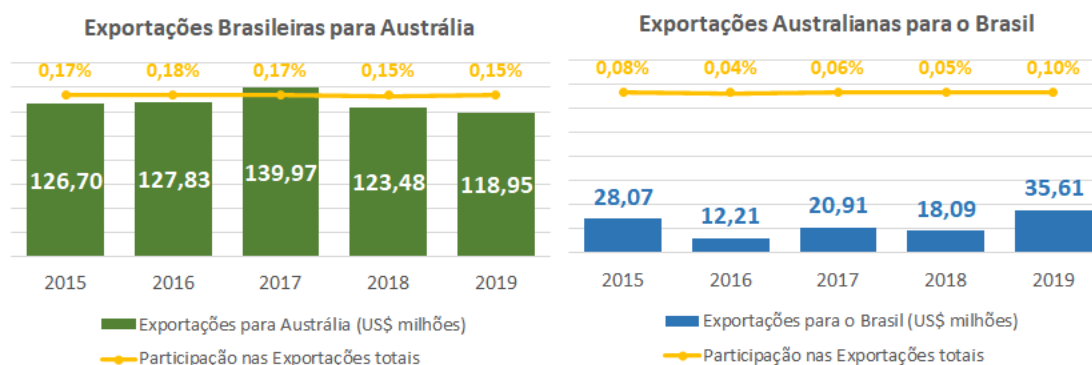
*Débora Simões*

De acordo com os dados da Organização Mundial do Comércio – OMC, o comércio mundial de produtos agrícolas movimentou US\$ 1,78 trilhão em 2019, um crescimento de 14% quando comparado ao montante de US\$ 1,56 trilhão registrado em 2015. Neste contexto, tanto Brasil quanto a Austrália possuem um papel de destaque, ocupando posições de liderança entre os principais exportadores de produtos agrícolas, tanto em valores absolutos quanto em valores líquidos (já descontando as importações).

Atualmente o Brasil é o terceiro maior exportador de alimentos no mundo e representa 5,0% das vendas mundiais, atrás apenas da União Europeia (35,9%) e dos EUA (9,2%). Ao considerar, as exportações líquidas, no entanto, o país assume a liderança com um superávit de US\$ 77,3 bilhões. Já a Austrália ocupa a 11ª posição entre os maiores exportadores mundial e o 8º lugar em termos de exportações líquidas, com um superávit de US\$ 17,9 bilhões. Vale ressaltar que a posição da Austrália no ranking foi afetada pela quebra de produção no país devido ao ciclo de seca que se iniciou em 2017 (OMC, 2020).

Do ponto de vista bilateral, no entanto, Brasil e Austrália não são considerados grandes parceiros comerciais. Os dados de comércio de produtos agrícolas do ITC<sup>1</sup> mostram que a Austrália representa apenas 0,15% das exportações brasileiras do agronegócio, valor que permaneceu praticamente estável entre 2015 e 2019. Da mesma forma, as exportações para o Brasil equivalem a cerca de 0,10% das vendas australianas no mercado internacional. Ao todo, as transações entre os dois países somam US\$ 154,5 milhões (Figura 1).

FIGURA 1. EVOLUÇÃO DAS TRANSAÇÕES COMERCIAIS ENTRE BRASIL E AUSTRÁLIA NO AGRONEGÓCIO (US\$ MILHÕES)



Fonte: ITC<sup>2</sup>

Além da distância e até um certo “desconhecimento” entre os países, tanto a Austrália quanto o Brasil possuem seus parceiros prioritários que movimentam volumes mais expressivos de seus produtos e acabam se tornando o foco das políticas e ações de promoção de exportação dos dois países.

<sup>1</sup> Para este estudo produtos agrícolas foram definidos considerando o código HS de 1 a 24 e incluindo os grupos 51 e 52. Esses valores podem diferir dos utilizados como base nos dados da OMC.

<sup>2</sup> Considera os grupos de produtos listados acima.



Isso não significa, porém, que não existam oportunidades comerciais para o comércio de produtos agrícolas entre os dois países, principalmente quando se busca uma estratégia de diversificação de fornecedores e compradores para alguns produtos. Analisando os dados das balanças comerciais brasileiras e australianas, o perfil da produção agrícola dos países bem como a percepção de representantes desses países, foi possível identificar 4 grupos de produtos com potencial de estreitar as relações comerciais entre Brasil e Austrália: castanhas, cafés (com foco nos produtos especiais, de alta qualidade), cevada, malte e trigo.

A lista de oportunidades aqui identificadas não é – e nem pretende ser – exaustiva. O foco dessa publicação é oferecer um norte para alguns segmentos visando difundir o conhecimento e oportunidades de parcerias que possam existir entre os dois países, oferecendo informações iniciais que possam ajudar iniciativas de políticas de promoção e empresas que buscam diversificar seus mercados. Os produtos escolhidos buscaram privilegiar a produção agrícola (produtos primários), sendo que estudos adicionais podem ser feitos para avaliar os potenciais para outros produtos alimentares como bebidas, bolachas, snacks e outros alimentos preparados.

As seções seguintes exploram os detalhes para cada um dos quatro grupos de produtos selecionados. Os textos estão organizados para oferecer um histórico recente do comércio entre Brasil e Austrália em cada setor, identificar os principais concorrentes no fornecimento desses produtos, avaliar questões de competitividade e acesso a mercado e, por fim, traçar uma perspectiva para a parceria entre os dois países sintetizando as oportunidades e desafios para que ela se concretize.



## OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS CAPÍTULO 5:

# CAFÉ: FORTALECENDO A IMAGEM NO MERCADO DE PRODUTOS ESPECIAIS E ORGÂNICOS

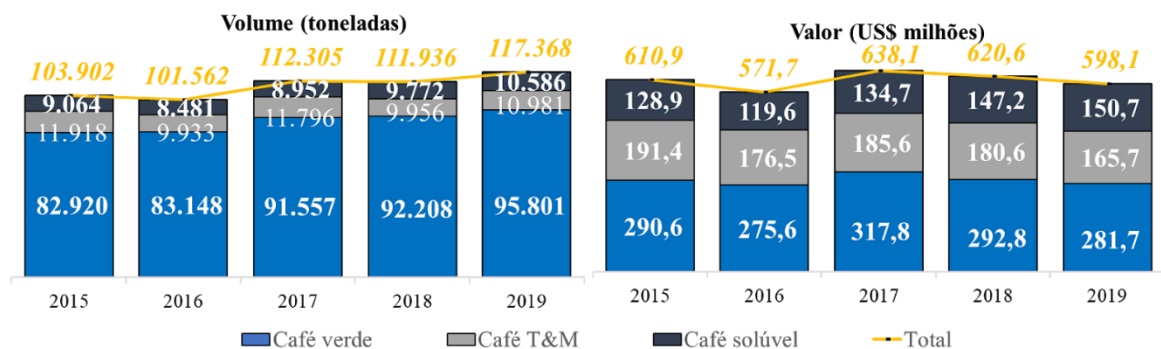
Heloisa Melo, Larissa Liane Heidorn

## 1. Introdução: Panorama do Mercado de Café

O café é o principal produto agrícola vegetal importado pela Austrália e representa 24% do valor total das importações dessa categoria de produtos<sup>1</sup>. O mercado australiano de café incluindo café verde, torrado e moído (T&M), e solúvel (descafeinados ou não) – movimentou US\$ 598,1 milhões (117,4 mil toneladas) em 2019. A totalidade do consumo australiano é suprida por meio de exportações uma vez que a produção de café em volumes comerciais é praticamente inexistente no país<sup>2</sup>. Esse volume posiciona o país como o 15º maior mercado consumidor do mundo, mas com uma participação de apenas 1,19% (FAS/USDA, 2020).

O café verde é o mais importado pelo país, representando 82% do volume total em 2019, seguido pelos cafés T&M e solúvel com 9% das importações cada<sup>3</sup>. Em termos monetários, contudo, a representatividade do café verde reduz para 47%, a do torrado e moído passa para 28%, e a do solúvel para 25%, uma vez que os dois últimos são produtos que apresentam maior valor por terem passado por uma ou mais etapas de transformação (Figura 1).

FIGURA 1. IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE CAFÉ



Fonte: ITC.

Entre 2015 e 2019, o mercado australiano de cafés em volume cresceu 13%, o que corresponde a uma taxa média de crescimento de 3,1% ao ano. Nesse período, as importações de café solúvel aumentaram 17% (4,0% ao ano), seguidas das de café verde com crescimento de 16% (3,7% ao ano). Por outro lado, em termos monetários, as importações de café em geral

<sup>1</sup> Categoria de produtos vegetais, não incluso produtos das indústrias alimentares.

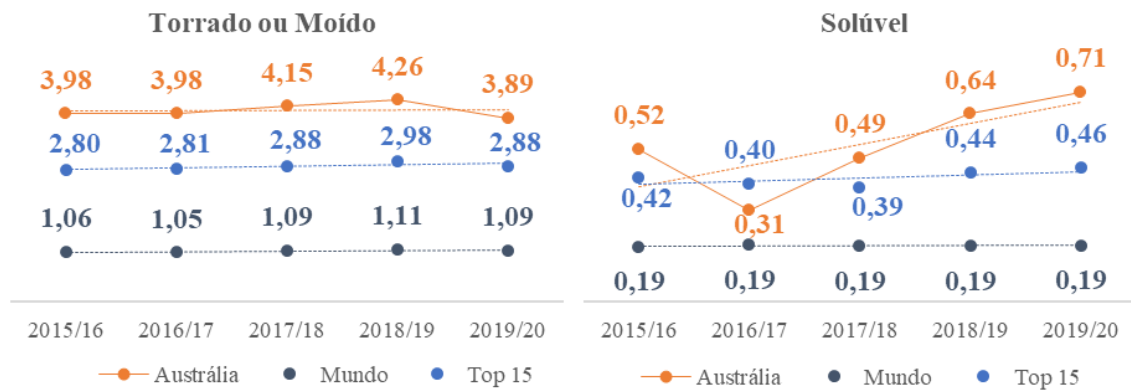
<sup>2</sup> Segundo a Agrifutures (2020), há cerca de 350 hectares destinados à produção de café na Austrália. Esse montante nem é computado por órgãos internacionais. Ver matéria: <https://www.agrifutures.com.au/farm-diversity/coffee/#:~:text=Coffee%20production%20in%20Australia%20is,total%20of%20300%E2%80%93350%20hectares>.

<sup>3</sup> A maior participação do café verde nas importações é um padrão repetido pelos demais países tradicionais no consumo de café, tais como países da América do Norte e Europa, onde o processo de torra e moagem é feita pela indústria local. Em grande parte desse grupo de países há a reexportação do café, isto é, o café verde é beneficiado no país importador e posteriormente exportado. Um exemplo dessa dinâmica seria a Alemanha, que depois do Brasil, é o maior exportador de café mundial.

reduziram 2% de 2015 para 2019 (-0,5% ao ano). Essa queda se deu por dois fatores: redução dos volumes importados em 2016 e 2018; e devido à queda dos preços no mercado internacional que pressionou negativamente o preço FOB de exportação.

O consumo per capita de café na Austrália é um dos maiores do mundo, tanto para o produto torrado e moído como para o solúvel (utilizado não apenas para consumo doméstico, mas também no preparo de bebidas à base de cafeína). A tendência é de crescimento do consumo, uma vez que o decréscimo verificado no último ano se deve aos impactos da pandemia do Covid-19 e foi observado em outros países consumidores.

FIGURA 2. CONSUMO PER CAPITA DE CAFÉ NA AUSTRÁLIA (KG).



Fontes: FAS/USDA e Banco Mundial.

Além de ser um mercado com altos índices de consumo per capita, a Austrália é considerada um dos mercados de café mais sofisticados, sendo um dos maiores compradores de cafés especiais e de café orgânico no mundo. Os consumidores australianos buscam maior qualidade e mais transparência na forma como as marcas mostram a história dos processos de origem, produção e torrefação de seus grãos de café. Como exemplos das características peculiares do mercado australiano, a Lavazza recentemente escolheu a Austrália para lançar seu novo grão de café orgânico Terra-bio (Euromonitor, 2019)<sup>4</sup>.

A sofisticação do mercado de café na Austrália tem relação direta na procura por cafés especiais, com certificados e selos de indicação geográfica. Esse mercado de cafés especiais tem crescido bastante no Brasil, e num histórico recente podemos listar diversas iniciativas no Brasil, tais como os selos de Indicação Geográfica (IG) e procedência dos cafés do Cerrado de Minas Gerais, Alta Mogiana São Paulo, Norte Pioneiro do Paraná, entre outros. O programa ‘Cafés do Brasil’ ou ‘Brazilian Coffee’, garante que cada saca de 60 kg exportada seja rotulada corretamente com a origem regional. E esse trabalho nas regiões produtoras tem trazido resultados para muitos cafeicultores, especialmente ao facilitar as oportunidades para que eles negociem diretamente com torrefadores e cafeterias internacionalmente.

O Brasil é o principal fornecedor de café para o mercado australiano e a quantidade de café brasileiro importado pela Austrália aumentou entre 2015 e 2019 a uma taxa de 9,7% ao ano, atingindo cerca de 22 mil toneladas em 2019. O Brasil exporta majoritariamente café verde, o qual representou 95,7% do volume e 88,6% do valor comercializado internacionalmente pelo país

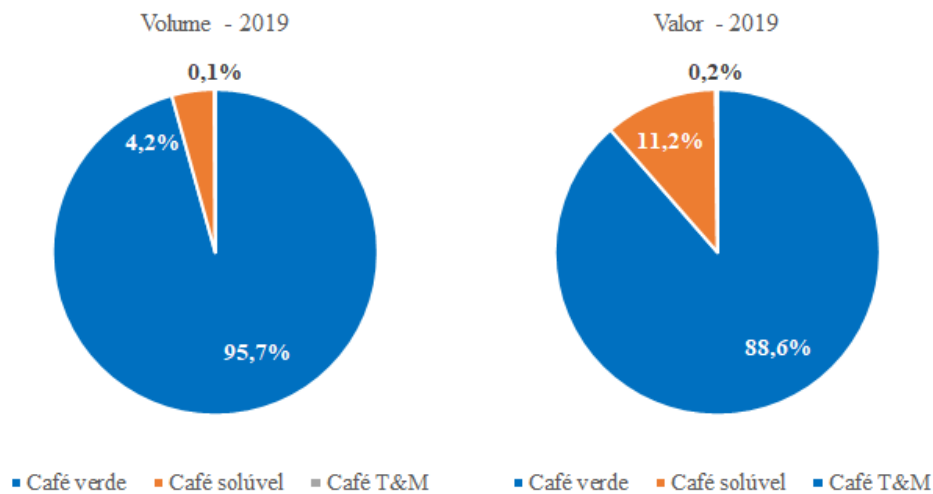
<sup>4</sup> <https://www.euromonitor.com/coffee-in-australia/report>



em 2019. Em seguida, aparece o café solúvel – com uma participação de 4,2% em volume e 11,2% em valor – e, por último, o café torrado, com participação quase nula (Figura 3).

Fatores políticos e econômicos levaram o Brasil a ter esse padrão de trade focado na exportação de café verde. Até o início do século 20 o café era a principal fonte de riqueza do país e isso criou uma grande dependência para a balança comercial brasileira. Enquanto o Brasil exportava o café verde, grandes mercados internacionais foram estabelecidos através do beneficiamento final. Até os dias atuais um limitante para crescimento do mercado de café solúvel do Brasil é a impossibilidade de uso do mecanismo de drawback, isto é, um incentivo à exportação que implica na suspensão ou isenção dos tributos incidentes na aquisição de mercadoria utilizada na industrialização de produto exportado ou a exportar.

FIGURA 3. EXPORTAÇÃO BRASILEIRA DE CAFÉ POR TIPO DE PRODUTO



Fonte: ITC

Considerando as particularidades do mercado australiano e as características da oferta brasileira de café, o grande potencial para estreitar ainda mais a relação entre os dois países concentra-se no comércio de café verde, buscando também abrir espaço para o crescimento do Brasil no nicho de cafés especiais<sup>5</sup>.

## 2. Café verde: Características e Oportunidades de Mercado

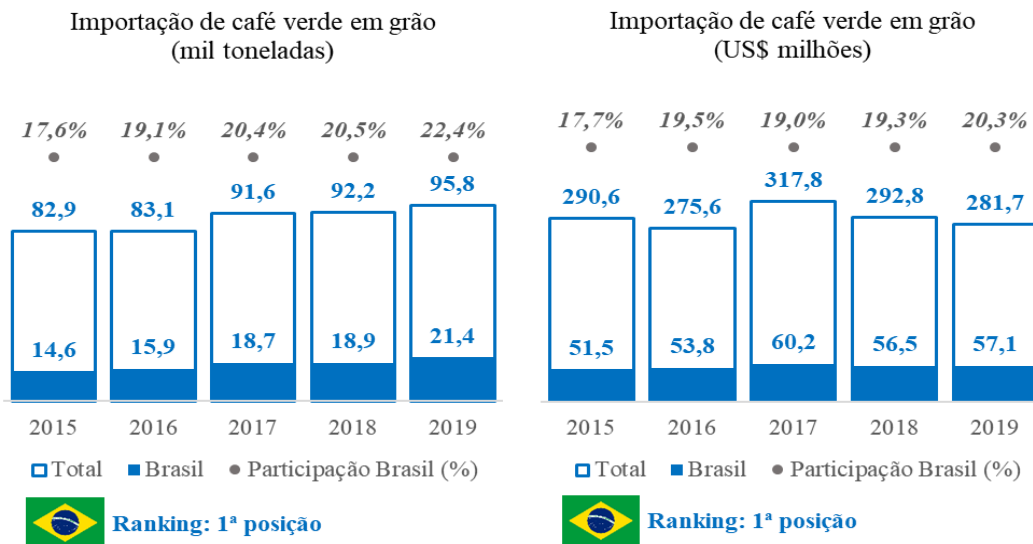
### 2.1 Panorama sobre o comércio de café verde entre Austrália e Brasil

Em 2019, a Austrália importou um total de 95,8 mil toneladas de café verde, representando um valor de US\$ 281,7 milhões. Entre 2015 e 2019, as compras internacionais desse produto pelo país cresceram 15,6% (3,7% ao ano), resultando em 12,9 mil toneladas a mais (Figura 4). Em termos monetários, o valor importado reduziu de US\$ 290,6 milhões em 2015 para US\$ 281,7 milhões em 2019 como reflexo dos preços mais baixos no mercado internacional.

<sup>5</sup> Embora a Austrália importe café torrado e moído, esse mercado não apresenta tendência de crescimento. Além disso esse produto tem uma representatividade bastante baixa nas exportações brasileiras. Já no que tange os cafés solúveis, a impossibilidade do uso do mecanismo de drawback limita o crescimento desse mercado para a exportação. O café conillon é muito usado na produção de solúveis devido a maior concentração de componentes físico-químicos, que são existentes em menor quantidade no arábica; e devido ao menor preço.

Entre 2015 e 2019, o Brasil foi o maior fornecedor de café em grão para a Austrália e sua participação aumentou de 18,0% para 22,6% ao longo desse período. Em 2015, o país exportou 14,6 mil toneladas de grãos de café com o valor equivalente a 51,5 US\$ milhões, passando para uma exportação de 21,4 mil toneladas e 57,1 US\$ milhões em 2019.

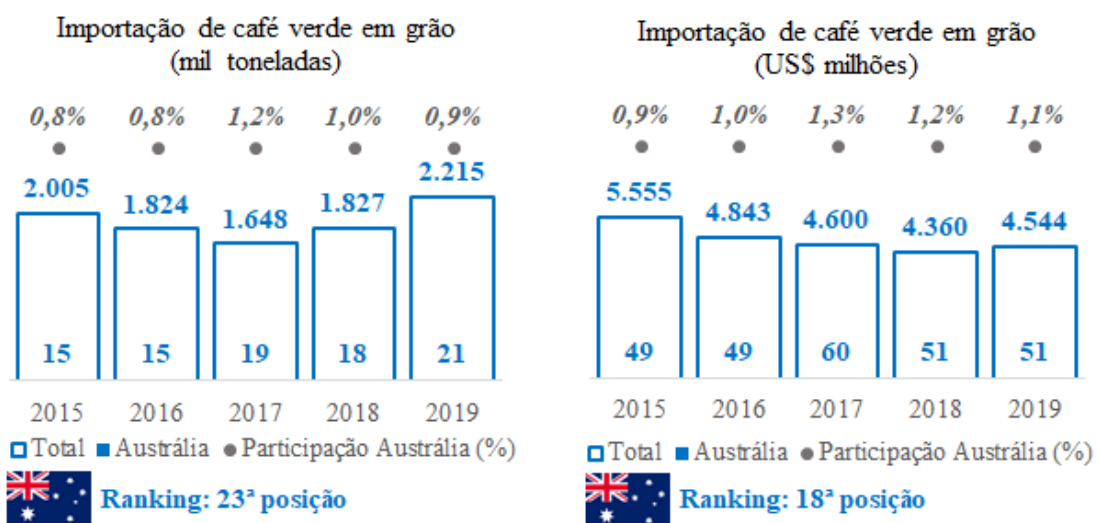
FIGURA 4. EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE CAFÉ VERDE EM GRÃO: VOLUME (MIL TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NO MERCADO AUSTRALIANO



Fonte: ITC

A Austrália é o 23º importador de café em grão do Brasil em volume e o 18º em valor (Figura 5). Essa diferença no ranking entre o volume e o valor possivelmente indica a busca australiana por cafés de maior qualidade e diferenciados no mercado brasileiro. Apesar da quantidade de café em grão transacionada entre os dois países ter aumentado ao longo dos últimos anos, a participação australiana no total de café brasileiro exportado ainda é pequena, entorno de 1%.

FIGURA 5. EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CAFÉ VERDE EM GRÃO: VOLUME (MIL TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DA AUSTRÁLIA NAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS



Fonte: ITC

O excelente desempenho das exportações brasileiras nos últimos anos – tanto para outros países do mundo quanto para Austrália – reflete os esforços do setor em investimentos em novos plantios e renovação de cafezais velhos. A área em formação chegou a representar 16% da área total plantada (a média histórica variou entre 9,5%-10%) (Conab, 2020<sup>6</sup>). Esses investimentos resultaram no incremento em produtividade, que aumentou cerca de 7 sacas/ha em relação à média histórica. Outro fator que contribuiu diretamente para esse bom desempenho nas exportações está relacionado à taxa de câmbio, que esteve nos últimos anos muito mais depreciada que as moedas dos demais países produtores. Os preços domésticos mais altos com a desvalorização do câmbio estimularam os investimentos mencionados acima, e agiu como combustível para os recordes observados nas exportações. As exportações representam cerca de 60% da produção brasileira, porém na safra 15/16 chegou a 72% da oferta, ano que tivemos problemas na produção devido à quebra de safra em algumas regiões, preços altíssimos no mercado internacional, e a possibilidade de desabastecimento do mercado doméstico.

Apesar de o país ser um grande produtor de café arábica, a produção brasileira de café conillon tem crescido nos últimos anos e em 2019 representou 31% da produção. Segundo o Cecafe<sup>7</sup>, as exportações de conillon representaram 10,8% dos volumes totais embarcados de café em grãos no ano de 2019.

## **2.2 Principais concorrentes do Brasil no mercado australiano**

Nos últimos anos, as importações australianas têm aumentado a concentração em 5 maiores fornecedores: Brasil, Vietnã, Colômbia, Honduras e Papua Nova Guiné. Em 2015 esses países representavam 57,3% do volume total de café em grão importado pela Austrália, passando para 65,9% em 2019.

Conforme visto da seção anterior, o Brasil é o maior fornecedor de café em grão para a Austrália e apresentou um desempenho positivo entre 2015 e 2019, aumentando o volume comercializado em 46,7% (10,1% ao ano). Desse montante, o café arábica representou quase 100% do café em grão embarcado, com menos de 0,5% representado pelo conillon.

O Vietnã é o segundo principal fornecedor de café para a Austrália com volume de aproximadamente 17 mil toneladas em 2019. As exportações desse país para a Austrália aumentaram 32,2% entre 2015 e 2019 (7,2% ao ano) e os embarques são majoritariamente de café conillon, o que não o torna um concorrente direto do café brasileiro. A Colômbia é o maior e principal concorrente do Brasil na produção e exportação de café arábica. Os colombianos também ganharam representatividade nas importações australianas de café em grão, crescendo respectivamente 38,5% (8,5% ao ano).

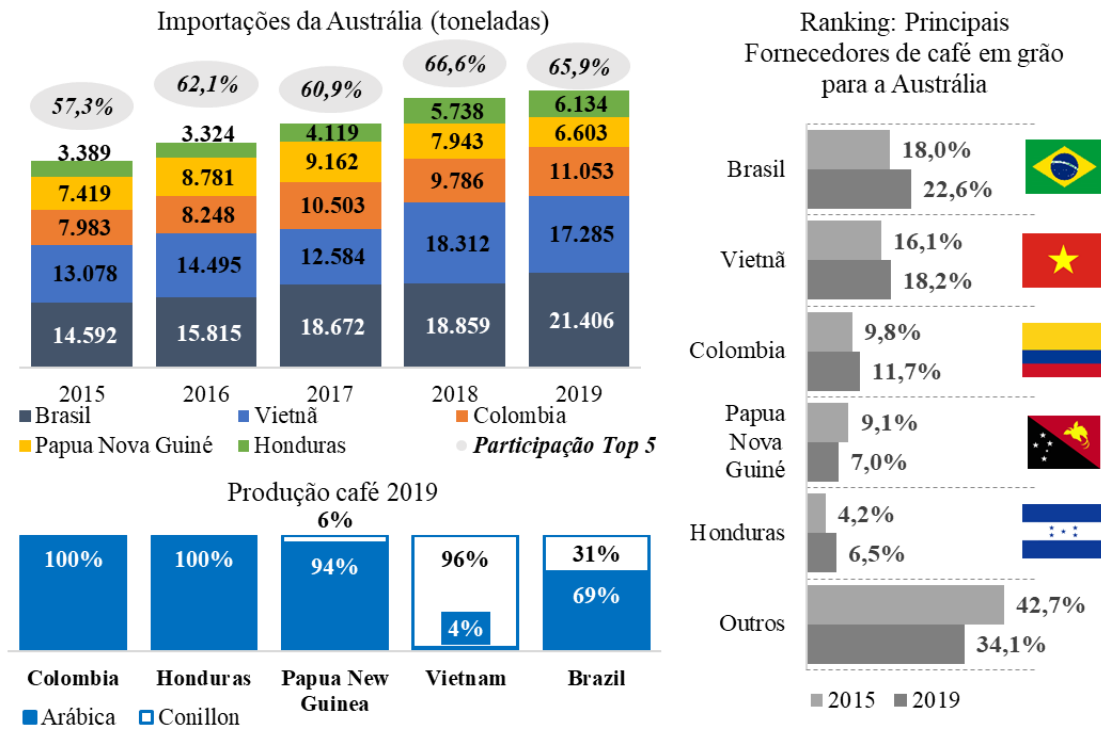
---

<sup>6</sup> Conab. <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras/serie-historica-das-safras>

<sup>7</sup> Cecafe. <https://www.cecafe.com.br/dados-estatisticos/exportacoes-brasileiras/>



FIGURA 6. EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE CAFÉ VERDE EM GRÃO POR PAÍS (TONELADAS) E PRODUÇÃO DOS CINCO MAIORES FORNECEDORES POR ESPÉCIE DE CAFÉ

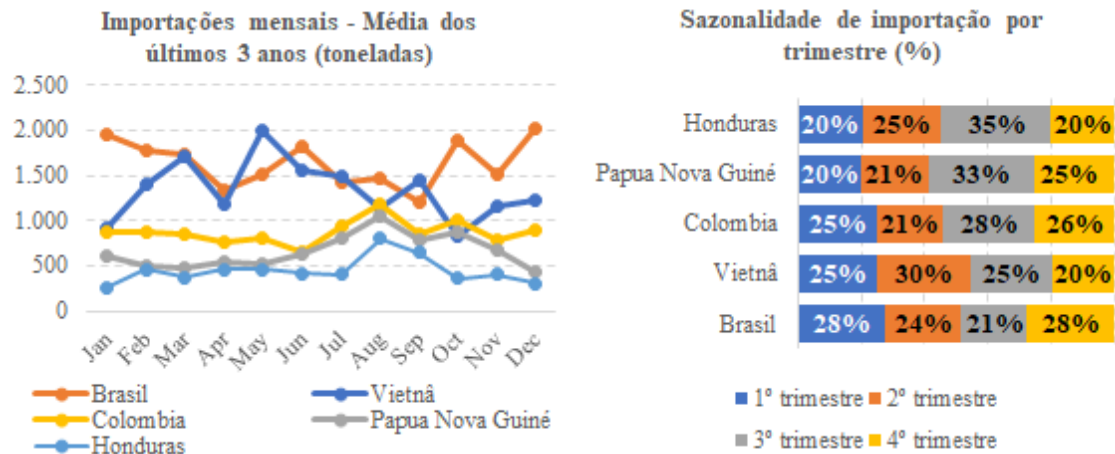


Fontes: ITC e FAS/USDA

A Austrália compra café ao longo de todo ano de forma bem distribuída, onde todos os fornecedores concorrem entre si respeitando a sazonalidade de produção (Figura 7). As vendas brasileiras intensificam-se no 4º e 1º trimestres, por causa da sazonalidade de colheita e das atividades de beneficiamento pós-colheita. A colheita do Brasil inicia em abril e começa a ganhar maiores volumes a partir de maio. Considerando o tempo dispendido para as atividades de beneficiamento pós-colheita (que varia conforme a capacidade do produtor, e tipo de beneficiamento), os embarques dos cafés da safra corrente começam a ganhar maiores volumes a partir do segundo semestre e se intensificam no último trimestre do ano. No caso do Vietnã, como a colheita inicia entre outubro e dezembro, os maiores volumes embarcados são observados no segundo trimestre do ano seguinte. Já para a Colômbia a dinâmica é diferente. Como as estações do ano não são bem definidas na Colômbia, há a ocorrência de múltiplas floradas nos cafezais, fazendo com que a safra do país se estenda por praticamente todo o ano, com a colheita principal indo de outubro a janeiro e a secundária, de abril a julho.



FIGURA 7. SAZONALIDADE DE IMPORTAÇÃO DE CAFÉ VERDE EM GRÃO NA AUSTRÁLIA (MÉDIA 2017, 2018 E 2019) – QUANTIDADE IMPORTADA POR MÊS (TONELADAS) E DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL POR TRIMESTRE (%)



Fonte: ITC.

### 2.3 Competitividade do produto brasileiro no mercado australiano

A concorrência nos mercados internacionais pode ser influenciada por uma série de fatores, entre eles as barreiras tarifárias. Entretanto a tarifa australiana MFN<sup>8</sup> para o café em grão é nula e o país não impõe nenhuma outra barreira para importação de café. Logo, a competitividade dos países fornecedores é determinada principalmente pelas suas condições de produção, de logística e localização que determinam diversos outros fatores impactantes na concorrência como os custos de produção e transporte. Além disso, os países também competem no campo da capacidade de atender os pré-requisitos do mercado importador em relação à qualidade do produto, rotulagem, embalagem, características técnicas e restrições fitossanitárias.

Ao analisar os preços de importação da Austrália, verifica-se que o produto do Vietnã é o mais competitivo, contudo o café conillon apresenta menor valor de mercado do que o café arábica. Entre os países que fornecem principalmente café arábica o Brasil apresentou o menor preço em 2019. Já o café da Colômbia é importado pela Austrália a um preço superior, se posicionando, sobretudo, no mercado de cafés especiais, o que mostra uma oportunidade de capturar valor ao mercado. A Colômbia é um case de sucesso na divulgação dos cafés de qualidade. Não há dúvidas que a colheita seletiva e um pós colheita muito bem instruído faz dos cafés colombianos uma bebida muito superior. Mas além disso, em 2002, foi criada a marca Juan Valdez, focada especialmente no marketing internacional dos cafés colombianos (Tabela 1).

O Brasil foi por muitos anos conhecido no mercado internacional como produtor de café commodity, sem o objetivo na produção de café de qualidade. A desconstrução dessa imagem é algo que já vem acontecendo no país através de iniciativas, como por exemplo, realizadas pela BSCA (Brazilian Specialty Coffee Association) e pela ApexBrasil. No Brasil a produção de cafés certificados e especiais é crescente, o que mostra o preparo dos cafeicultores brasileiros para

<sup>8</sup> Tarifas MFN (Most Favored Nation) são as que os países prometem impor às importações de outros membros da OMC, a menos que o país faça parte de um acordo comercial preferencial (como uma área de livre comércio ou união aduaneira). Isso significa que, na prática, as taxas MFN são as mais altas (mais restritivas) que os membros da OMC cobram uns dos outros



atender as demandas internacionais. Os pesquisadores brasileiros continuam desenvolvendo novas tecnologias para todas as etapas de produção e manejo (RITC, 2018)<sup>9</sup>.

TABELA 1. PREÇOS DE IMPORTAÇÃO DE CAFÉ EM GRÃO PELA AUSTRÁLIA (US\$/KG)

US\$/kg	Preço CIF					$\Delta$ = Preço concorrente - Preço Brasil (2019)
	Ano	2015	2016	2017	2018	
Colombia	4,12	3,93	4,02	3,84	3,69	1,03
Honduras	3,40	3,27	3,30	3,01	2,88	0,22
Papua Nova Guiné	3,43	3,18	3,17	3,12	2,85	0,19
Vietnã	2,02	1,82	2,32	1,91	1,73	-0,93
<b>Brazil</b>	<b>3,52</b>	<b>3,38</b>	<b>3,22</b>	<b>2,99</b>	<b>2,66</b>	—

Fonte: ITC

### 3. Perspectivas para o comércio de café entre Brasil e Austrália

O alto consumo per capita de café na Austrália vem crescendo, mas atua como limitante em ganhos significativos nas importações. Esse aumento virá mais pelo incremento populacional do que por aumento do consumo per capita. Segundo o FMI em 2019 a população australiana era de 25,5 milhões de pessoas e a previsão para 2025 é ter mais 2 milhões de pessoas na Austrália. Atualmente o consumo australiano é de 2,3 milhões de sacas, e na hipótese do consumo per capita permanecer estável nos próximos 5 anos, a previsão é que o consumo chegue a 2,4 milhões de sacas. As importações terão um crescimento linear, e ganharão cerca de 10 mil t, sendo que boa parte desse incremento deve ser de cafés especiais.

Atualmente os volumes transacionados entre os dois países não são expressivos para o Brasil. Apesar disso, há a perspectiva de ganho de share frente aos demais fornecedores de café para a Austrália. Que serão pontuadas a seguir:

✓ crescimento do mercado e marketing dos cafés especiais brasileiros, podendo capturar uma fatia do mercado colombiano;

✓ maior competitividade no trade global em função do câmbio desvalorizado. O governo brasileiro acredita que o câmbio permanecerá acima de 5 BRL/USD por um longo prazo.

✓ menor perspectiva de colheita para o ano de 2021. Grandes fornecedores de café para a Austrália, como Vietnã e América Central por exemplo, tiveram problemas na safra corrente. O Brasil não é diferente, em 2021 colherá uma safra baixa (característica natural das plantas em produzir uma safra cheia no ano 1, e desenvolver mais ramos vegetativos no ano 2, reduzindo a produção). Atrelado a isso o país passou por problemas climáticos em 2020 (falta de chuva e altas temperaturas) que acarretará numa redução maior na produção.

Além dos itens mencionados acima, o Brasil pode ganhar participação de mercado ao tentar promover seu produto especial na Austrália, se aproveitando de um nicho que cresce bastante no país, não apenas pela qualidade, mas também por valorizar o trabalho do produtor

<sup>9</sup> RITC. [http://www.consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/publicacoes\\_tecnicas/Relatorio\\_v6\\_n\\_12.pdf](http://www.consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/publicacoes_tecnicas/Relatorio_v6_n_12.pdf)

rural. Isso requer um trabalho de comunicação das empresas e associações em comunicar a qualidade superior dos nossos produtos, e rastreabilidade da produção.

FIGURA 8. OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA O CAFÉ BRASILEIRO NO MERCADO AUSTRALIANO

Dimensão	Aspectos positivos & Oportunidades	Aspectos negativos & Desafios
<b>Produto &amp; Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taxa de câmbio fortemente desvalorizada faz do Brasil o país mais competitivo frente aos demais países exportadores de grãos arábica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Austrália é considerada um país consumidor tradicional de café. Assim, o consumo per capita na Austrália e o volume importado não tem perspectiva de crescer significativamente.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganhos em produtividade, resultado dos investimentos em novos plantios/renovação, têm trazido boas rentabilidades ao produtor e aumentando a qualidade do café.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transações entre Brasil e Austrália ainda são muito pequenas e o mercado australiano não é considerado como prioritário pelo Brasil.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Austrália valoriza o mercado de cafés especiais, certificados e de orgânicos. O Brasil vem ampliando a produção de cafés especiais (alta qualidade) e também de orgânicos, investindo em certificações que fornecem maior transparência e garantias na cadeia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O mercado de maior crescimento na Austrália é de solúveis, dominado por outros países. Indústria de café solúvel no Brasil é focada no mercado doméstico. A impossibilidade do uso do Drawback limita a oferta de Conillon no mercado, dificultando a expansão da produção de café solúvel com foco na exportação.</li> </ul>
<b>Comércio &amp; Acesso a Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não há incidência de impostos de importação para café na Austrália.</li> <li>• Brasil é um fornecedor consolidado na Austrália</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Austrália tradicionalmente considera o Brasil como um fornecedor de grãos de café verde commodity, ao invés de um fornecedor de café especial ou de qualidade. A comunicação e a participação em programas de certificação são necessárias para redesenhar a imagem do café brasileiro como um produto de alta qualidade.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não existem barreiras nem questões de acesso a mercado para o produto brasileiro.</li> </ul>	
<b>Outros Fatores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cecafé está tomando ações para entender melhor os hábitos de consumo de café dos australianos.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existência de ações e programas setoriais para promoção do produto no mercado externo ("Brazil. The Coffee Nation", desenvolvido pela BSCA e Apex).</li> </ul>	

Fonte: Elaborado pelas autoras.



## OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS CAPÍTULO 6:

### CASTANHAS: A BUSCA POR MAIOR PARTICIPAÇÃO NO MERCADO DE AMENDOIM E CASTANHA DE CAJU

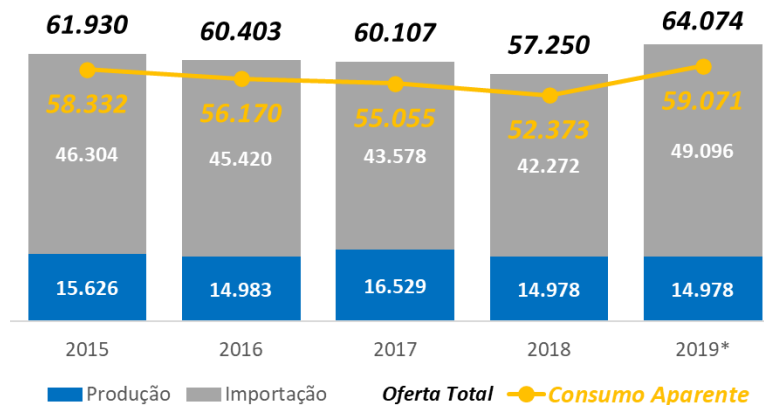
Amanda Andriotta, Débora Simões

#### 1. Introdução: Panorama do Mercado de Castanhas

As castanhas são um dos principais produtos agrícolas importados pela Austrália. Com um valor movimentado de US\$ 173,8 milhões (49,1 mil toneladas) em 2019, elas ocupam o terceiro lugar no ranking de importações agrícolas de produtos vegetais, com uma participação de 6,6% no valor total importado<sup>1</sup>, atrás apenas do café e do arroz.

O mercado de castanhas na Austrália – incluindo amendoim, castanha de caju e castanha-do-pará – movimenta mais de 60,0 mil toneladas de produtos por ano, sendo que as importações representam mais de 75,0% desse montante. Segundo o Conselho Internacional de Nozes e Frutas Secas (INC, sigla em inglês), o consumo per capita desse grupo de castanhas na Austrália é de 2,2 kg/ano, abaixo do consumo per capita mundial de 5,6 kg/ano, indicando uma oportunidade de crescimento no mercado australiano.

FIGURA 1. MERCADO DE CASTANHAS NA AUSTRÁLIA: OFERTA E DEMANDA<sup>2</sup> (TONELADAS)



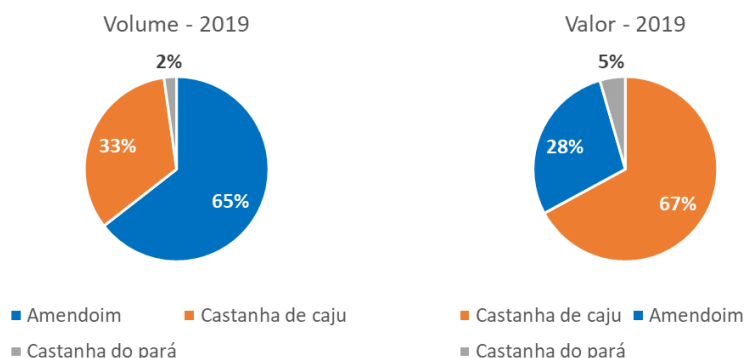
\*Dados de produção não disponibilizados para 2019, então considerou-se a produção de 2019 igual a 2018 para o cálculo de oferta e demanda de castanhas.

Fonte: FAO, ITC

Entre as castanhas selecionadas, o amendoim é o produto mais relevante em termos de volume importado pela Austrália, representando atualmente 65% do total, seguido por castanha de caju (33%) e castanha-do-pará (2%). Em termos monetários, o produto com maior relevância é a castanha de caju, representando 67% do valor importado pela Austrália, seguido por amendoim (28%) e castanha-do-pará (5%).

<sup>1</sup> Participação considera apenas as castanhas in-natura. Se considerar também o valor transacionado dos amendoins processados, tal participação sobe para 8,3%, e as castanhas (in-natura e industrializadas) passam a ocupar o segundo lugar no ranking dos principais produtos vegetais importados pela Austrália.

<sup>2</sup> Demanda estimada com base no consumo aparente, calculado pelos autores a partir dos dados da FAO e ITC. Consumo aparente = produção + importação – exportação.

FIGURA 2. PARTICIPAÇÃO POR TIPO DE CASTANHA NAS IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS ENTRE AS CASTANHAS SELECIONADAS - 2019<sup>3</sup>

Fonte: ITC.

O Brasil representa 7,3% do volume de castanhas importado pela Austrália e ocupa a terceira posição dos principais fornecedores do produto para o país, ficando atrás de Argentina (41,1%) e Vietnã (32,5%). Essa participação vem crescendo ao longo dos últimos anos, uma vez que o Brasil representava 3,9% das importações australianas em 2015. Por outro lado, a Austrália ocupa a 13ª posição entre os destinos das castanhas exportadas pelo Brasil, e sua participação permaneceu estável nos últimos anos, representando cerca de 1,5% das exportações totais brasileiras do produto.

Muito embora as castanhas sejam identificadas como um grupo, as especificidades e a dinâmica do mercado para cada uma delas são bem diferentes. Dessa forma, a seguir, detalhamos o histórico comercial, principais países concorrentes, competitividade, particularidades e oportunidades a serem exploradas no mercado de amendoim e castanha-de-caju separadamente. Neste relatório a castanha-do-pará não será tratada como uma oportunidade uma vez que o volume importado pela Austrália é baixo (1.085 toneladas em 2019) e decrescente. Além disso, entre 2015 e 2019, as exportações totais de castanha-do-pará pelo Brasil recuaram 25,2% ao ano, seguindo a mesma direção da produção, que decaiu a uma taxa média anual de 5,1%<sup>4</sup>.

## 2. Amendoim: Produto in-natura vs. produto processado

Estima-se na Austrália um consumo total de amendoim de 41,7 mil toneladas em 2019<sup>5</sup>, sendo a demanda suprida em sua maioria pelas importações, responsáveis por 76,0% do total ofertado do produto. Atualmente, a Austrália produz 15,0 mil toneladas do produto e não figura entre os principais produtores mundiais.

Em 2019, o país importou um total de 31,7 mil toneladas de amendoim, sendo 74% do produto in-natura e 26% já preparado e embalado, podendo-se inferir que a maior parte do produto consumido na Austrália é processado no próprio país. No caso do Brasil, o país exportou 202,5

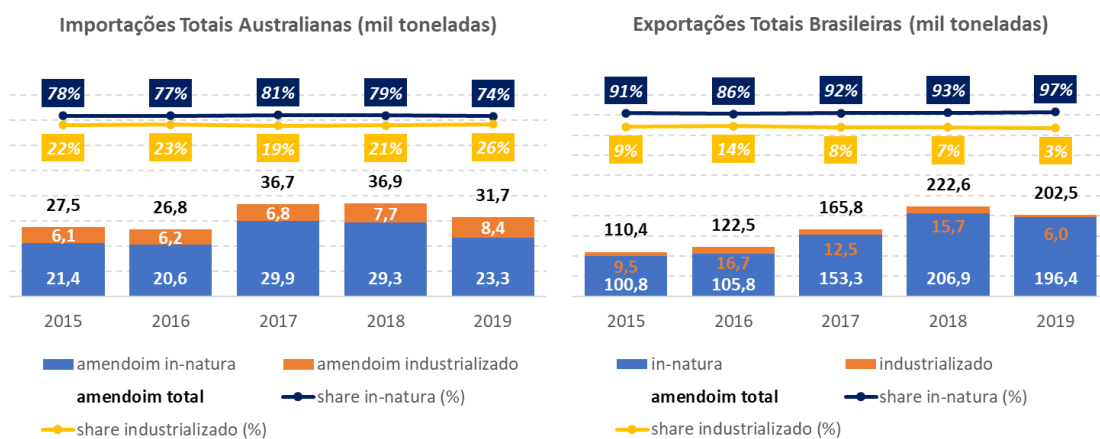
<sup>3</sup> NCM considerados: 120241 – Amendoim, com casca (excluindo sementes para semear, torradas ou cozidas); 120242 – Amendoim, sem casca (excluindo sementes para semear, torradas ou cozidas); 200811 – Amendoim, preparado ou conservado (excluindo conservado com açúcar); 080131 – Castanha de caju, com casca; 080132 – Castanha de caju, sem casca; 080121 – Castanha-do-pará, com casca; 080122 – Castanha-do-pará, sem casca.

<sup>4</sup> Cabe ressaltar que o Brasil perdeu espaço para Bolívia no mercado internacional. Nos últimos anos o país passou a adotar modernos sistemas de beneficiamento e comercialização da castanha-do-pará, permitindo aos bolivianos dominarem o mercado de castanha-do-pará, muitas vezes comprando o produto brasileiro com casca para revender ao mercado internacional após o beneficiamento.

<sup>5</sup> Consumo aparente estimado com base nos dados da FAO e ITC.

mil toneladas de amendoim em 2019, sendo os embarques do produto majoritariamente in-natura, o qual representa atualmente 97% do total das exportações brasileiras de amendoim. Assim, tem-se que a maior parte do amendoim exportado pelo Brasil é preparado e embalado para o consumo pelos países de destino.

FIGURA 3. IMPORTAÇÕES TOTAIS AUSTRALIANAS E EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE AMENDOIM IN-NATURA E PROCESSADO (MIL TONELADAS)



Fonte: ITC.

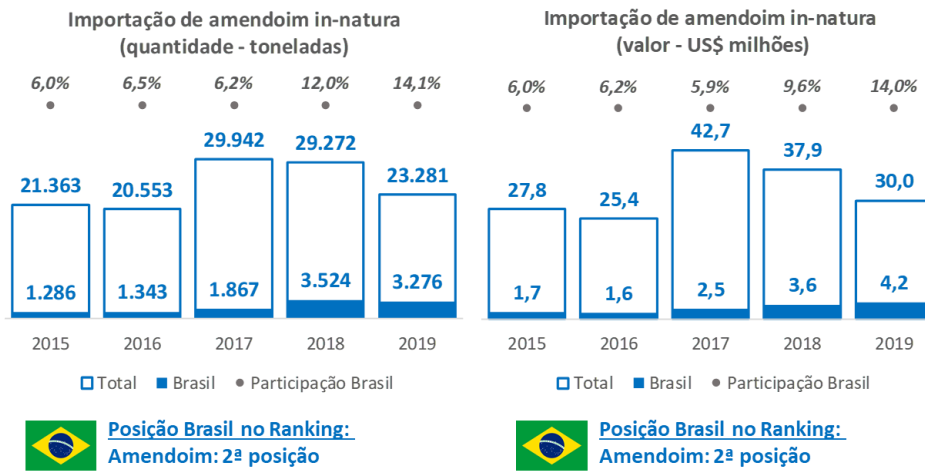
## 2.1 Mercado de Amendoim in-natura<sup>6</sup>

### 2.1.1 Panorama sobre o comércio de amendoim in-natura entre Austrália e Brasil

Em 2019, a Austrália importou um total de 23,3 mil toneladas de amendoim in-natura, o equivalente a US\$ 30,0 milhões. Entre 2015 e 2019, as importações do produto apresentaram crescimento de 2,0 mil toneladas, uma taxa média de 2,2% ao ano. Entretanto, esse crescimento não foi linear, com o recorde de vendas tendo sido registrado em 2017. Durante esse período o Brasil aumentou sua participação no mercado australiano de amendoim in-natura, ocupando a segunda posição entre os principais fornecedores do produto. Em 2015, o país representava 6,0% do total das importações australianas do produto (1,3 mil toneladas) e atingiu uma participação de 14,1% em 2019 (3,3 mil toneladas).

<sup>6</sup> NCM considerados: 120241 – Amendoim, com casca (excluindo sementes para semear, torradas ou cozidas); 120242 – Amendoim, sem casca (excluindo sementes para semear, torradas ou cozidas).

FIGURA 4. EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE AMENDOIM IN-NATURA: VOLUME (TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NO MERCADO AUSTRALIANO

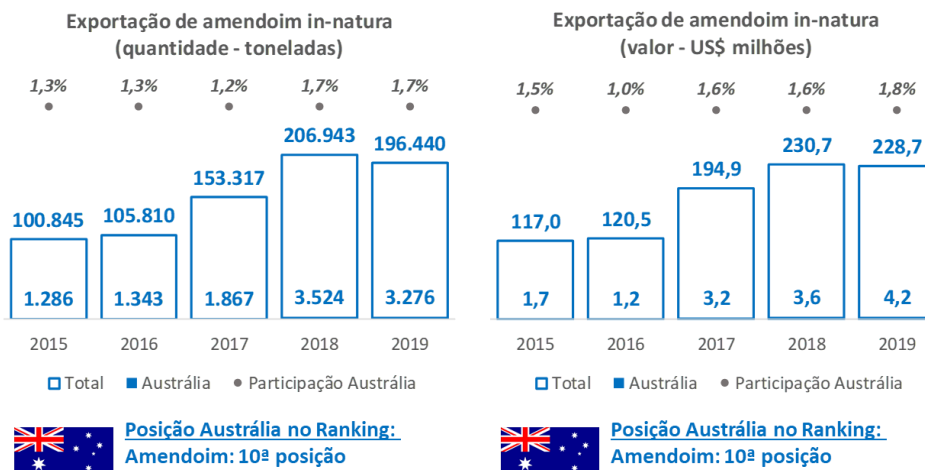


Fonte: ITC.

Entre 2015 e 2019, a produção brasileira de amendoim aumentou cerca de 25% chegando a 434,6 mil toneladas em 2019<sup>7</sup>, número que poderia ser maior se não fossem as perdas ocasionadas pela escassez e irregularidade das chuvas. Desse montante, mais de 40% é destinado ao mercado externo. No mesmo período, as exportações totais de amendoim in-natura pelo Brasil praticamente dobraram, passando de 100,8 mil toneladas em 2015 para 196,4 mil toneladas em 2019 (Figura 6).

A Austrália possui ainda pouca participação nas exportações brasileiras, apesar de crescer 2,5 vezes nos últimos anos. As vendas do Brasil para Austrália aumentaram de 1,3 mil toneladas (1,3%) para 3,3 mil toneladas (1,7%) entre 2015 e 2019. Rússia (43,2%), Argélia (11,5%) e Holanda (10,5%) são os principais destinos do amendoim brasileiro in-natura.

FIGURA 5. EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE AMENDOIM IN-NATURA: VOLUME (TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DA AUSTRÁLIA NAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS



Fonte: ITC.

<sup>7</sup> Conab (2020).

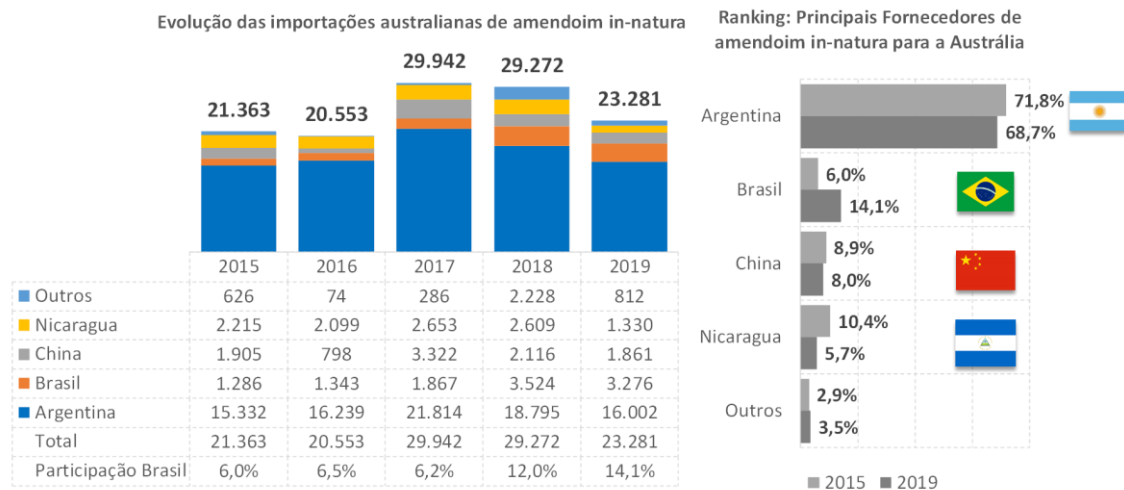
O excelente desempenho das exportações brasileiras nos últimos anos – tanto para outros países do mundo quanto para Austrália – reflete os esforços do setor para promover e divulgar a qualidade do amendoim brasileiro no exterior. A iniciativa foi organizada por meio do Projeto Brasil Foods and Snacks desenvolvido pela ABICAB (Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Amendoim e Balas) em parceria com a Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos).

De acordo com Uiracy Fonsêca, presidente da ABICAB, “A qualidade do amendoim brasileiro é elevada e a indústria tem investido em equipamentos de ponta e na obtenção de certificações como BRC e Sedex, exigidas pelos mais rigorosos mercados internacionais”. O mercado brasileiro – juntamente com o argentino e o americano – é reconhecido pelo rigoroso controle e baixos índices de contaminação por aflatoxina<sup>8</sup>. Além disso, os amendoins de alto teor oleico, como os exportados pelas empresas brasileiras, trazem mais benefícios para a saúde e possuem uma vida de prateleira (shelf live) mais longa.

### 2.1.2 Principais concorrentes do Brasil no mercado australiano

As importações australianas de amendoim in-natura possuem alta concentração de fornecedores. Quatro países, sendo eles Argentina, Brasil, China e Nicarágua, representam 96,5% do volume importado. O principal fornecedor do produto para a Austrália é a Argentina, sendo responsável por 68,7% do total das importações em termos de volume em 2019. Apesar de ser a principal origem, nos últimos anos o produto argentino vem perdendo participação de mercado, assim como o amendoim da China e da Nicarágua.

FIGURA 6. PRINCIPAIS CONCORRENTES NAS IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE AMENDOIM IN-NATURA: EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES POR PRINCIPAIS PAÍSES (TONELADAS)



Fonte: ITC.

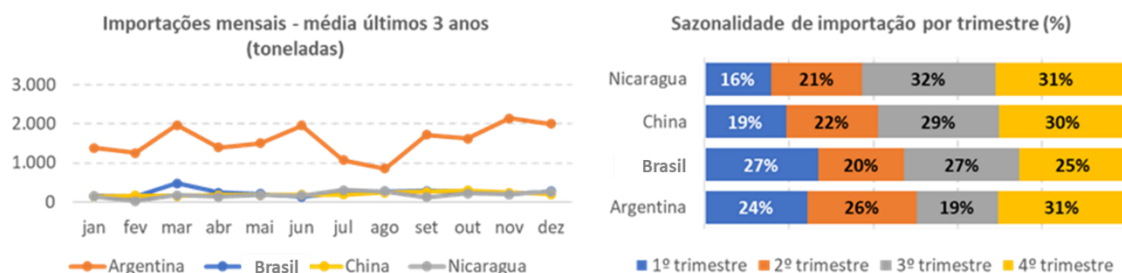
Dessa forma, os demais fornecedores conseguiram ganhar espaço no mercado australiano, como é o caso do Brasil. Entre os principais fornecedores, o Brasil foi o que obteve a melhor performance no mercado australiano. Entre 2015 e 2019, enquanto as importações totais

<sup>8</sup> A aflatoxina é uma toxina natural produzida principalmente pelos fungos *Aspergillus flavus* e *Aspergillus parasiticus*. Ela é tóxica para homens e animais, podendo aumentar o risco de câncer quando consumida em grandes quantidades. Os fungos que produzem a aflatoxina podem ser encontrados em diversas culturas, mas o amendoim é a mais acometida por eles, devido aos processos de colheita e secagem. Assim, os níveis de aflatoxina são controlados em diversos mercados.

de amendoim in-natura da Austrália cresceram 10%, em termos de volume, as exportações brasileiras mais do que dobraram. Assim, o país passou de quarto para segundo maior fornecedor de amendoim para a Austrália.

Nos últimos três anos, as importações de amendoim in-natura do Brasil pela Austrália ocorreram ao longo de todo o ano. Com relação aos demais concorrentes, as importações também não se concentram em um único período. Dessa forma, pode-se indicar que os principais países fornecedores de amendoim concorrem entre si ao longo de todo o ano.

FIGURA 7. SAZONALIDADE DE IMPORTAÇÃO DE AMENDOIM IN-NATURA NA AUSTRÁLIA (MÉDIA 2017, 2018 E 2019) – QUANTIDADE IMPORTADA POR MÊS (TONELADAS) E DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL POR TRIMESTRE (%)



Fonte: ITC.

### 2.1.3 Competitividade do produto brasileiro no mercado australiano

Há uma série de fatores que podem influenciar a concorrência nos mercados internacionais, tais como custo de produção, infraestrutura interna e custos logísticos, políticas fiscais adotadas nos países produtores, distância dos produtores aos mercados consumidores, custos de frete marítimo, impostos de importação, cotas preferenciais e capacidade de países produtores de atender requisitos como rotulagem, embalagem, aspectos técnicos e restrições fitossanitárias estabelecidas pelos países importadores.

Considerando os principais concorrentes no mercado australiano, o amendoim chinês é o único isento de tarifa de importação, o que representa uma vantagem em relação a seus concorrentes que pagam uma tarifa ad valorem de 4,0% (Tabela 1)<sup>9</sup>. Mesmo assim, a China é a origem mais cara para aquisição de amendoim por parte da Austrália (Tabela 2).

TABELA 1. TARIFAS DE IMPORTAÇÃO PARA O AMENDOIM IN-NATURA<sup>10</sup>

País importador	País exportador	Tarifa MFN	Tarifa Efetiva Aplicada
Austrália	Argentina	5%	4%
	Brasil	5%	4%
	China	5%	0%
	Nicarágua	5%	4%

Fonte: ITC.

<sup>9</sup> A isenção do amendoim chinês se dá devido ao acordo bilateral de livre comércio assinado entre China e Austrália em 2015.

<sup>10</sup> As tarifas MFN (Most Favored Nation) são aquelas que os países prometem impor às importações de outros membros da OMC, a menos que o país faça parte de um acordo comercial preferencial (como uma área de livre comércio ou união aduaneira). Isso significa que, na prática, as taxas MFN são as mais altas (mais restritivas) que os membros da OMC cobram uns dos outros.

A partir do preço CIF (Cost, Insurance and Freight, sigla em inglês) é possível observar que o produto brasileiro consegue chegar ao mercado australiano de forma competitiva, uma vez que a diferença de preço com os demais países – principalmente com o produto argentino – é muito pequena (Tabela 2). Em 2017 e 2018 o produto brasileiro foi o mais competitivo entre os fornecedores. Além disso, a qualidade do produto brasileiro – definida pela baixa presença de aflatoxina e pelo alto teor oleico – é similar à do produto argentino e reconhecidamente superior à dos demais concorrentes no mercado australiano.

TABELA 2. PREÇOS DE IMPORTAÇÃO DE AMENDOIM IN-NATURA PELA AUSTRÁLIA (US\$/KG)

US\$/kg	Preço CIF					Preço CIF + Imposto Importação					Δ = Preço concorrente - Preço Brasil (2019)	
	Ano	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018		2019
Argentina		1,27	1,22	1,43	1,32	1,27	1,32	1,27	1,48	1,37	1,32	-0,01
<b>Brasil</b>		<b>1,30</b>	<b>1,18</b>	<b>1,36</b>	<b>1,03</b>	<b>1,29</b>	<b>1,35</b>	<b>1,23</b>	<b>1,41</b>	<b>1,07</b>	<b>1,34</b>	<b>0,00</b>
China		1,66	1,65	1,44	1,37	1,38	1,66	1,65	1,44	1,37	1,38	0,04
Nicarágua		1,21	1,12	1,39	1,35	1,27	1,26	1,17	1,45	1,41	1,32	-0,02

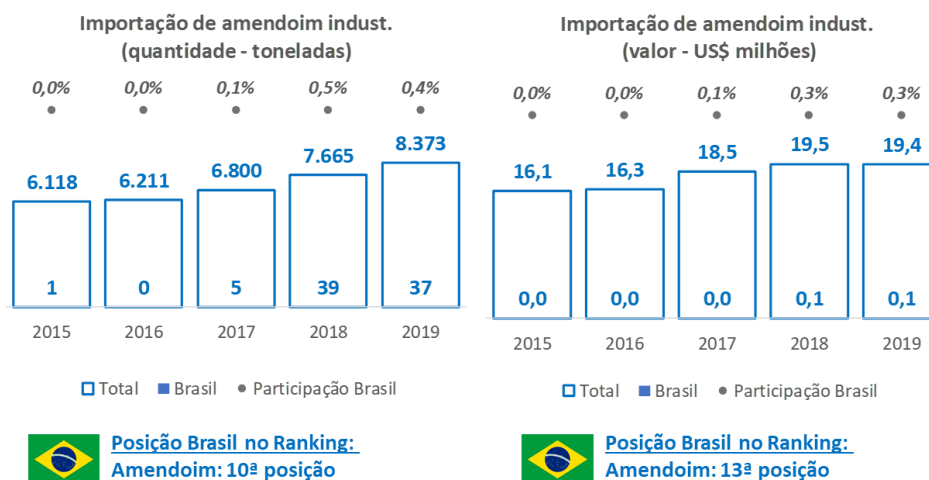
Fonte: ITC.

## 2.2 Mercado de amendoim processado<sup>11</sup>

### 2.2.1 Panorama sobre o comércio de amendoim processado entre Austrália e Brasil

Em 2019, a Austrália importou 8,4 mil toneladas de amendoim processado ou US\$ 19,4 milhões. Ao longo dos últimos anos, as importações do produto apresentaram crescimento de 36,8% (8,2% ao ano), resultando em 2,3 mil toneladas adicionais. Assim, o crescimento do mercado de produtos processados na Austrália é superior ao do produto in-natura.

FIGURA 8. EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE AMENDOIM PROCESSADO: VOLUME (TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NO MERCADO AUSTRALIANO



Fonte: ITC.

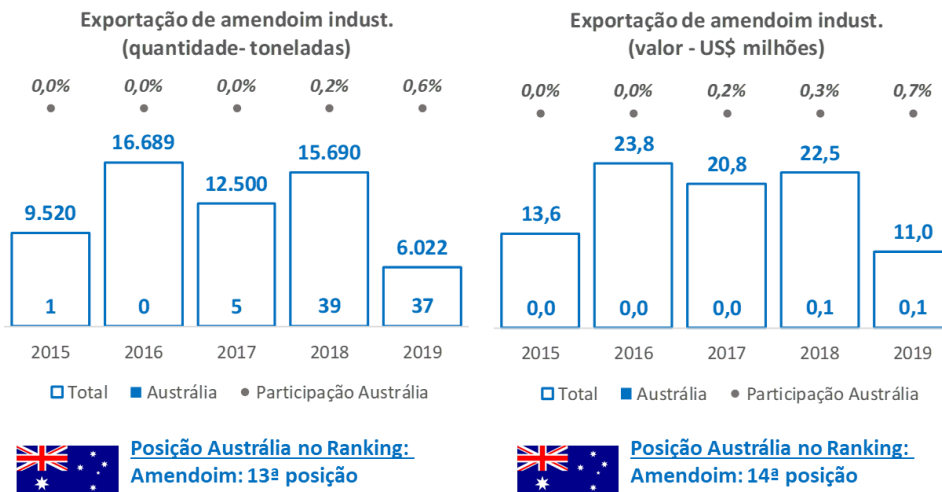
A participação brasileira no mercado de amendoim processado da Austrália ainda é incipiente. Em 2019 foram exportadas 37 toneladas do produto (o equivalente a um ou dois containers). Com uma participação inferior à 0,5%, o Brasil se encontra na 10ª posição do ranking

<sup>11</sup> NCM considerado: 200811 – Amendoim, preparado ou conservado (excluindo conservado com açúcar).

dos principais fornecedores do produto para a Austrália, necessitando desenvolver o comércio entre os dois países para o produto em questão.

Do lado da oferta brasileira, as exportações de produtos processados são irregulares e variaram bastante entre 2015 e 2019. A performance do último ano foi bastante afetada pela quebra de safra que acarretou perdas de aproximadamente 12% na produção (Renata Sampaio, 2020)<sup>12</sup>. Com participação de no máximo 0,6%, a Austrália é pouco relevante para o Brasil. Rússia (28,2%), Chile (14,1%), Estados Unidos (9,7%) e Uruguai (9,7%) são os principais destinos do amendoim brasileiro processados.

FIGURA 9. EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE AMENDOIM PROCESSADO: VOLUME (TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DA AUSTRÁLIA NAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS



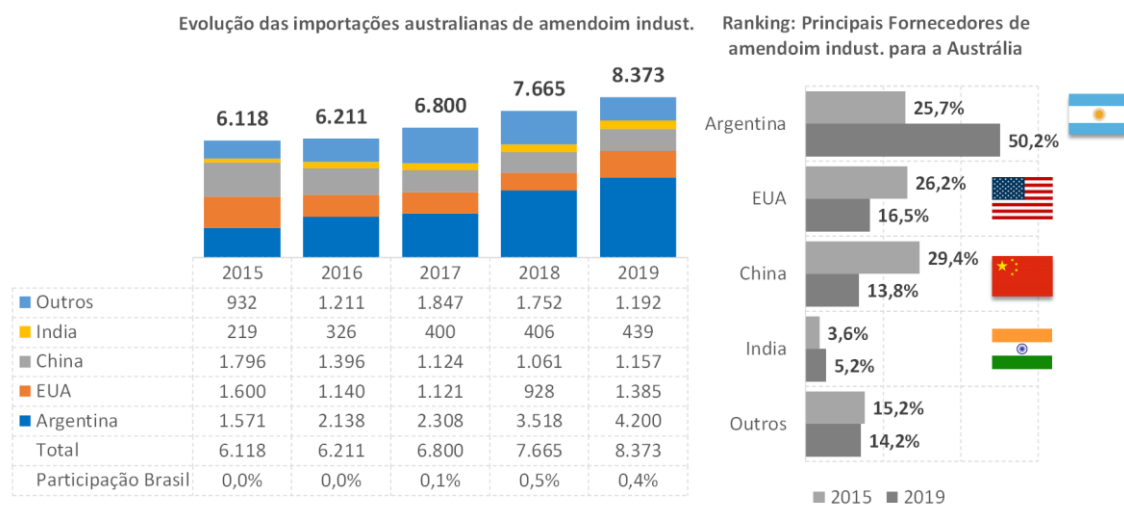
Fonte: ITC.

## 2.2.2 Principais fornecedores para o mercado australiano

As importações de amendoim processado têm como origem quatro principais países, que juntos representam 85,8% do total importado do produto pela Austrália. A Argentina é o principal fornecedor do produto, sendo responsável atualmente por 50,2% dos embarques, seguido por Estados Unidos (16,5%), China (13,8%) e Índia (5,2%). A Argentina se destaca nesse mercado, uma vez que apresentou crescimento de 167% entre 2015 e 2019 aumentando a sua relevância no mercado australiano.

<sup>12</sup> SAMPAIO, R. M. Amendoim: safra difícil, mas exportações avançam e preparam terreno para 2019/2020. Revista Canavieiros, Sertãozinho, v. XIII, n. 159, p. 1-10, set. 2019. Disponível em: <https://www.revistacanavieiros.com.br/uploads/pagina/tag/2019/11/e8IGHvhbxTeXEgc9/159-set-baixa.pdf>.

FIGURA 10. PRINCIPAIS CONCORRENTES NAS IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE AMENDOIM PROCESSADO: EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES POR PRINCIPAIS PAÍSES (TONELADAS)



Fonte: ITC.

### 2.2.3 Competitividade do produto brasileiro no mercado australiano e comparativo de preços entre o produto in-natura e processado

A Austrália não cobra tarifa de importação sobre o amendoim processado de nenhum de seus principais fornecedores devido a acordos comerciais. O Brasil também se beneficia da situação, o que facilita a competitividade do país.

TABELA 3. TARIFAS DE IMPORTAÇÃO PARA O AMENDOIM PROCESSADO

País importador	País exportador	Tarifa MFN	Tarifa Efetiva Aplicada
Austrália	Argentina	5%	0%
	EUA	5%	0%
	China	5%	0%
	Índia	5%	0%
	Brasil	5%	0%

Fonte: ITC.

Apesar do baixo volume transacionado entre os dois países, o Brasil é um fornecedor bastante competitivo para o mercado australiano. Em 2018 e 2019 o amendoim processado brasileiro foi o que apresentou o menor custo dentre os principais concorrentes como Argentina, Estados Unidos e China, indicando uma vantagem competitiva a ser explorada.

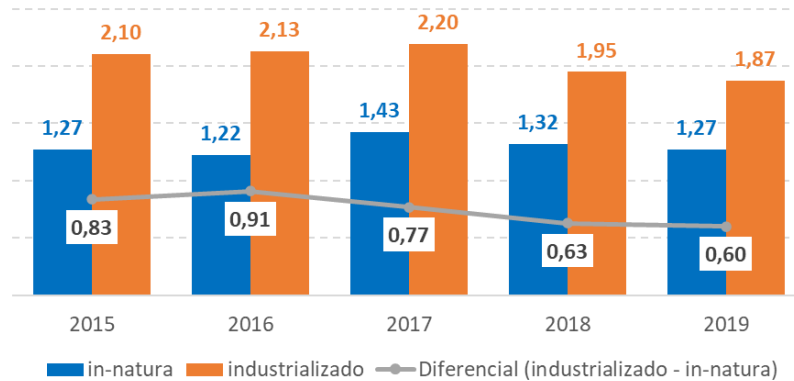
TABELA 4. PREÇOS DE IMPORTAÇÃO DE AMENDOIM PROCESSADO PELA AUSTRÁLIA (US\$/KG)

US\$/kg	Preço CIF					Preço CIF + Imposto Importação					Δ = Preço concorrente - Preço Brasil (2019)	
	Ano	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018		2019
Argentina		2,10	2,13	2,20	1,95	1,87	2,10	2,13	2,20	1,95	1,87	0,25
EUA		2,34	2,59	2,46	2,56	2,32	2,34	2,59	2,46	2,56	2,32	0,70
China		2,51	2,52	2,14	2,00	2,00	2,51	2,52	2,14	2,00	2,00	0,38
<b>Brasil</b>		<b>3,00</b>	-	<b>2,80</b>	<b>1,72</b>	<b>1,62</b>	<b>3,00</b>	-	<b>2,80</b>	<b>1,72</b>	<b>1,62</b>	<b>0,00</b>

Fonte: ITC

Investir no desenvolvimento do comércio de amendoim processado pode trazer benefícios para a indústria brasileira devido à agregação de valor. Considerando os dados de venda da Argentina para Austrália como referência, o preço do amendoim processado foi 60% mais elevado quando comparado ao produto in-natura na média dos últimos anos, entretanto tal diferencial vem diminuindo recentemente.

FIGURA 11. COMPARATIVO DE PREÇO PAGO PELA AUSTRÁLIA PELO AMENDOIM IN-NATURA E PROCESSADO IMPORTADOS DA ARGENTINA (US\$/KG)



Fonte: ITC.

### 2.3 Perspectivas para o comércio de amendoim entre Brasil e Austrália

A organização do setor de amendoim no Brasil é recente e o país vem ganhando espaço nos mercados exportadores devido à qualidade do seu produto (baixa contaminação por aflatoxina e alto teor oleico) e ao trabalho de promoção de exportações coordenado pela ABICAP em parceria com a APEX por meio do Programa Brasil Sweet and Snacks. Esses fatores são de extrema relevância para que o país consiga competir com a Argentina, um player consolidado no mercado externo e que exporta há cerca de 70 anos para diversos mercados.

Muito embora existam oportunidades de crescimento no mercado australiano de amendoim, o país não é considerado um mercado prioritário ou secundário para o Programa Brasil Sweet and Snacks. Ainda assim, a participação do Brasil no mercado australiano de amendoim in-natura mais do que dobrou nos últimos 5 anos.

Para os próximos anos, o Brasil possui uma perspectiva positiva para continuar ampliando suas exportações para o mercado australiano. As empresas brasileiras que já atuam no país vão renovando e ampliando seus contratos à medida que a qualidade do amendoim é reconhecida. Além disso, o mercado de amendoins processados (vendas de snacks) também representa uma oportunidade para o Brasil agregar valor às suas exportações uma vez que o diferencial de preços chega a 60%. Cabe ressaltar também que, segundo dados do INC, o consumo per capita de amendoim na Austrália (1,69 kg/ano) ainda é relativamente baixo em comparação com a média mundial (5,5 kg/ano)

Nesse sentido, iniciativas voltadas diretamente para promover nosso produto na Austrália, seja por intermédio de visitas ou trazendo compradores para conhecer nossa produção, podem acelerar ainda mais o vínculo comercial entre Brasil e Austrália, tanto para o comércio do amendoim in-natura quanto do produto pronto para consumo final.

FIGURA 12. OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA O AMENDOIM BRASILEIRO NO MERCADO AUSTRALIANO

Dimensão	Aspectos positivos & Oportunidades	Aspectos negativos & Desafios
<b>Produto &amp; Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Qualidade do produto brasileiro (alto teor oleico e rígido controle de aflatoxinas)</li> <li>Demanda crescente na Austrália (tanto para o produto in-natura quanto para o já preparado)</li> <li>Produção e exportações crescentes no Brasil</li> <li>Comércio crescente entre os países</li> <li>Consumo per capita na Austrália é inferior à média mundial (pode ter pontencial de crescimento)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo per capita na Austrália é inferior à média mundial (pode ser um hábito de consumo)</li> <li>Volume de mercado na Austrália pode ser considerado relativamente baixo</li> </ul>
<b>Comércio &amp; Acesso a Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>O Brasil e seus principais concorrentes pagam a mesma tarifa ad-valorem (4,0%)</li> <li>Não existem barreiras nem questões de acesso a mercado para o amendoim brasileiro na Austrália</li> <li>Não há escalada tarifária, pelo contrário. O amendoim industrializado não paga imposto de importação</li> <li>Produto brasileiro é competitivo no mercado e vem ganhando market-share</li> <li>Mercado australiano remunera melhor do que o russo (+10%) e o africano (+7,0%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concorrência com Argentina (player com mais de 70 anos no mercado)</li> <li>Mercado europeu ainda paga 5,7% a mais pelo amendoim brasileiro e vira foco dos exportadores</li> <li>Brasil ainda exporta pouco amendoim industrializado (snack)</li> </ul>
<b>Outros Fatores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Setor de amendoim no Brasil passou recentemente por uma reorganização e profissionalização</li> <li>Programa de promoção para exportação com apoio da Apex-Brasil (Brasil Sweet and Snacks)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Austrália não é considerada um país prioritário para as iniciativas de promoção de exportação do Brasil</li> </ul>

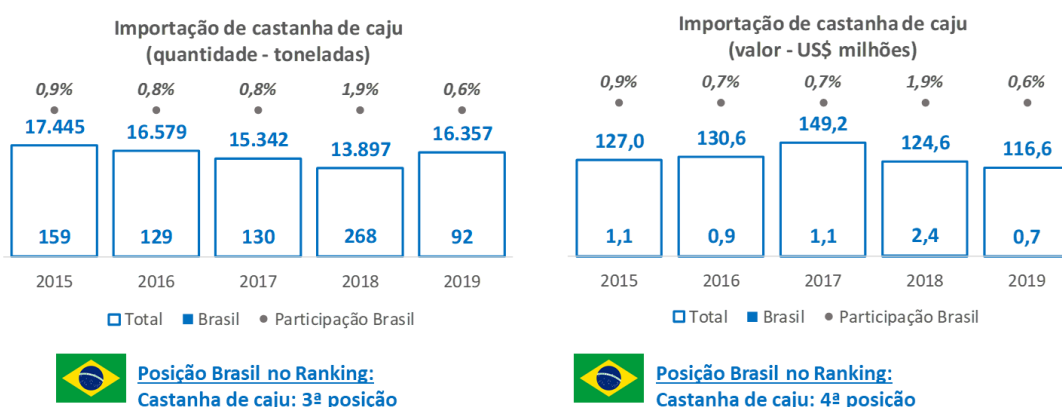
Fonte: Elaborado pelas autoras.

### 3. Castanha de Caju: Características e Oportunidades de Mercado<sup>13</sup>

#### 3.1 Panorama sobre o comércio de castanha de caju entre Austrália e Brasil

O consumo de castanha de caju na Austrália é da ordem de 16,4 mil toneladas e vem decrescendo nos últimos anos. Em 2015, o consumo per capita era de 0,73 kg por ano, passando para 0,65 kg por pessoa por ano em 2019. O país não possui produção local da castanha, de forma que toda a sua demanda é suprida pelas importações. O Brasil possui baixa relevância nas importações australianas com participação inferior a 1%.

FIGURA 13. EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE CASTANHA DE CAJU: VOLUME (TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NO MERCADO AUSTRALIANO



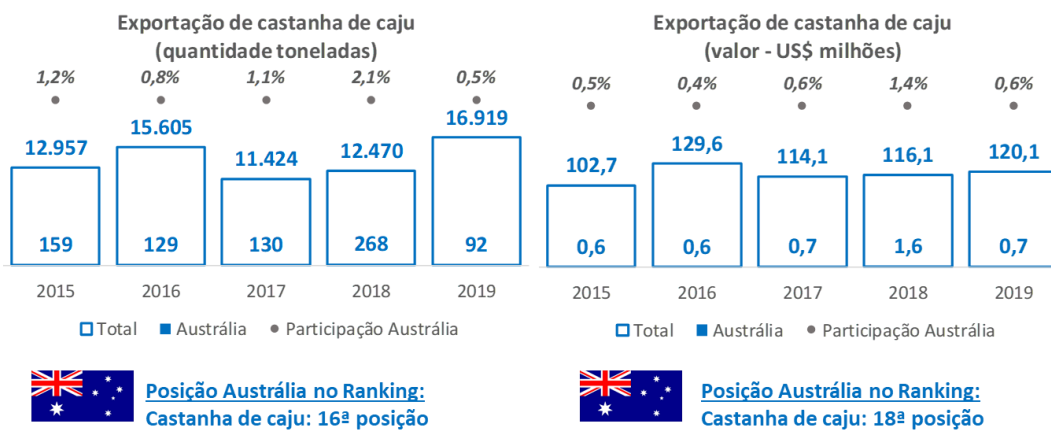
<sup>13</sup> NCM considerados: 080131 – Castanha de caju, com casca; 080132 – Castanha de caju, sem casca.

Fonte: ITC.

A castanha-de-caju brasileira é reconhecida mundialmente pela sua qualidade, sendo classificada majoritariamente como grande e média (180 a 240 unidades de castanha por libra), de cor clara e boa integridade. Entre 2015 e 2019, as exportações totais de castanha de caju do país cresceram 30,6% passando de 12,9 mil para 16,9 mil toneladas enquanto a produção nacional aumentou 18,7%<sup>14</sup>. Assim, com uma produção atual de 122,7 mil toneladas<sup>15</sup> de castanhas de caju, o comércio internacional possui baixa relevância nesse mercado, representando menos de 15,0% do total produzido no país.

A Austrália possui baixa relevância nas exportações do Brasil. Atualmente, o país figura-se na 16ª posição no ranking dos principais países compradores do produto brasileiro, representando apenas 0,5% do total das exportações do país. Entre os principais destinos das exportações brasileiras de castanha de caju estão Estados Unidos (35,2%), Canadá (12,8%) e Holanda (10,7%).

FIGURA 14. EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CASTANHA DE CAJU: VOLUME (TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DA AUSTRÁLIA NAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS



Fonte: ITC.

### 3.2 Principais concorrentes do Brasil no mercado australiano

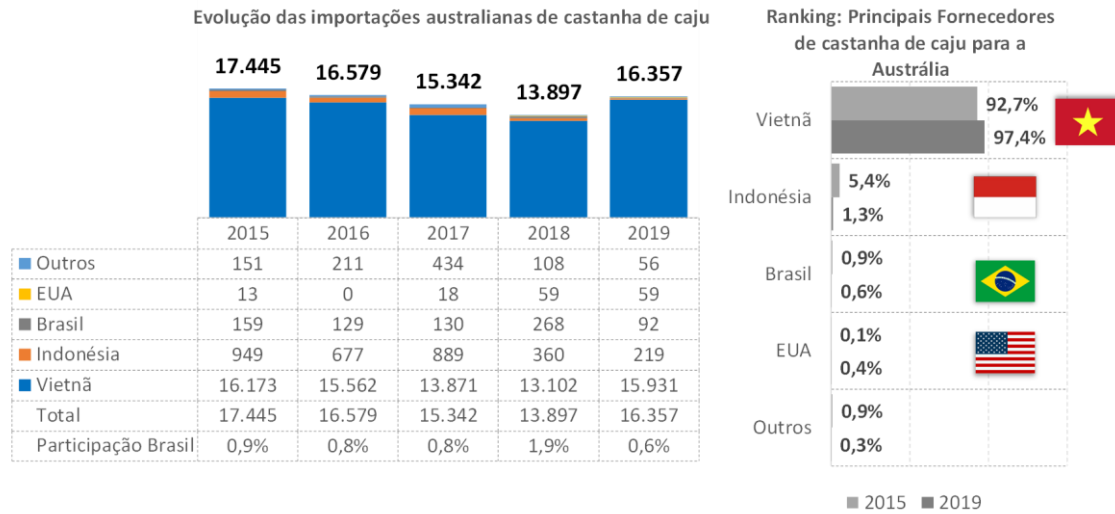
O Vietnã é o principal fornecedor de castanha de caju para Austrália, dominando o mercado com uma participação superior à 95%. O Brasil hoje ocupa a terceira posição no ranking dos principais fornecedores do produto, atrás da Indonésia. Entretanto, sua participação nesse mercado é inferior a 1%.

Entre 2015 e 2019, as exportações brasileiras para a Austrália decresceu a uma taxa média anual de 12,8%, sendo o indicador brasileiro prejudicado pelo desempenho do país em 2019, uma vez que o volume exportado ficou abaixo da média do observado nos últimos anos (média do período de 156 mil toneladas).

<sup>14</sup> Cabe ressaltar que entre 2012 e 2016 a região Nordeste, que concentra cerca de 90% da produção de caju no Brasil, passou por um período de severa estiagem, prejudicando a produção nacional e as exportações. Com a normalização do regime de chuvas na região a partir de 2017, produtores começaram a replantar seus pomares e a expectativa é que a produção nacional triplique até 2025.

<sup>15</sup> Conab/IBGE (2020).

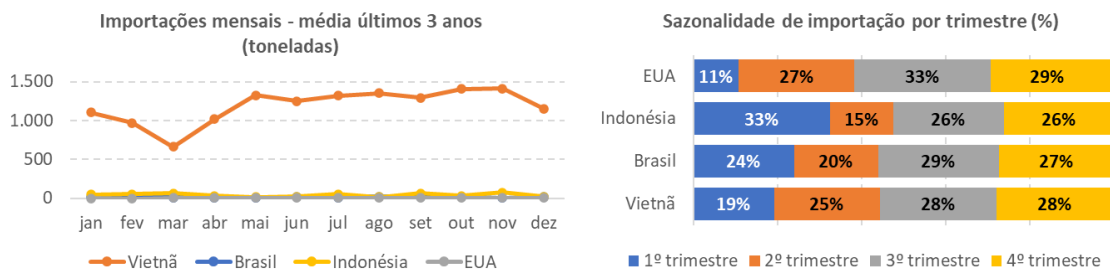
FIGURA 15. PRINCIPAIS CONCORRENTES NAS IMPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE CASTANHA DE CAJU: EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES POR PRINCIPAIS PAÍSES (TONELADAS)



Fonte: ITC.

As importações de castanha de caju pela Austrália são bem distribuídas ao longo de todo ano, com uma queda no primeiro trimestre. Na média dos últimos três anos, as exportações brasileiras se concentraram no terceiro trimestre, apesar de estarem bem distribuídas ao longo de todos os meses do ano.

FIGURA 16. SAZONALIDADE DE IMPORTAÇÃO DE CASTANHA DE CAJU NA AUSTRÁLIA (MÉDIA 2017, 2018 E 2019) – QUANTIDADE IMPORTADA POR MÊS (TONELADAS) E DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL POR TRIMESTRE (%)



Fonte: ITC.

### 3.3 Competitividade do produto brasileiro no mercado australiano

A importação de castanha de caju na Austrália é isenta de tarifa de importação independentemente da origem. Dessa forma, a diferença de competitividade entre os países se dá por outros aspectos como custo de produção, logística e especificações com relação à qualidade do produto.

Nesse mercado a qualidade é avaliada com base em 3 parâmetros: tamanho, cor e integridade da amêndoa da castanha de caju. A castanha brasileira é reconhecida mundialmente pela sua qualidade, sendo classificada majoritariamente como grande e média (180 a 240 unidades de castanha por libra), de cor clara e boa integridade. Em outros grandes países beneficiadores, como Índia e Vietnã, predominam as castanhas médias e pequenas e de cor mais escura<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> Alguns países africanos são produtores relevantes de castanha-de-caju, mas não contam com estrutura de beneficiamento. Assim, eles exportam as castanhas para serem beneficiadas majoritariamente na Índia e Vietnã.





melhor preço (EUA). Em 2015, os valores eram, respectivamente 7,01 US\$/kg contra 8,47 US\$/kg (Canadá).

Outro ponto positivo para fomentar a parceria é o de que a produção brasileira deve triplicar até 2025, recuperando-se da estiagem que assolou o Nordeste entre 2012 e 2016. Tal fato oferece mais segurança para o cumprimento dos contratos internacionais e também fomenta a busca por outros mercados. Visando ganhar espaço no mercado de snacks em países desenvolvidos, onde os consumidores se preocupam com saúde e questões ambientais, os produtores brasileiros também estão investindo na produção orgânica e sustentável. Esse apelo certamente é relevante para o mercado australiano.

FIGURA 17. OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA A CASTANHA-DE-CAJU BRASILEIRA NO MERCADO AUSTRALIANO

Dimensão	Aspectos positivos & Oportunidades	Aspectos negativos & Desafios
<b>Produto &amp; Mercado</b>	• Qualidade do produto brasileiro (tamanho, cor e integridade)	• Consumo per capita na Austrália diminuiu nos últimos 5 anos (mas se recuperou em 2019 em relação a 2018)
	• Produção brasileira vem se recuperando da estiagem que afetou a região produtora de caju entre 2012 e 2016	• Exportações brasileiras ainda são pouco expressivas e representam menos de 15% da produção nacional.
	• Até 2025 a produção brasileira deve triplicar, aumentando a disponibilidade de produto para exportação.	• Transações entre Brasil e Austrália ainda são irrelevantes. Brasil representa menos de 1% das importações australianas.
	• A Austrália consome muitas castanhas no geral e o consumo de castanha-de-caju é bem acima da média mundial	
<b>Comércio &amp; Acesso a Mercado</b>	• Não há incidência de impostos de importação para castanhas-de-caju na Austrália.	• Concorrência com Vietnã, um dos principais exportadores de castanhas-de-caju
	• Não existem barreiras nem questões de acesso a mercado para o produto brasileiro	• Proximidade do Vietnã em relação à Austrália pode oferecer vantagem competitiva ao país.
	• Produto brasileiro é competitivo no mercado em relação aos outros concorrentes	• Holanda, EUA e Canadá pagam cerca de 5,0% a mais pelo produto brasileiro e são foco dos exportadores
	• Mercado australiano remunera melhor do que o alemão (+2%) e o italiano (+3,5%)	
<b>Outros Fatores</b>	• Setor de castanhas de caju ainda carece de maior estruturação e políticas de crédito	• Inexistência de ações e programas setoriais para promoção do produto no mercado externo (ação individualizada das 3 grandes empresas)
	• Fomento para produção orgânica e sustentável para atender mercados e clientes mais exigentes	
	• Brasil consegue aproveitar outros usos do caju (suco, fibras para carne vegetal, concentrado, etc.), o que pode fornecer outras oportunidades de comércio.	

Fonte: Elaborado pelas autoras.

## OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES AUSTRALIANAS

## CAPÍTULO 7:

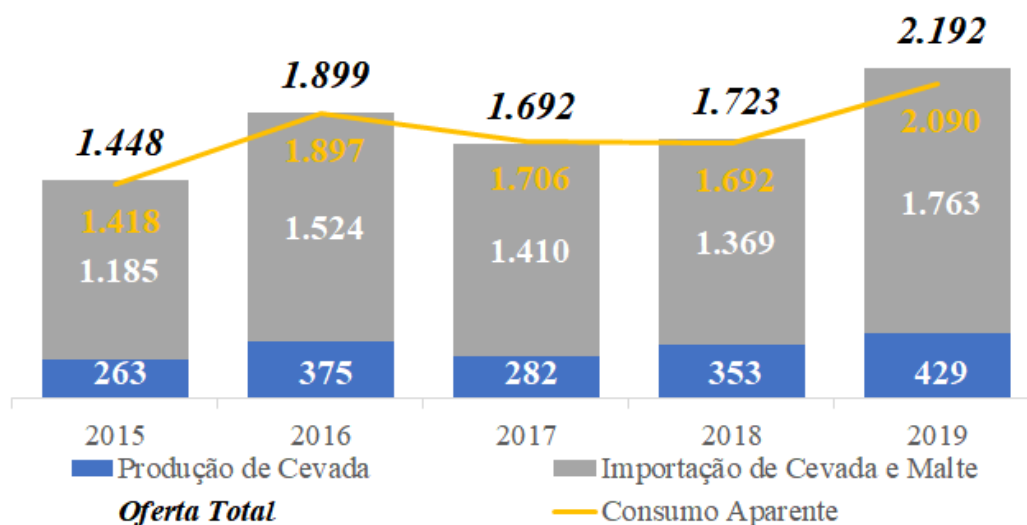
## CEVADA E MALTE: O CASAMENTO PERFEITO ENTRE A OFERTA AUSTRALIANA E A DEMANDA BRASILEIRA

Débora Simões, Larissa Liane Heidorn

## 1. Introdução

Entre 2015 e 2019 o mercado brasileiro de cevada e malte cresceu 51,3%, a uma taxa média anual de 10,7%, superando a marca de 2,0 milhões de toneladas no último ano. Esse aumento significativo é explicado principalmente pela explosão no número de cervejarias existentes no país. De acordo com o Anuário da Cerveja 2019, em 2015 existiam 315 estabelecimentos registrados no Brasil. Em 2019, esse número praticamente quadruplicou, chegando a 1.209.

Para suprir o consumo crescente, as importações de malte e cevada tiveram um aumento de aproximadamente 50% no mesmo período e são responsáveis por suprir mais de 80% do mercado brasileiro. A produção de cevada no Brasil também vem aumentando (63% no período ou 13% ao ano), mas a produção do cereal requer condições climáticas e de altitude específicas que não são facilmente encontradas no seu território. Além disso, o país possui poucas maltarias. Assim, as importações de cevada e malte devem continuar sendo fundamentais para sustentar a demanda interna.

FIGURA 1. MERCADO DE CEVADA E MALTE<sup>1</sup> NO BRASIL: OFERTA E DEMANDA (TONELADAS)

Fonte: Conab, ITC

Atualmente o Brasil importa mais malte do que cevada. Em 2019, do volume total importado desses produtos, o malte representou 62% e a cevada, 38%. Em termos monetários, o malte representa 74% do valor total importado. Toda a importação de cevada do país é de cevada cervejeira, ou seja, cevada adequada para ser transformada em malte<sup>2</sup>. Isso ocorre porque o

<sup>1</sup> Os dados de cevada correspondem ao NCM 1003.90 – cevada (excluindo semente) e os dados de malte correspondem ao NCM 1107 – malte torrado ou não torrado

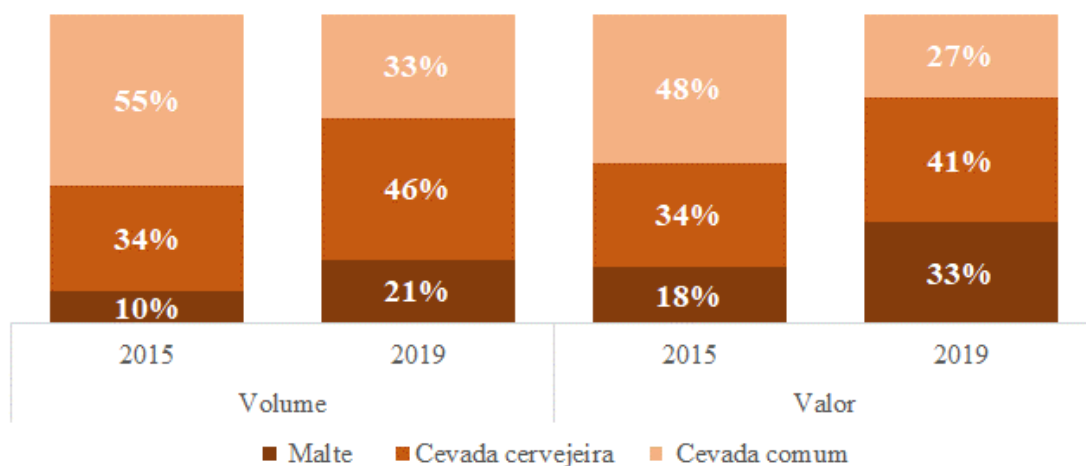
<sup>2</sup> A cevada cervejeira é regida por legislação específica e identificada, entre outros itens, pela escolha das variedades e pelas práticas de manejo adotadas durante a produção. Para atender o padrão de qualidade para maltagem, a cevada deve ter germinação mínima de 95% e atender outras exigências no que tange ao tamanho, teor de proteína e sanidade

complexo de cevada-malte no Brasil é totalmente voltado para a atender a demanda e exigências da indústria cervejeira, não existindo um mercado alternativo para consumir grandes volumes de produto fora dos padrões requeridos (Embrapa, 2012<sup>3</sup>; Antoniazzi, 2020<sup>4</sup>). Em outras palavras, quase não há mercado para cevada comum.

Do lado australiano, o país encontra-se entre os 5 maiores produtores e exportadores de cevada no mundo. Considerando apenas cevada cervejeira, a Austrália é a maior fornecedora mundial com participação superior a 40% no comércio internacional mesmo com as quedas recentes no volume exportado devido à seca que atingiu o país. Em 2019, as exportações de cevada somaram US\$ 726,6 milhões para a Austrália, representando 21% do valor total das exportações australianas de cereais. Já o malte, em 2019, correspondeu a 49% das exportações de produtos da indústria de moagem na Austrália, com o valor de US\$ 355,1 milhões.

Analisando os produtos separadamente, tanto em volume como em valor, a cevada possui maior expressão que o malte nas exportações australianas. Contudo, as exportações de malte apresentaram aumento ao longo dos últimos anos e as de cevada redução. Por ser um produto de maior valor agregado, a participação do malte tem crescido principalmente em aspectos monetários. (Figura 2).

FIGURA 2. EVOLUÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DE MALTE E CEVADA NAS EXPORTAÇÕES AUSTRALIANAS – 2015 E 2019



Fonte: ITC

As relações comerciais entre Brasil e Austrália no mercado de cevada e malte é incipiente. No período analisado, 2019 foi o único ano em que ocorreram transações entre os dois países. Segundo os dados brasileiros, a Austrália representou 0,9% do volume de cevada e malte importado pelo Brasil. Por outro lado, para a Austrália o Brasil apresentou uma participação de 1,3% na quantidade de cevada e malte exportada em 2019. Embora os números sejam baixos, o início de alguma relação comercial entre os países pode ampliar o fluxo de produtos. Vale destacar

dos grãos. Geralmente a produção ocorre no sistema de contrato entre produtores e a indústria cervejeira. No caso do produto importado, os contratos comerciais também especificam os critérios mínimos de qualidade. Produtos fora do padrão são destinados para uso indústria de alimentos, fabricação de ração ou forragem animal.

<sup>3</sup> Embrapa. [http://www.cnpt.embrapa.br/biblio/do/p\\_do139\\_5.htm](http://www.cnpt.embrapa.br/biblio/do/p_do139_5.htm)

<sup>4</sup> Antoniazzi, Noemir. <https://engarrafadormoderno.com.br/ingredientes/cultivo-da-cevada-cervejeira-no-brasil-evolucao-e-tendencias>

que a Austrália busca implementar uma estratégia de diversificação de clientes para diminuir a dependência da China (AEGIC, 2020)<sup>5</sup>. Além disso, após a China adotar medidas antidumping contra a cevada australiana, encontrar novos parceiros comerciais torna-se essencial para o país<sup>6</sup>.

Assim, o objetivo dessa seção será avaliar a dinâmica e características dos mercados de cevada cervejeira e malte para identificar oportunidades existentes para comércio entre os dois países. A cevada comum (não cervejeira), apesar de representar aproximadamente um terço das exportações australianas, não será tratada como uma oportunidade, uma vez que não são relevantes nas importações brasileiras.

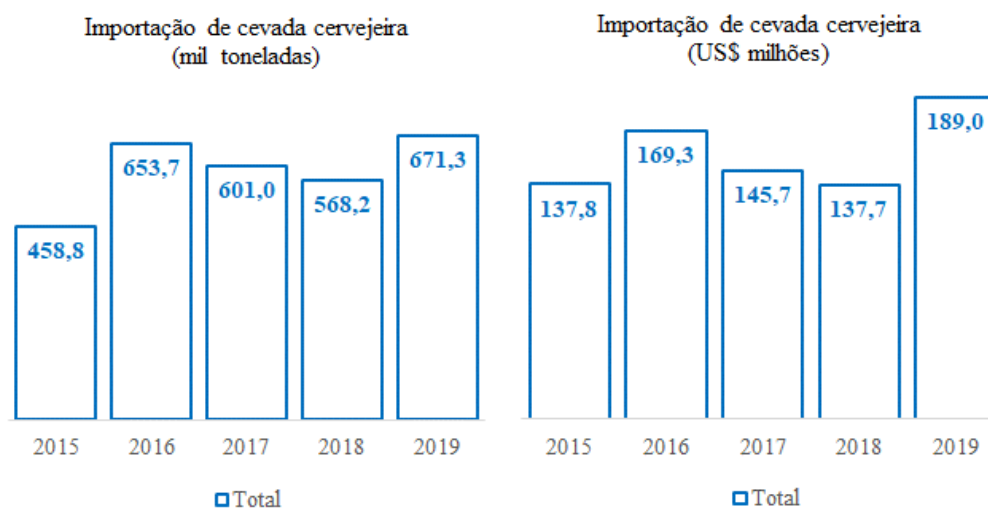
## 2. Cevada cervejeira: Características e Oportunidades de Mercado<sup>7</sup>

### 2.1 Panorama sobre o comércio de cevada cervejeira no Brasil e Austrália

Segundo dados da Embrapa, o segmento cevada-malte brasileiro é constituído por três maltarias, com capacidade atual de produção de malte estimada em 700 mil toneladas por ano. Já considerando quebras e necessidade de semente, o volume equivalente de cevada para movimentar essa indústria é estimado em 942 mil toneladas, sendo que as importações historicamente representam mais de 60% desse montante.

O Brasil é o segundo maior importador de cevada cervejeira no mundo, com participação de 11%, atrás apenas da China, com 40% das importações. De 2015 a 2019, o volume importado pelo Brasil cresceu 46,3% (10,0% ao ano), resultando em 671,3 mil toneladas ou US\$ 189,0 milhões em 2019. Como mencionado anteriormente, o crescimento anual na casa de dois dígitos foi sustentado pelo aumento no número de cervejarias registradas no país.

FIGURA 3. EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CEVADA CERVEJEIRA: VOLUME (MIL TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES).



Fonte: ITC.

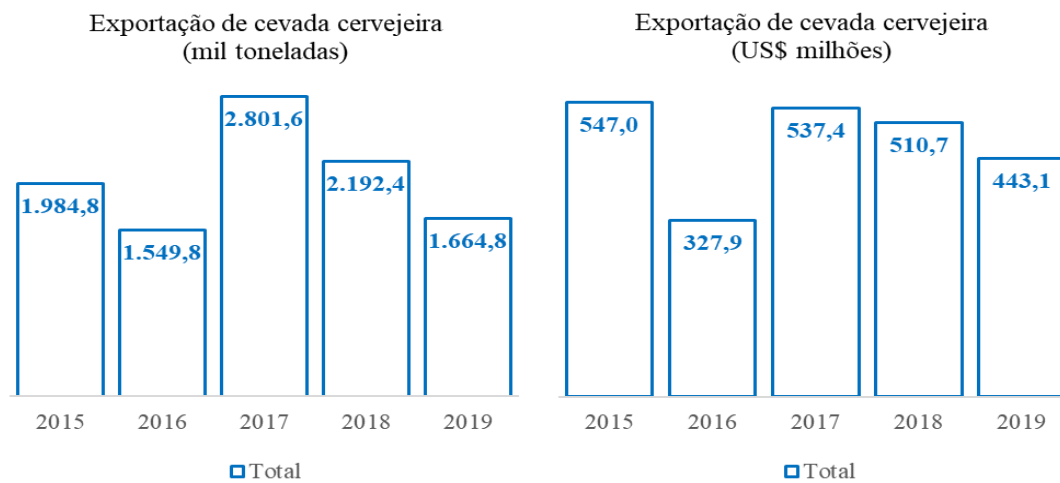
<sup>5</sup> Australian Export Grains Innovation Centre [https://www.aegic.org.au/wp-content/uploads/2020/09/AEGIC\\_Barley-2030\\_LR.pdf](https://www.aegic.org.au/wp-content/uploads/2020/09/AEGIC_Barley-2030_LR.pdf)

<sup>6</sup> Em maio de 2020, a China impôs uma margem de dumping de até 73,6% e uma margem de subsídio de até 6,9% sobre toda a cevada importada da Austrália.

<sup>7</sup> Dados: NCM 100391 e AHECC 10039010 – cevada cervejeira (excluindo semente).

Neste período não foram registradas importações de cevada da Austrália para o Brasil, muito embora o país seja o principal fornecedor global do produto, representando cerca de 40% das exportações totais mesmo com o recuo observado a partir de 2017, reflexo das secas que atingiram as principais regiões produtoras<sup>8</sup>. China (87,0%), Japão (6,6%) e Vietnã (5,9%) são os principais destinos da cevada cervejeira australianas. As exportações absorvem de 65% a 70% de toda produção de cevada cervejeira na Austrália, sendo fundamental para sustentar o mercado<sup>9</sup>. De acordo com a Barley Austrália, uma associação de empresas do setor de cevada e malte, a Austrália tem uma ótima reputação no mercado internacional por fornecer uma cevada de alta qualidade em um ambiente favorável, garantindo um produto com baixo teor de umidade e níveis baixíssimos de contaminantes<sup>10</sup>.

FIGURA 4. EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE CEVADA CERVEJEIRA: VOLUME (MIL TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES)



Fonte: ITC.

## 2.2 Principais fornecedores para o mercado brasileiro

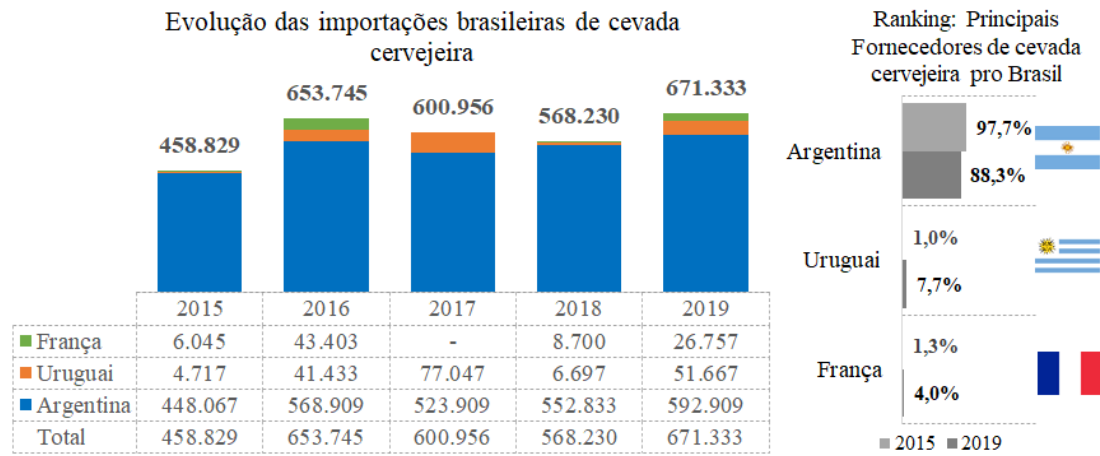
Nos últimos cinco anos, as importações brasileiras de cevada cervejeira foram supridas por três países: Argentina, Uruguai e França. A Argentina é o principal fornecedor do produto, sendo responsável atualmente por 88,3% dos embarques, seguida pelo Uruguai (7,7%) e França (4,0%).

<sup>8</sup> Grain Central. <https://www.graincentral.com/markets/export/australia-needs-to-diversify-barley-markets-aegic/>

<sup>9</sup> Barley Australia. <https://www.barleyaustralia.com.au/industry/barley/>

<sup>10</sup> Barley Australia. <https://www.barleyaustralia.com.au/industry/barley/>

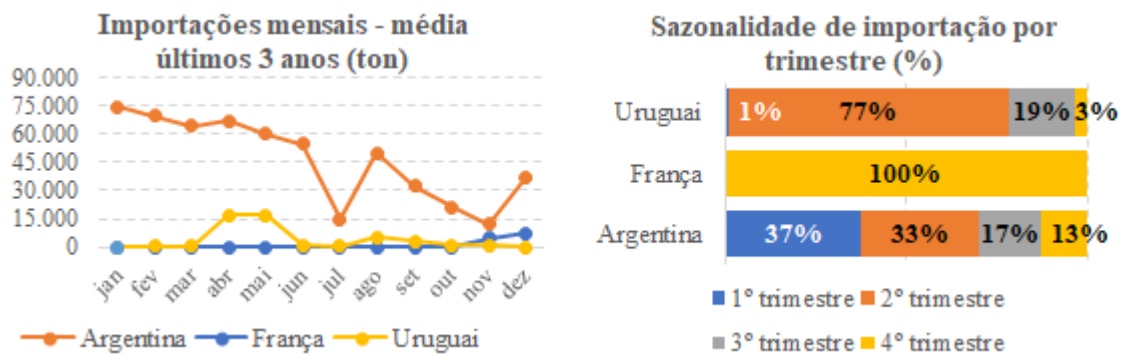
FIGURA 5. PRINCIPAIS FORNECEDORES DE CEVADA CERVEJEIRA PARA O BRASIL: EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES POR PRINCIPAIS PAÍSES (TONELADAS)



Fonte: ITC.

As importações de cevada no Brasil concentram-se no primeiro semestre do ano (69,3% do total anual). Isso ocorre devido ao período de colheita da cevada na Argentina e Uruguai, entre os meses de novembro, dezembro e janeiro. A cevada da França, que possui um calendário diferente por estar no hemisfério norte, costuma ser entregue no último trimestre, o que minimiza o déficit de oferta no Brasil. No caso Australiano, a disponibilidade de cevada ocorre entre os meses de outubro à dezembro. É um período similar ao da Argentina, mas com um mês de antecipação, o que poderia permitir ao país aproveitar um período de baixa oferta no mercado brasileiro.

FIGURA 6. SAZONALIDADE DE IMPORTAÇÃO DE CEVADA CERVEJEIRA NO BRASIL (MÉDIA 2017, 2018 E 2019) – QUANTIDADE IMPORTADA POR MÊS (TONELADAS) E DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL POR TRIMESTRE (%)



Fonte: ITC.

### 2.3 Competitividade do produto australiano no mercado brasileiro

A cevada proveniente da Argentina e do Uruguai são isentas de tarifa de importação no Brasil devido aos acordos do Mercosul. Caso a Austrália exporte para o país, terá que pagar uma tarifa ad valorem de 10%, assim como ocorre com a França. Essa é a alíquota base que o Brasil

registrou na OMC (também conhecida como tarifa MFN<sup>11</sup>) e coloca o produto australiano em desvantagem.

TABELA 1. TARIFAS DE IMPORTAÇÃO PARA CEVADA CERVEJEIRA

País importador	País exportador	Tarifa MFN	Tarifa efetiva aplicada
Brasil	Argentina	10%	0%
	Uruguai	10%	0%
	França	10%	10%
	Austrália	10%	10%

Fonte: ITC.

Em 2019 o preço médio da cevada importada foi bastante similar entre Argentina e França, mesmo considerando o imposto de importação sobre o produto francês. Geralmente, o produto uruguaio é o que apresenta um ágio em relação aos demais devido a especificidades de contrato e à vantagem em custo logístico pela possibilidade de utilização de ferrovia para chegar até às maltarias no Brasil.

TABELA 2. PREÇOS DE IMPORTAÇÃO DE CEVADA CERVEJEIRA PELO BRASIL (US\$/T)

US\$/t	Preço CIF					Preço CIF + Imposto de importação					
	Ano	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina		300,75	253,66	239,33	241,02	281,08	300,75	253,66	239,33	241,02	281,08
Uruguai		290,84	309,49	263,52	278,33	300,29	290,84	309,49	263,52	278,33	300,29
França		279,91	279,61	-	292,99	255,11	307,90	307,58	-	322,29	280,62

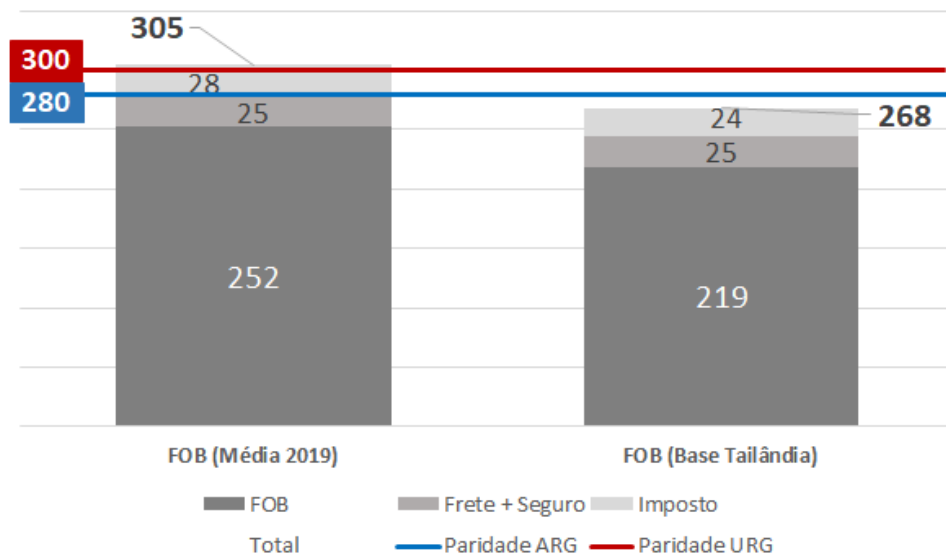
Fonte: ITC.

Para conseguir ganhar espaço no mercado brasileiro, o produto australiano deve chegar a preços competitivos em relação aos demais fornecedores, entre 280 e 300 US\$/t. Considerando uma média de preço FOB da cevada cervejeira australianas a 252 US\$/t em 2019, custos de frete e seguros na casa de aproximadamente 25 US\$/t<sup>12</sup> e o imposto de importação de 10%, o produto custaria no Brasil 304 US\$/t, ou seja, mais caro do que o dos demais fornecedores. Contudo, ao avaliar o preço que a Austrália cobra da Tailândia (219 US\$/t), seu terceiro principal mercado, é possível afirmar que há espaço para negociação para que o produto australianos consiga competir no Brasil.

<sup>11</sup> Tarifas MFN (Most Favored Nation) são as que os países prometem impor às importações de outros membros da OMC, a menos que o país faça parte de um acordo comercial preferencial (como uma área de livre comércio ou união aduaneira). Isso significa que, na prática, as taxas MFN são as mais altas (mais restritivas) que os membros da OMC cobram uns dos outros

<sup>12</sup> Custo estimado com base nos custos para transporte de soja entre Brasil e China ajustado pela diferença de distância.

FIGURA 7. PARIDADE DE COMPETITIVIDADE DO PRODUTO AUSTRALIANO COM ARGENTINA E URUGUAI (US\$/T)



Fonte: Calculado pelas autoras com base nos dados do ITC e USDA.

Cabe ressaltar, no entanto, que a cevada australiana não consta na Lista de Produtos Vegetais de Importação Autorizada – PVIA pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. Isso significa que ela não tem autorização para entrar no mercado brasileiro. Para que isso ocorra, é necessária a realização de uma Análise de Risco de Pragas – ARP para o estabelecimento dos requisitos fitossanitários que devem ser seguidos pelo país exportador. Nesse caso, o pedido da ARP deve ser protocolado pela Austrália para que o Brasil dê início ao processo. Além disso, há uma série de 44 medidas – itens relacionados às especificações de inspeções, testes e qualidade, por exemplo – que devem ser atendidas para o produto entrar no Brasil.

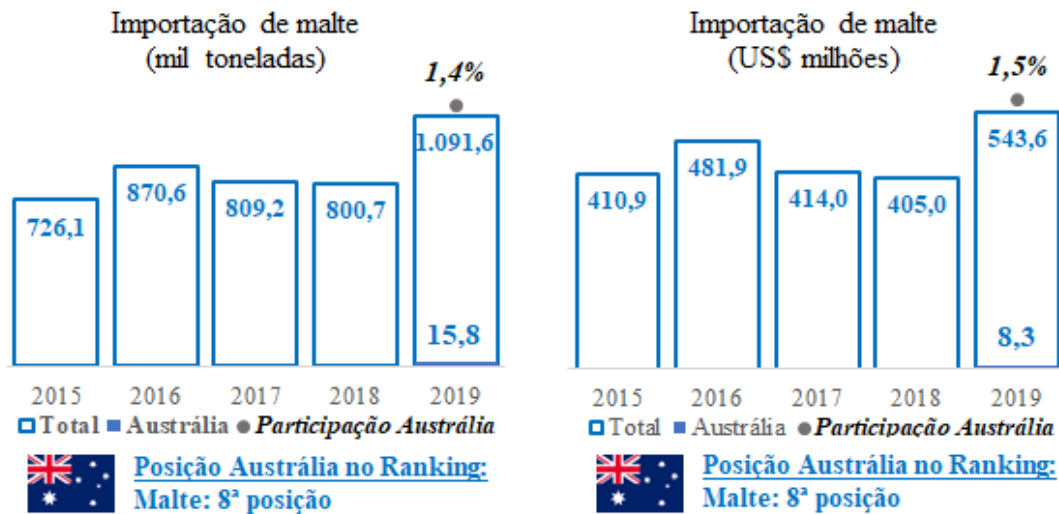
### 3. Malte: Características e Oportunidades de Mercado

#### 3.1 Panorama sobre o comércio de malte entre Austrália e Brasil

O Brasil é o maior importador de malte do mundo. As importações representam um pouco mais de 70% do mercado de malte brasileiro e, dadas as limitações das maltarias locais, essa relevância deve continuar e até aumentar nos próximos anos. Seguindo o aumento das cervejarias no país, entre 2015 e 2019, o volume importado de malte no Brasil cresceu mais de 50,0% a uma taxa de 10,7% ao ano. Em 2019, as importações registraram o recorde do setor superando a marca de 1,0 milhão de toneladas do produto e movimentando US\$ 543,6 milhões.,

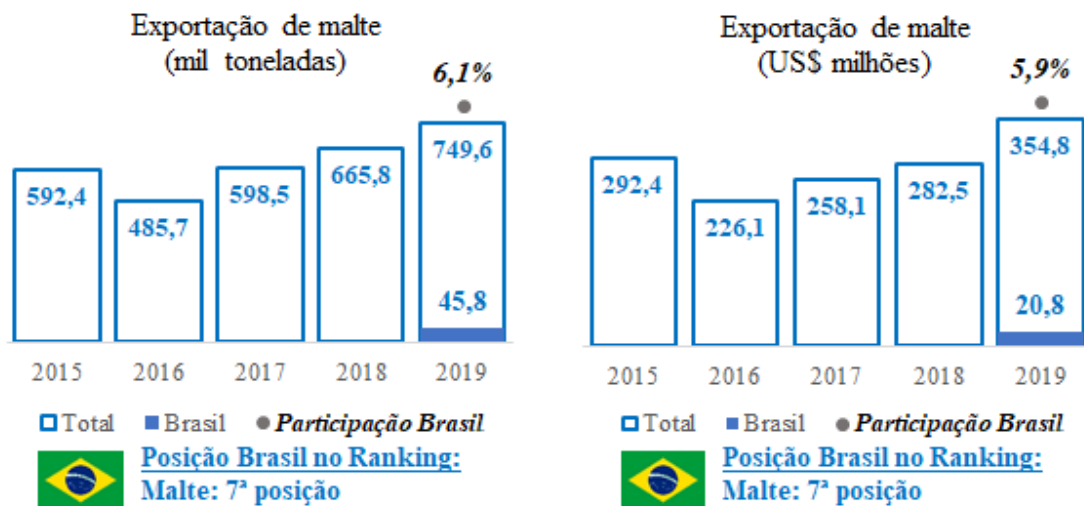
Um ponto importante para as relações bilaterais entre Brasil e Austrália é que em 2019 iniciou-se um fluxo comercial de malte entre os dois países. O volume registrado foi de 15,8 mil toneladas (US\$ 8,3 milhões), representando 1,4% do volume total importado pelo Brasil.

FIGURA 8. EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE MALTE NÃO TORRADO INTEIRO: VOLUME (MIL TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DA AUSTRÁLIA NO MERCADO BRASILEIRO.



Fonte: ITC.

No mesmo período a Austrália registrou um crescimento de 26,5% na exportação de malte, chegando em 2019 a um volume de 749,6 mil toneladas e valor de US\$ 354,8 milhões. Com a comercialização de 2019, registrada em 45 mil toneladas, o Brasil passou a ser 7º mercado importador de malte da Austrália, representando 6,1% em volume e 5,9% em valor das exportações. Vietnã (31,6%), Coréia do Sul (13,7%) e Japão (11,7%) são os principais destinos do malte australiano. O Brasil é o principal importador do malte australiano no ocidente<sup>13</sup>.

FIGURA 9. EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE MALTE<sup>14</sup>: VOLUME (MIL TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES) E PARTICIPAÇÃO DO BRASIL NAS EXPORTAÇÕES AUSTRALIANAS

Fonte: ITC.

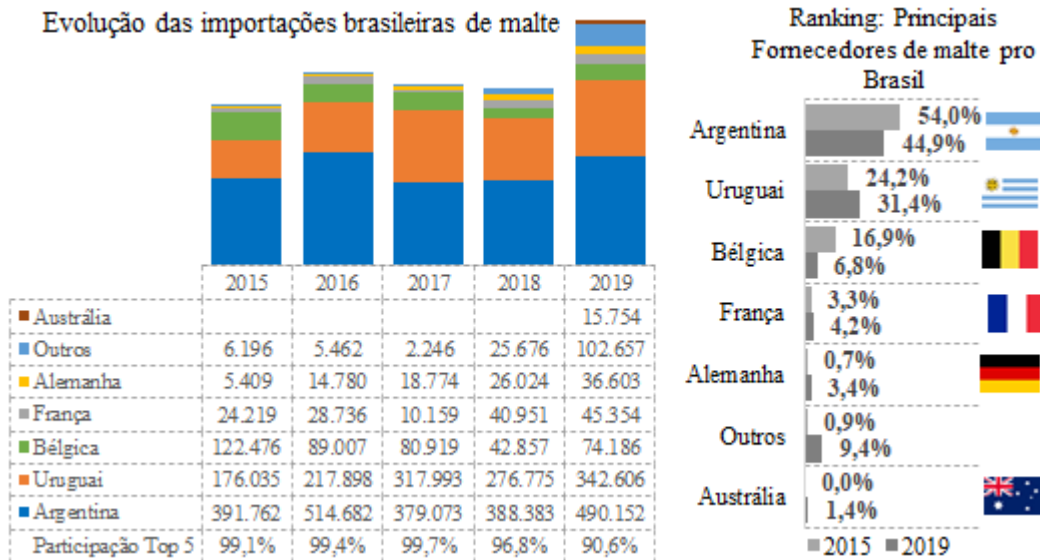
<sup>13</sup> O valor de 45,8 mil toneladas registrado na base de exportação australianas é diferente das 15,8 mil toneladas registradas na base de importação do Brasil conforme dos dados do ITC. Essas diferenças podem ser explicadas pelo período de registro de saída da mercadoria da Austrália e período da nacionalização do produto no Brasil.

<sup>14</sup> NCM: 1107 – malte torrado ou não

### 3.2 Principais concorrentes do Austrália no mercado brasileiro

Argentina e Uruguai são os principais fornecedores de malte para o Brasil e representam mais de 75% das compras do país no mercado internacional. Além deles, os países europeus são parceiros importantes para suprir a demanda brasileira em períodos em que a produção no hemisfério sul diminui. Em 2019, a Austrália surge como uma nova origem das importações brasileiras de malte, contribuindo com 1,4% do volume total, um montante interessante para um primeiro ano de negociação entre os países.

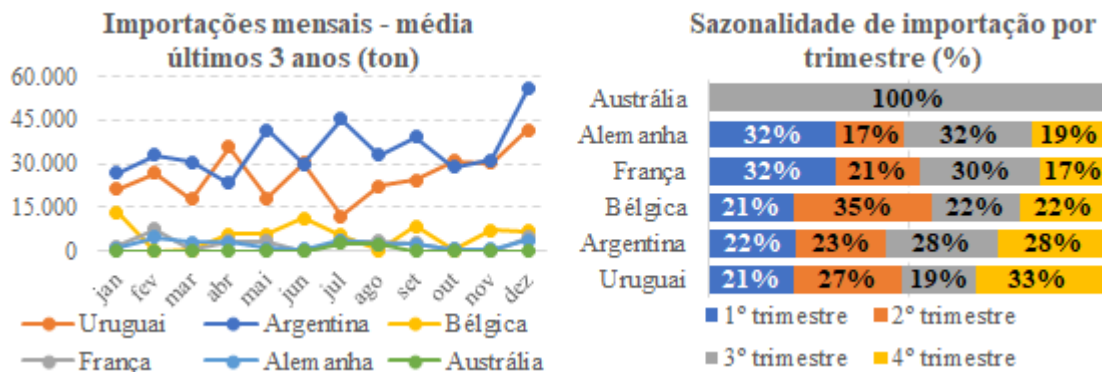
FIGURA 10. PRINCIPAIS CONCORRENTES NAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE MALTE: EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES POR PRINCIPAIS PAÍSES (TONELADAS)



Fonte: ITC.

O Brasil compra malte de forma bem distribuída ao longo de todo o ano, com uma leve redução nos meses próximos ao inverno, quando o consumo de cerveja cai no país. Há uma diferença, no entanto, na sazonalidade de compras oriundas dos países do Mercosul e da Europa em função do calendário de plantio da cevada e consequente produção de malte em cada região. Em relação ao malte australiano, as entregas ocorreram nos meses de julho e agosto. O volume de transacionado ainda é incipiente para avaliarmos a sazonalidade correta, mas espera-se uma oferta concentrada no segundo semestre como a dos demais países do hemisfério sul.

FIGURA 11. SAZONALIDADE DE IMPORTAÇÃO DE MALTE NO BRASIL (MÉDIA 2017, 2018 E 2019) – QUANTIDADE IMPORTADA POR MÊS (TONELADAS) E DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL POR TRIMESTRE (%)



Fonte: ITC.

### 3.3 Competitividade do produto australiano no mercado brasileiro

Considerando os principais concorrentes da Austrália no mercado brasileiro, o malte da Argentina e do Uruguai são isentos de tarifa de importação devido aos acordos do Mercosul. Bélgica, França, Alemanha e Austrália pagam uma tarifa ad-valorem de 14%, conforme os compromissos internacionais do Brasil. Vale destacar que o Brasil cobra uma tarifa mais elevada para o malte do que para a cevada, o que pode ser um mecanismo para estimular a indústria nacional.

TABELA 3. TARIFAS DE IMPORTAÇÃO PARA O MALTE NÃO TORRADO INTEIRO.

País importador	País exportador	Tarifa MFN	Tarifa efetiva aplicada
Brasil	Argentina	14%	0%
	Uruguai	14%	0%
	Bélgica	14%	14%
	França	14%	14%
	Alemanha	14%	14%
	Austrália	14%	14%

Fonte: ITC.

A incidência de impostos prejudica a competitividade do malte australiano no mercado brasileiro. A partir do preço CIF (Cost, Insurance and Freight, sigla em inglês) de 2019 é possível observar o produto australiano consegue chegar ao mercado brasileiro de forma competitiva em relação ao Uruguai, mesmo com os custos adicionais de transporte por causa da distância. Entretanto, a incidência de tarifa faz com que o produto australiano se torne o mais caro do mercado (Tabela 4).

TABELA 4. PREÇOS DE IMPORTAÇÃO DE MALTE<sup>15</sup> PELO BRASIL (US\$/KG)

US\$/t	Preço CIF					Preço CIF + Imposto de importação					Δ = Preço concorrente - Preço Austrália (2019)	
	Ano	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018		2019
Argentina		600,1	579,9	517,6	512,8	500,3	600,1	579,9	517,6	512,8	500,3	-98,0
Uruguai		613,8	577,1	539,8	527,1	526,7	613,8	577,1	539,8	527,1	526,7	-71,6
Bélgica		410,3	399,7	384,4	392,7	426,1	467,7	455,7	438,2	447,6	485,7	-112,6
França		415,3	397,0	409,8	391,2	385,1	473,5	452,6	467,1	446,0	439,0	-159,2
Alemanha		568,6	472,0	464,5	482,7	484,3	648,2	538,1	529,5	550,3	552,1	-46,2
Austrália		-	-	-	-	524,8	-	-	-	-	598,3	-

Fonte: ITC.

Como o volume movimentado entre Brasil e Austrália foi pequeno, isso pode ter afetado o preço do produto e do frete marítimo, atrapalhando a referência com os demais países. Para conseguir competir no mercado brasileiro com Argentina e Uruguai, o produto australiano deveria chegar aos portos custando entre 440 US\$/t e 460 US\$/t<sup>16</sup>. Esse preço representa uma diferença de US\$ 84 a 64 por tonelada em relação ao preço CIF observado em 2019 e poderia ser factível por meio de desconto no preço de venda do produto ou na negociação de frete. O ágio só deve ser bem aceito no Brasil caso o malte australiano seja muito específico para atender um mercado de

<sup>15</sup> NCM: 11071010 – malte não torrado inteiro ou partido.

<sup>16</sup> Valor calculado com base no preço CIF da Austrália e Uruguai retirando 14% referente à taxa de imposto de importação

nicho, tenha qualidade muito superior à de outros fornecedores ou capacidade de suprir a demanda brasileira em momentos de baixa oferta dos concorrentes.

#### **4. Perspectivas para o comércio de cevada e malte entre Brasil e Austrália**

A Austrália é um player importante na produção e exportação de cevada cervejeira e malte, mesmo com a retração na produção verificada nos últimos anos. Além disso, o país é reconhecido pela alta qualidade dos produtos, com baixa umidade e níveis insignificantes de contaminação. Entretanto, o setor passa por um momento turbulento uma vez que a China adotou medidas antidumping contra os produtos australianos. O fato é agravado pelo acordo comercial assinado entre China e Estados Unidos, favorecendo o comércio de grãos americano e melindrando ainda mais o fluxo de cevada para a China.

Desse modo, a Austrália já desenha uma estratégia para desenvolver novos mercados e diversificar seus compradores para diminuir a forte dependência do mercado chinês, tanto para cevada como para o malte. No relatório publicado pela Australian Export Grains Innovation Centre – AEGIC (2020), as ações sugeridas focaram nos países asiáticos, como Nova Zelândia, Japão, Coreia do Sul e Tailândia. Em nenhum momento o mercado brasileiro foi tratado como uma oportunidade no relatório. Entretanto, ao analisar o mercado brasileiro mais de perto, há um potencial que pode ser explorado entre os dois países.

O Brasil é o segundo maior importador de cevada cervejeira e o maior comprador de malte no mercado internacional e o mercado aqui continua crescendo a taxas anuais na casa de dois dígitos. De acordo com o Anuário da Cerveja 2019, “o grande crescimento no número de registros de cervejaria e cervejas se mostra sustentado em décadas e não percebe desaceleração desse movimento” (MAPA, 2020). Caso o ritmo de crescimento se mantenha, a perspectiva do MAPA é a de que o número de cervejarias deve triplicar até 2025, superando a marca de 3.000 estabelecimentos.

O volume de cevada importado pelo Brasil atualmente é muito próximo ao que a indústria de maltaria é capaz de absorver, já considerando a produção nacional na casa de 400 mil toneladas. Contudo, a Ambev tem intenção de construir uma nova maltaria no Sudeste e as cooperativas Frísia, Capal, Agrária e Bom Jesus anunciaram em novembro de 2020 um projeto conjunto para construção de uma nova maltaria no estado do Paraná com capacidade de produção de 240 mil toneladas ano. Apenas o investimento das cooperativas teria o potencial de movimentar um volume adicional de 320 mil toneladas de cevada por ano. Enquanto as novas instalações não se concretizam, as importações de malte são essenciais para suprir a demanda das novas cervejarias.

O mercado brasileiro é altamente dependente da produção argentina, que representa cerca de 88% das importações de cevada e 45% das de malte. Entretanto, a instabilidade política e a situação econômica no país vizinho são riscos que devem ser considerados pela indústria brasileira, a qual também deve estar preparada para diversificar seus fornecedores. A Austrália seria um casamento perfeito, mas para que essa parceria se estreite, ainda existem etapas básicas a serem cumpridas, como o processo de autorização da entrada da cevada australiana no país. Esse processo é demorado, mas deveria entrar na pauta, pois pode ajudar a minimizar riscos existentes dos dois lados.

Enquanto as transações de cevada não podem ocorrer, em 2019 houve transações de malte entre Brasil e Austrália, o que representa um primeiro passo para estreitar as relações. Para que o fluxo se torne recorrente, é necessário, no entanto, que o produto australiano chegue ao Brasil com preços competitivos. Nesse sentido, os países poderiam iniciar negociações para acordos comerciais que pudessem diminuir a tarifa incidente sobre o produto australiano.

O contexto atual é muito favorável para fomentar o fluxo de cevada e malte da Austrália para o Brasil. Entretanto, não há protocolos necessários para permitir que esse comércio se estabeleça de forma mais significativa. Entretanto, o potencial está colocado. Agora, cabe aos governos dos dois países estabelecerem um diálogo para que possam chegar a um acordo que beneficie tanto os australianos como os brasileiros.

FIGURA 12. OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA CEVADA E MALTE AUSTRALIANOS NO MERCADO BRASILEIRO

Dimensão	Aspectos positivos & Oportunidades	Aspectos negativos & Desafios
<b>Produto &amp; Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Qualidade do produto australiano (baixa umidade e baixa contaminação) é reconhecida como uma das melhores do mundo.</li> <li>Austrália é um grande produtor e fornecedor de cevada e malte, enquanto o Brasil é um dos maiores importadores mundiais desses produtos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Produção australiana diminui nos últimos anos devido ao problema de seca e falta de água.</li> <li>Brasil e Austrália não são parceiros comerciais nesse mercado. Apenas em 2019 foi registrada movimentação de malte.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Importação brasileira de cevada e malte cresceu a taxas superiores a 10% nos últimos anos e essa tendência deve continuar</li> <li>Até 2025 o número de cervejarias no Brasil deve triplicar, puxado pelas cervejarias artesanais. Isso aumenta a demanda por malte importado.</li> <li>Há perspectiva para instimento em 2 novas maltarias, o que beneficia o comércio de cevada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Austrália foca suas ações na Ásia (especialmente na China), enquanto o Brasil pensa sua estratégia de abastecimento com olhos na Argentina, Uruguai e Europa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Com preços FOB semelhantes aos pagos pela Tailândia, mas abaixo da média de venda da Austrália, o produto australiano consegue competir no mercado brasileiro.</li> <li>O comércio de malte tem o potencial de se desenvolver mais rápido do que o de cevada, o que diminui a distância e o desconhecimento entre os dois países.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Concorrência com Argentina e Uruguai, que se beneficiam do Mercosul (não pagam imposto) e são fornecedores de longa data do Brasil</li> <li>Há incidência de imposto de importação de 10% para cevada e 14% para o malte, afetando a competitividade do produto australiano.</li> <li>Cevada australiana não tem autorização para entrar no mercado brasileiro. É necessária a realização de uma Análise de Risco de Pragas – ARP.</li> </ul>
<b>Outros Fatores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas adotadas pela China fez com que a Austrália adotasse como meta a diversificações dos mercados compradores.</li> <li>Incertezas com relação ao cenário político e econômico na Argentina pode trazer riscos para a produção de cevada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não há nenhuma ação mais concreta para fomentar o fluxo comercial de cevada e malte entre os dois países. Nem mesmo o pedido para ARP.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelas autoras.

## OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES AUSTRALIANAS CAPÍTULO 8:

### TRIGO: COMPETITIVIDADE E QUESTÕES BUROCRÁTICAS AFETAM O PRODUTO AUSTRALIANO

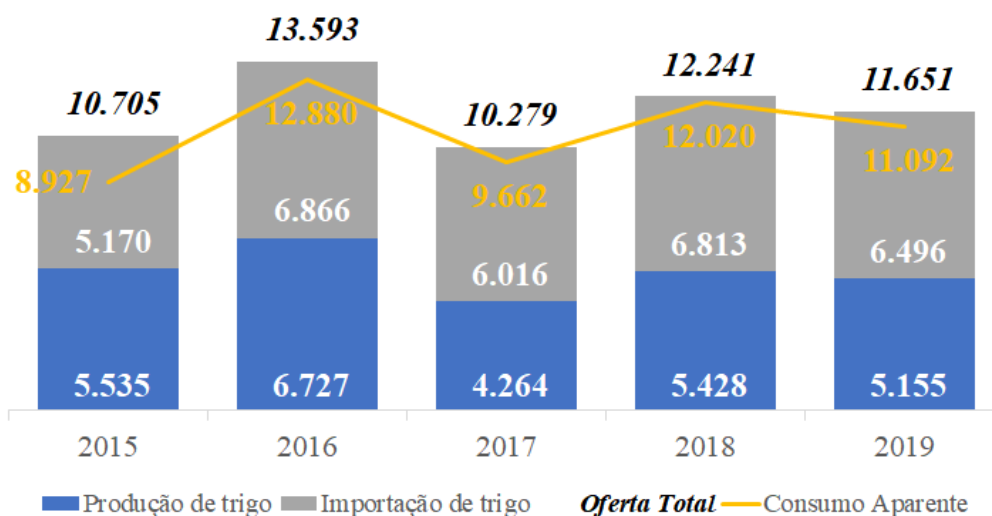
Débora Simões, Heloisa Melo, Larissa Liane Heidorn

#### 1. Introdução: o mercado de trigo no Brasil

O mercado de trigo no Brasil – incluindo o uso na alimentação humana, indústria e ração animal – movimenta cerca de 12 milhões de toneladas de produto por ano, o que torna o país o 10º maior mercado consumidor do mundo com participação de 1,63% (FAS/USDA, 2020). Aproximadamente, 45% do mercado é atendido pela produção doméstica e 55% pelas importações.

De 2015 a 2019, o consumo brasileiro de trigo cresceu 24,3% (5,6% ao ano). Para suprir o consumo crescente, as importações de trigo tiveram um aumento de mesma proporção (25,6% ou 5,9% ao ano) enquanto a produção nacional diminuiu 6,9% nesse período. Há fatores econômicos e agrônômicos que limitam a expansão de área e a qualidade de trigo produzido no Brasil<sup>1</sup>.

FIGURA 1. MERCADO DE TRIGO<sup>2</sup> NO BRASIL: OFERTA E DEMANDA<sup>3</sup> (MIL TONELADAS)



Fonte: Conab, ITC

O consumo per capita de trigo no Brasil é bem inferior à média mundial. Em 2019/20 cada brasileiro consumiu uma média de 55 kg de trigo contra 79 kg por habitante no mundo. Essa

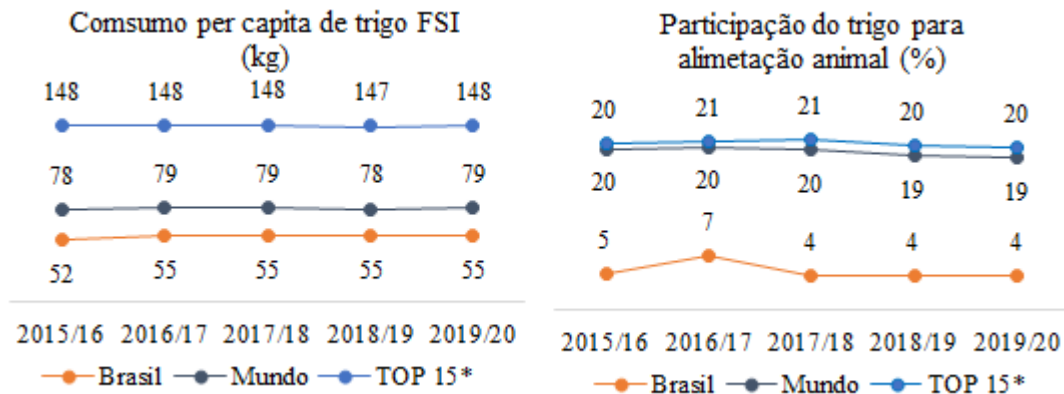
<sup>1</sup> Nas regiões sudeste, centro-oeste e no norte do Paraná há a forte concorrência com o milho safrinha, cultura que vêm ano após ano ganhando mais área no Brasil. Na metade sul do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, além do fator econômico, há o fator agrônômico da rotação de culturas, evitando plantar duas gramíneas no mesmo talhão. Em muitas áreas o produtor opta por plantar o milho verão, e dificilmente plantará trigo na segunda safra para evitar a propagação de pragas e doenças comuns a essa mesma família de plantas (Poaceae). Entretanto, a depender da relação de preços entre trigo e milho, alguns produtores eventualmente decidem plantar milho para aproveitar oportunidades, aumentando a produção doméstica como ocorreu em 2016.

<sup>2</sup> Os dados de trigo correspondem ao NCM 1001.

<sup>3</sup> Demanda estimada com base no consumo aparente, calculado pelos autores a partir dos dados da FAO e ITC. Consumo aparente = produção + importação – exportação.

diferença no consumo deve-se aos hábitos alimentares dos brasileiros que usam outras fontes energéticas o arroz, o milho e a mandioca. Além disso os brasileiros possuem uma dieta menos centrada em fast food, pães e massas do que os países desenvolvidos. Outra peculiaridade do mercado brasileiro é o baixo percentual de trigo utilizado para ração animal quando comparado a outros mercados.

FIGURA 2. CONSUMO PER CAPITA DE TRIGO FSI<sup>4</sup> E PARTICIPAÇÃO DO TRIGO PARA ALIMENTAÇÃO ANIMAL NO BRASIL, NO MUNDO E NOS QUINZE MAIORES MERCADOS CONSUMIDORES DE TRIGO.



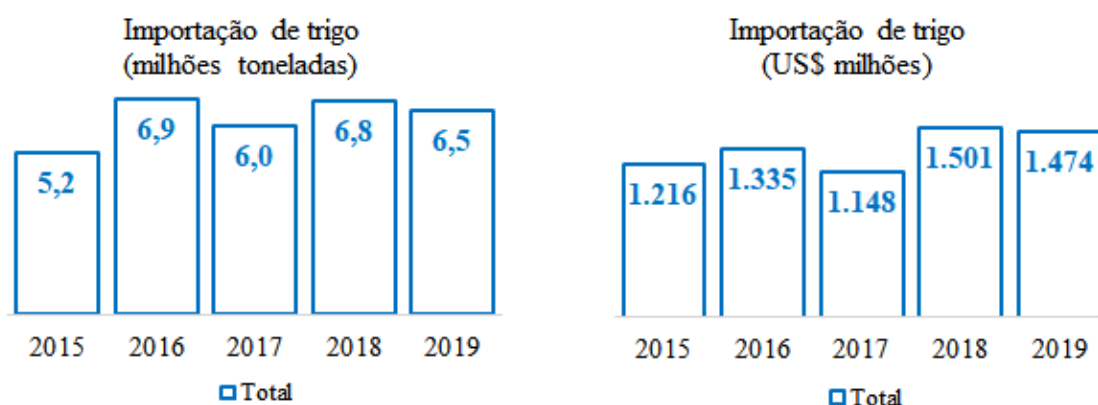
\*Quinze maiores mercados consumidores

Fonte: FAS/USDA e Banco Mundial

## 2. Panorama sobre o comércio de trigo entre Brasil e Austrália

O trigo é o principal produto agrícola importado pelo Brasil, que ocupa a 7ª posição entre os maiores importadores no mundo. Entre 2015 e 2019, o volume das importações brasileiras cresceu 26,6% (5,9% ao ano) registrando 6,5 milhões de toneladas do produto, o equivalente a US\$ 1,5 bilhão, em 2019.

FIGURA 3. EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE TRIGO: VOLUME (MIL TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES).



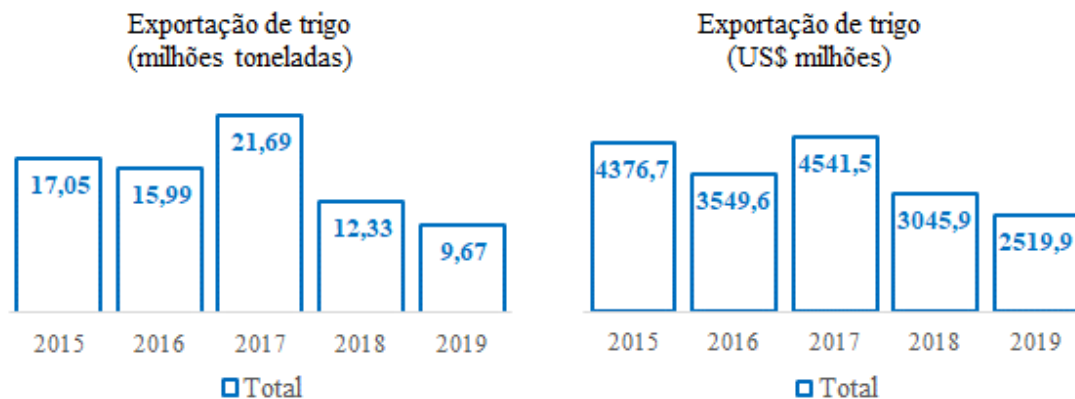
Fonte: ITC.

Já a Austrália é o 7º maior mercado exportador de trigo e representa atualmente cerca de 5,0% do mercado mundial (FAS/USDA, 2020). Em condições normais, o país exporta cerca de

<sup>4</sup> FSI (em inglês: Food, Seeds and Industrial) – alimentação humana, sementes e industrial.

18 milhões de toneladas de trigo por ano. Entretanto, o ciclo de seca que atingiu o país entre 2017 e 2019, afetou cerca de 1/3 da produção doméstica e quase metade das exportações. A menor disponibilidade do trigo para o mercado internacional é reflexo do fraco crescimento das pastagens – reflexo da falta de chuva – e da expansão contínua da pecuária intensiva durante este período, resultando em um aumento significativo na demanda doméstica de ração (ABARES,2020)<sup>5</sup>.

FIGURA 4. EVOLUÇÃO DAS EXPORTAÇÕES AUSTRALIANAS DE TRIGO: VOLUME (MILHÕES DE TONELADAS) E VALOR (US\$ MILHÕES)



Fonte: ITC.

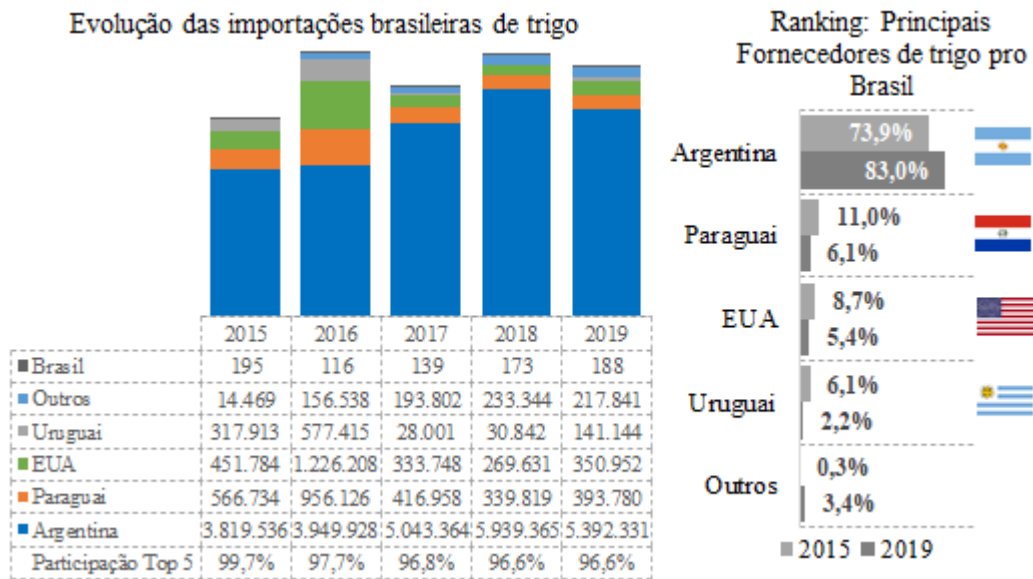
Entre 2015 e 2019, não foram registradas vendas de trigo da Austrália para o Brasil. A Austrália praticamente não exporta trigo para países do ocidente. Filipinas (19,4%), Coreia do Sul (11,5%) e Japão (9,6%) são os principais destinos do trigo australiano.

### 3. Principais fornecedores para o mercado brasileiro

As importações brasileiras de trigo têm como origem quatro países principais: Argentina (83,0%), Paraguai (6,1%), Estados Unidos (5,4%) e Uruguai (2,2%). A Argentina tem apresentado melhor desempenho no mercado brasileiro e, entre 2015 e 2019, o volume comercializado entre os dois países aumentou 41,2% (9,0% a ano). No mesmo período a quantidade de trigo que o Brasil compra do Paraguai, Estados Unidos e Uruguai reduziu. Outros países exportadores de trigo entraram no mercado brasileiro nos últimos anos aproveitando oportunidades da entressafra no hemisfério sul. O Canadá começou a exportar trigo para o Brasil em 2016 e a Rússia em 2018.

<sup>5</sup> ABARES. <https://www.agriculture.gov.au/abares/research-topics/agricultural-outlook/wheat#:~:text=Australian%20wheat%20production%20is%20forecast,particularly%20in%20New%20South%20Wales.>

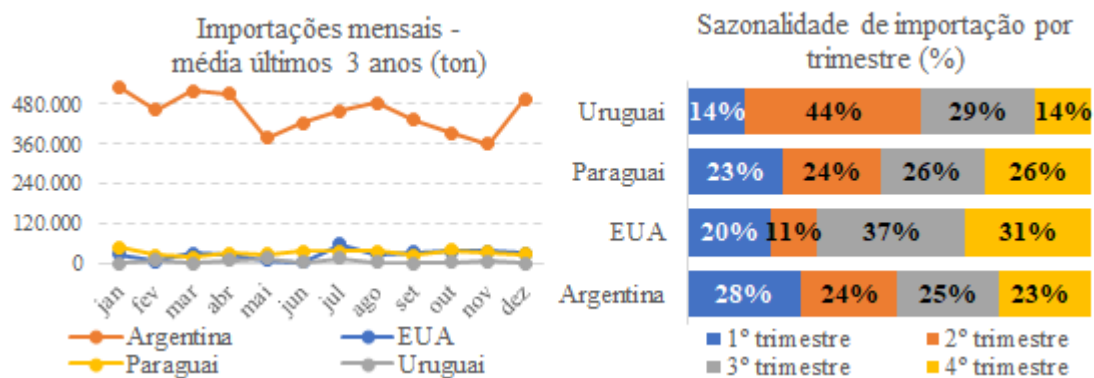
FIGURA 5. PRINCIPAIS FORNECEDORES DE TRIGO PARA O BRASIL: EVOLUÇÃO DAS IMPORTAÇÕES POR PRINCIPAIS PAÍSES (TONELADAS)



Fonte: ITC.

O Brasil busca comprar trigo de forma bem distribuída ao longo do ano. O primeiro trimestre contabiliza os maiores volumes de trigo adquirido da Argentina, coincidindo com o período pós-colheita no país. Já os Estados Unidos entregam maior volume durante o segundo semestre, período de entressafra no hemisfério sul. Em relação ao trigo australiano, a distribuição das exportações do país normalmente ocorre de forma semelhante à da Argentina, o que dificultaria o aproveitamento do período de menor oferta no mercado brasileiro.

FIGURA 6. SAZONALIDADE DE IMPORTAÇÃO DE TRIGO NO BRASIL (MÉDIA 2017, 2018 E 2019) – QUANTIDADE IMPORTADA POR MÊS (TONELADAS) E DISTRIBUIÇÃO PERCENTUAL POR TRIMESTRE (%)



Fonte: ITC.

#### 4. Competitividade do produto australiano no mercado brasileiro

O trigo da Argentina, Paraguai e Uruguai é isento de tarifa de importação, por conta dos acordos do Mercosul. Caso a Austrália exporte para o Brasil terá que pagar uma tarifa ad valorem de 10%, assim como ocorre com os Estados Unidos. Essa é a alíquota base que o Brasil registrou

na OMC (também conhecida como tarifa MFN<sup>6</sup>). Qualquer redução depende de assinatura de acordos multilaterais ou bilaterais de comércio.

TABELA 1. TARIFAS DE IMPORTAÇÃO PARA TRIGO

País importador	País exportador	Tarifa MFN	Tarifa efetiva aplicada
Brasil	Argentina	10%	0%
	Paraguai	10%	0%
	EUA	10%	10%
	Uruguai	10%	0%
	Austrália	10%	10%

Fonte: ITC.

Comparando o preço CIF (Cost, Insurance and Freight, sigla em inglês) dos principais fornecedores de trigo no mercado brasileiro é possível observar que o trigo paraguaio costuma ser mais barato do que o produto da Argentina, Uruguai ou EUA. A tarifa que incide sobre o produto americano acaba afetando a sua competitividade. No período analisado, o trigo americano chegou a custar até 25% mais do que o fornecido pelos países do Mercosul. Entretanto, o diferente calendário de colheita, faz com que os EUA não compitam diretamente com os fornecedores do hemisfério sul.

TABELA 2. PREÇOS DE IMPORTAÇÃO DE TRIGO PELO BRASIL POR FORNECEDOR (US\$/KG)

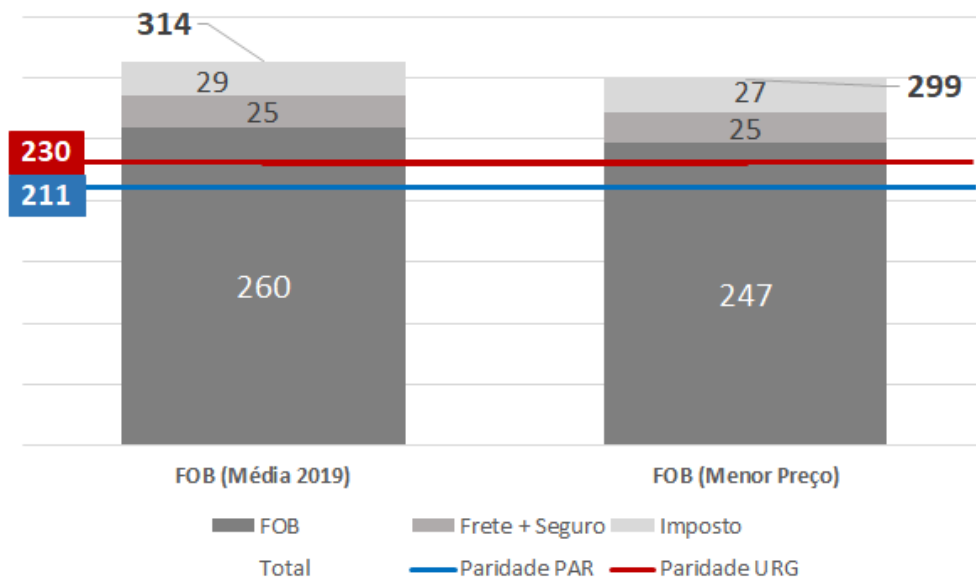
US\$/t	Preço CIF					Preço CIF + Imposto de importação					
	Ano	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
Argentina		244,46	195,55	189,80	219,51	229,65	244,46	195,55	189,80	219,51	229,65
Paraguai		182,41	185,11	169,94	226,07	211,01	182,41	185,11	169,94	226,07	211,01
EUA		232,66	196,00	217,38	229,60	209,97	255,93	215,60	239,12	252,55	230,97
Uruguai		223,55	193,60	188,14	239,74	231,39	223,55	193,60	188,14	239,74	231,39

Fonte: ITC.

Considerando o preço FOB (Free on Board, sigla em inglês) do trigo da Austrália, já é possível perceber que o produto australiano teria problemas de competitividade para entrar no mercado brasileiro. A média praticada pelo país é de 260 US\$/t, já acima dos fornecedores usuais do Brasil. Ademais é importante ressaltar que o produto australiano terá custos maiores de transporte para chegar ao Brasil e sofrerá a incidência do imposto de importação, perdendo ainda mais competitividade comparado aos concorrentes da América do Sul. Com isso, o custo do produto australiano chegaria a 314 US\$/t. Nem mesmo se cobrasse o menor preço FOB registrado nas transações com outros países a Austrália conseguiria competir no mercado brasileiro. Com um custo final superior a 30% em relação aos demais países, nem mesmo o apelo da qualidade superior do trigo australiano justificaria um volume significativo de comércio com o Brasil.

<sup>6</sup> Tarifas MFN (Most Favored Nation) são as que os países prometem impor às importações de outros membros da OMC, a menos que o país faça parte de um acordo comercial preferencial (como uma área de livre comércio ou união aduaneira). Isso significa que, na prática, as taxas MFN são as mais altas (mais restritivas) que os membros da OMC cobram uns dos outros

FIGURA 7. PARIDADE DE COMPETITIVIDADE DO PRODUTO AUSTRALIANO COM DEMAIS CONCORRENTES (US\$/T)



Fonte: Calculado pelas autoras com base nos dados do ITC e USDA.

Outra desvantagem do produto australiano é que ele, assim como a cevada, não consta na Lista de Produtos Vegetais de Importação Autorizada – PVIA<sup>7</sup> do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento – MAPA. Isso significa que o trigo da Austrália não tem autorização para entrar no mercado brasileiro. Para que isso ocorra, é necessária a realização de uma Análise de Risco de Pragas – ARP para o estabelecimento dos requisitos fitossanitários que devem ser seguidos pelo país exportador. Nesse caso, o pedido da ARP deve ser protocolado pela Austrália para que o Brasil dê início ao processo. Além disso, há uma série de 49 medidas – itens relacionados às especificações de inspeções, testes e qualidade, por exemplo – que devem ser atendidas para o produto entrar no Brasil.

## 5. Perspectivas para o comércio de trigo entre Brasil e Austrália

Com perspectivas de condições climáticas favoráveis, a produção de trigo na Austrália deve se recuperar em 2021, atingindo cerca de 31 milhões de toneladas (o dobro da safra anterior). Isso dá condições para que o país retome sua participação no mercado internacional, especialmente nos mercados asiáticos.

Do lado brasileiro, o consumo de trigo deve continuar na casa dos 12 milhões de toneladas. A escassez de trigo no mercado internacional e consequente aumento de preços em 2020, aumentou a rentabilidade dos tricultores. Isso estimulou a intenção de aumento da área plantada na próxima safra (que terá início entre abril e maio). Segundo a Conab a perspectiva para 2020/21 é de aumento na ordem de 15% na área plantada, estabilidade das importações e recuperação dos estoques de passagem, que foram praticamente zerados na temporada 2019/20.

Com a manutenção dos volumes de importação, e comércio bem estabelecido entre os países da América do Sul, o pequeno saldo que hoje é atendido pelos EUA, Canadá, Rússia na

<sup>7</sup> Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)  
<http://mapas.agricultura.gov.br/ddiv/arp/oracle/pvti2.asp>

entressafra deverá ser mantido. Essa dinâmica dificultaria ainda mais a abertura de mercado no Brasil para o produto australiano, visto a demanda já estar sendo suprida.

Assim, apesar do trigo ter sido apontado como um segmento potencial para o comércio de produtos agrícolas entre o Brasil e Austrália – devido a fatores relacionados à grande demanda do primeiro e à capacidade de oferta do segundo – verificou-se que o fluxo seria bastante prejudicado dados os altos preços do produto australiano. O trigo australiano é bastante caro quando comparado aos fornecedores tradicionais do Brasil. Nem mesmo a eliminação da tarifa de 10%, que atualmente incide no produto australiano, seria suficiente para tornar o trigo da Austrália competitivo no Brasil. Isso pode justificar a falta de interesse do país em até mesmo incluir o trigo dentro da lista de produtos autorizados a entrarem no Brasil.

FIGURA 8. OPORTUNIDADES E DESAFIOS PARA O TRIGO AUSTRALIANO NO MERCADO BRASILEIRO

Dimensão	Aspectos positivos & Oportunidades	Aspectos negativos & Desafios
<b>Produto &amp; Mercado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualidade do produto australiano, reconhecida como uma das melhores do mundo e superior à do trigo argentino.</li> <li>• Austrália é um grande produtor e exportador de trigo, enquanto o Brasil é um dos maiores importadores do produto.</li> <li>• Produção Australiana deve se recuperar já em 2021, aumentando a disponibilidade de trigo no mercado internacional.</li> <li>• Mercado brasileiro de continuar na casa de 12 milhões de toneladas nos próximos anos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Produção australiana diminuiu nos últimos anos devido ao problema de seca e falta de água, afetando as exportações.</li> <li>• Brasil e Austrália não são parceiros comerciais nesse mercado.</li> </ul>
<b>Comércio &amp; Acesso a Mercado</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concorrência com Argentina, tradicional parceiro comercial e fornecedor de trigo para o Brasil. Não paga imposto e é vizinho do Brasil.</li> <li>• Preços FOB cobrados pela Austrália são superiores aos preços do trigo no mercado brasileiro (CIF + Imposto).</li> <li>• Há incidência de imposto de importação de 10%, afetando ainda mais a competitividade do produto australiano.</li> <li>• Trigo australiano não tem autorização para entrar no mercado brasileiro. É necessária a realização de uma Análise de Risco de Pragas – ARP.</li> </ul>
<b>Outros Fatores</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Não há pedido protocolado para iniciar a ARP.</li> </ul>

Fonte: Elaborado pelas autoras

# PARTE 3: OPORTUNIDADES EM INOVAÇÃO, P&D E INVESTIMENTOS



## CAPÍTULO 9:

# PARCERIA EM INOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES PARA O AGRONEGÓCIO

*Débora Simões, Henrique de Jesus Fernandes*

## 1. Introdução

Brasil e Austrália são dois países que se destacam mundialmente pela relevância do setor agrícola em suas economias e como grandes exportadores de produtos alimentares. Do lado brasileiro, o setor é majoritariamente reconhecido pelos ganhos de escala, diversidade e pelo volume ofertado no mercado internacional. Por outro lado, a Austrália é uma referência em agregação de valor e qualidade dos produtos.

Com suas peculiaridades climáticas, sociais e ambientais, cada país buscou desenvolver ao longo dos anos uma série de técnicas e tecnologias para aumentar a produtividade da agricultura e pecuária em diferentes partes de seus vastos territórios. A busca pelo uso mais eficiente dos recursos, o uso mais intenso de tecnologias e a difusão de ferramentas de ciência de dados favoreceu o desenvolvimento de um ambiente de inovação voltado para solucionar as principais dores da agricultura moderna.

O advento das tecnologias tais como GPS, GIS, imagem de satélite, sensores, drones, blockchain, inteligência artificial e internet das coisas vêm transformando a agricultura à medida que novas aplicações são introduzidas nos diversos elos da cadeia: produção, suprimento, logística e até o consumo final. Assim, além do controle operacional e de variáveis agronômicas coletadas diretamente à campo, o agronegócio passou a se preocupar também com gestão financeira, gerencial, ambiental e com a melhoria de processos dentro e fora das propriedades, abrindo caminho para o nascimento diversas AgTechs.

O processo de digitalização da agricultura representa grandes oportunidades para o desenvolvimento de parcerias entre Brasil e Austrália. De acordo com um estudo do McKinsey Global Institute (MGI) publicado pela Harvard Business Review (2016)<sup>1</sup> sobre a maturidade do processo de digitalização em diversos setores da economia, a agricultura é o menos digitalizado. Isso revela que há um enorme caminho para avançar no agronegócio utilizando métodos e ferramentas que já foram implementados por outros setores. Essa defasagem pode diminuir mais rapidamente com iniciativas conjuntas que identifiquem sinergias entre os dois países.

Nos últimos anos, tanto Brasil quanto a Austrália conseguiram desenvolver um ambiente propício e favorável à inovação, onde diversas empresas buscaram desenvolver soluções para problemas comuns da agricultura: análise de crédito, monitoramento de pragas e doenças, controle climático, comercialização de insumos etc. Nesse ambiente, as instituições de ensino e centros de pesquisa & desenvolvimento já consolidados nos dois países tiveram um papel essencial no desenvolvimento e qualificação de profissionais para trabalhar no setor, no desenvolvimento de variedades mais produtivas e resistentes, no estudo das melhores práticas e técnicas agrícolas e na busca por insumos mais eficientes.

---

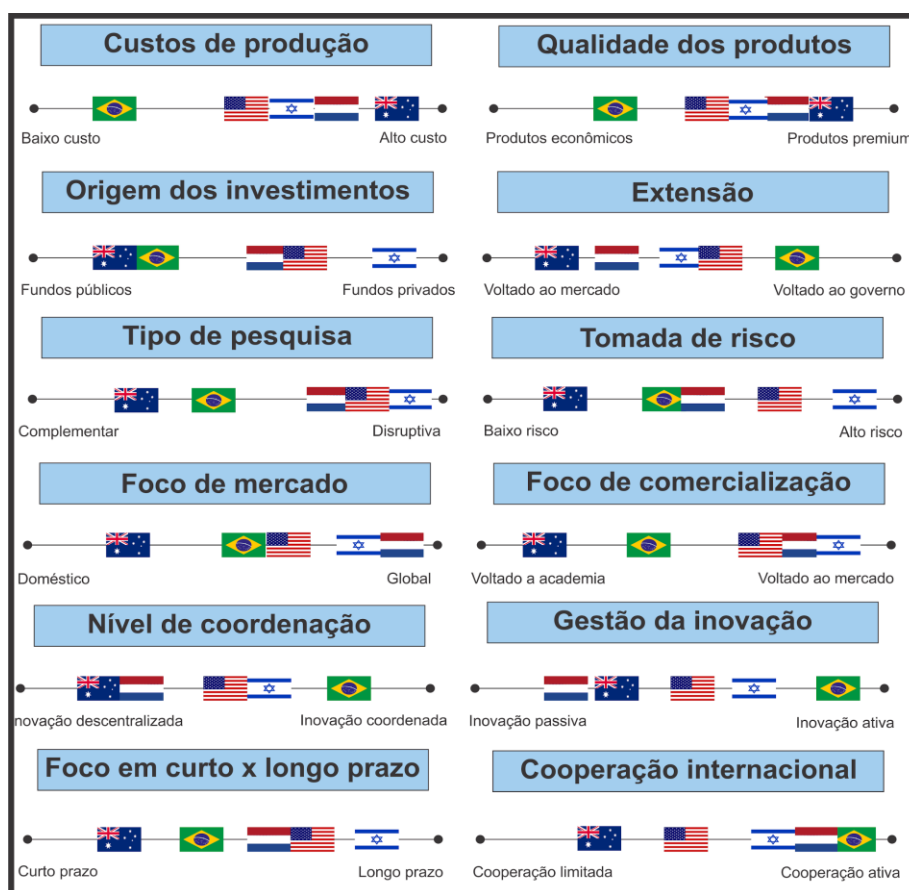
<sup>1</sup> Harvard Business Review. 2016. Which Industries Are the Most Digital (and Why)?. Disponível em: <<https://hbr.org/2016/04/a-chart-that-shows-which-industries-are-the-most-digital-and-why>>.



Atualmente, a agricultura e o setor de alimentos passam por mudanças significativas em todo o mundo. De acordo com o relatório da Ernest Young (2019)<sup>2</sup>, essas transformações são provocadas por uma série de fatores: mudanças nos hábitos alimentares, aumento de exigência dos consumidores por produtos mais saudáveis e sustentáveis, aumento da concorrência internacional, disrupção tecnológica, transformações estruturais na indústria, desafios climáticos, escassez de água e aumento das ameaças causadas por pestes e doenças.

Os ecossistemas de inovação construídos no Brasil e na Austrália têm muito a ganhar com uma parceria bilateral. A internacionalização e parcerias entre as empresas e instituições facilitam a difusão do conhecimento e aceleram a adoção de novas tecnologias e o processo de inovação no setor, pontos essenciais para encarar os desafios do setor. Comparando 12 dimensões do sistema de inovação e do setor agrícola em diferentes países (Figura 1), é possível observar que Brasil e Austrália são complementares à medida que se destacam em diferentes aspectos.

FIGURA 1. CARACTERÍSTICAS DO SISTEMA DE INOVAÇÃO E DA AGRICULTURA EM DIFERENTES PAÍSES



Fonte: Adaptado de Ernest Young (2019)

Os benefícios e externalidades da parceria entre Brasil e Austrália foram ressaltados por Sérgio Bath, Cônsul-Geral do Brasil em Sydney, “o Brasil, como a Austrália, está há muito tempo comprometido com o uso das tecnologias mais avançadas em seu setor agropecuário. Juntos, os dois países poderiam desenvolver tecnologias para ajudar a alimentar o mundo usando energia renovável e

<sup>2</sup> Agricultural Innovation — A National Approach to Grow Australia’s Future. <https://www.agriculture.gov.au/sites/default/files/sitecollectiondocuments/agriculture-food/innovation/full-report-agricultural-innovation.PDF>



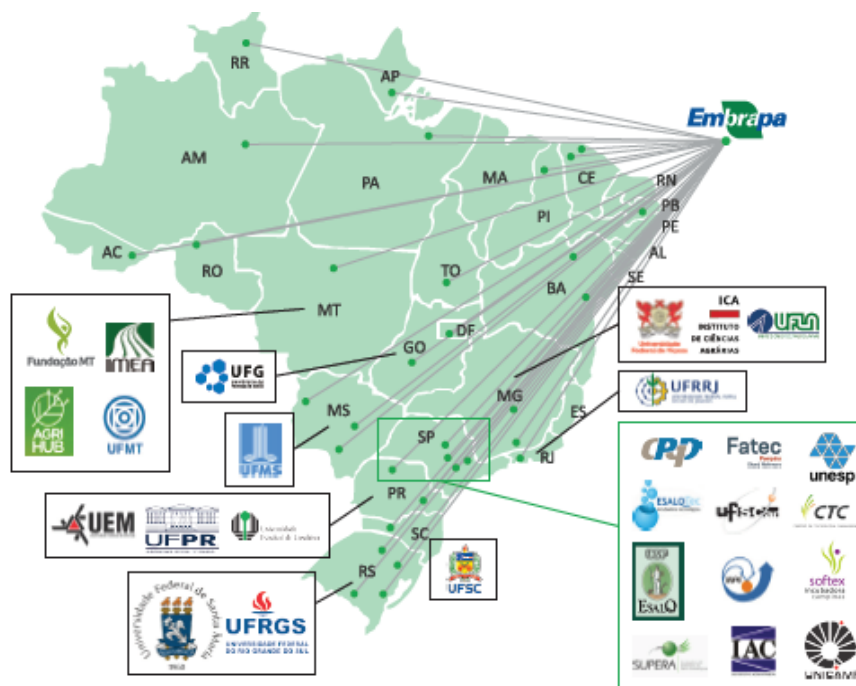
processos sustentáveis”<sup>3</sup>. Essas parcerias podem ser fomentadas e ocorrer de diversas formas: pesquisas conjuntas; difusão e compartilhamento dos resultados de pesquisas; intercâmbio de estudantes, profissionais e pesquisadores e internacionalização de empresas (incluindo startups) por meio de parcerias comerciais<sup>4</sup>.

## 2. O ambiente de inovação e P&D no Brasil

### 2.1 Instituições de ensino e pesquisa brasileiras

O Sistema Nacional de Pesquisa Agropecuária - SNPA do Brasil é bastante amplo, complexo e abrange todo o território nacional. O SNPA atualmente em vigor no país foi instituído em 1992<sup>5</sup>. Ele é composto pela Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa; pelas Organizações Estaduais de Pesquisa Agropecuária – Oepas; universidades; e pelas organizações públicas e privadas direta ou indiretamente ligadas à atividade de pesquisa agropecuária (como empresas, institutos de pesquisa e tecnologia e até mesmo produtores rurais).

FIGURA 2. EXEMPLOS DE INSTITUIÇÕES QUE COMPÕEM O SISTEMA DE INOVAÇÃO AGROPECUÁRIO NO BRASIL



Fonte: Radar AgTech Brasil (2019, p.4).

<sup>3</sup> <https://portal.apexbrasil.com.br/noticia/brazil-agribusiness-innovation-forum-acontecera-em-sydney-australia/>

<sup>4</sup> Especificamente no processo de internacionalização das empresas, é preciso que elas ofereçam soluções flexíveis para ajustar o produto de formas de entrega e comercialização à realidade do agronegócio em cada país e região, considerando até mesmo o perfil do produtor rural para vencer as barreiras em terras estrangeiras. Além do mais, elas devem ter capacidade de formar um time local e estruturar um canal no país de destino em como estar ciente das diferenças tributárias que existem entre Brasil e Austrália.

<sup>5</sup> Instituído pela Portaria nº 193 (7/8/1992) do Ministério da Agricultura segundo autorizado pela Lei Agrícola (Lei nº 8.171, de 17/1/1991).

Dentre os dez objetivos definidos para o SNPA<sup>6</sup>, destacam-se:

- ✓ estabelecer um sistema brasileiro de informação agrícola, com formação de banco de dados para a pesquisa e desenvolvimento agropecuário, facilitando o acesso aos usuários e clientes da pesquisa agropecuária;
- ✓ promover o intercâmbio de informações e documentação técnico-científica, nas áreas de interesse comum;
- ✓ proporcionar a execução conjunta de projetos de pesquisa de interesse comum, fomentando uma ação de parceria entre instituições, no desenvolvimento de ciência e tecnologia para a agropecuária;
- ✓ favorecer o intercâmbio de pessoal, para capacitação e assessoramento interinstitucional.

A interação entre as entidades que formam o sistema de pesquisa no Brasil, recentemente envolvendo os produtores rurais, visa orientar os objetivos da investigação para questões práticas e soluções aplicadas, tornando o processo de inovação mais eficiente e dinâmico. Cabe ressaltar ainda que processo de inovação no Brasil é bastante aberto à colaboração internacional. Atualmente a Embrapa está presente em todos os continentes e possui uma série de acordos bilaterais de cooperação técnica e científica com diversos países. As universidades brasileiras também buscam promover o intercâmbio de alunos e profissionais. A Figura 3 oferece um panorama de importantes universidades e agentes que fazem parte do sistema de pesquisa e inovação agropecuária no Brasil.

FIGURA 3. INFORMAÇÕES SOBRE AGENTES DO SISTEMA DE INOVAÇÃO AGROPECUÁRIO NO BRASIL

 <p>Fundada em 1973. Possui 42 centros de pesquisa e 7 unidades administrativas espalhados por todos os estados do país. Atualmente conta com 2.424 pesquisadores trabalhando com dezenas de cadeias produtivas em projetos de pesquisa, desenvolvimento e inovação, sendo a principal referência entre as instituições de pesquisa do país.</p>  <p>Fundado em 1887 em Campinas, São Paulo. Possui 1.279 hectares destinados à pesquisa espalhados pelo estado. Possui como um de seus eixos a transferência de ciência, tecnologia e produtos para otimizar os sistemas de produção vegetal, visando o desenvolvimento socioeconômico e à segurança alimentar por meio da pesquisa e inovação no setor.</p>  <p>São organizações estaduais presentes em todas as 27 unidades da federação. Possuem papel relevante na difusão do conhecimento e de novas técnicas agropecuárias oferecendo orientação e suporte técnico aos produtores buscando contribuir para fomentar o aumento da produção e a melhoria da qualidade de vida no campo.</p>	 <p>Fundada em 1901. Oferece programas de pesquisas desde a iniciação científica ao pós-doutorado. Possui 140 laboratórios. É considerada uma das 10 melhores universidades de ciências agrárias do mundo, sendo referência em Biotecnologia e Bioenergia; Ciências dos Alimentos e Segurança Alimentar; Economia Aplicada; Logística e agronegócios: aspectos econômicos e sociais; Produção Animal; Produção Vegetal; Recursos Florestais e Manejo Ambiental. Integra a <i>A5 Alliance</i> (University of California-Davis, China Agricultural University - CAU, Cornell University, Esalq/USP e Wageningen University)</p>  <p>Fundada em 1922 tem como objetivo capacitar profissionais para o exercício de ensino, pesquisa, desenvolvimento científico tecnológico e inovação. Desenvolve pesquisas de âmbito nacional e internacional nas áreas de Armazenamento e Processamento de Produtos Agrícolas; Construções Rurais e Ambientais; Energia na Agricultura; Mecanização Agrícola; Recursos Hídricos e Ambientais.</p>	 <p>Fundada em 1908 como escola agrícola. Oferece programas de pesquisas desde a iniciação científica ao doutorado. curso de Agronomia conta com 11 Núcleos de Estudos, entre eles: Agricultura Orgânica; Cafeicultura; Núcleo de Estudos em Fruticultura; Núcleo de Estudos em Plantas Medicinais, Aromáticas e Condimentares; Sistemas de Plantio Direto; Milho e Sorgo e Sementes.</p>  <p>Fundada em 1993 com intuito de encontrar soluções para o desenvolvimento da agricultura, de forma sustentável e rentável no estado do Mato Grosso se preocupando com o aumento da produtividade aliada ao bom uso do solo. Suas pesquisas se pautam em provar que é possível equalizar eficiência, rentabilidade, conservação, inovação e preservação da saúde humana e do meio ambiente.</p>
---	---	---

Fonte: site eletrônico das entidades

## 2.2 Panorama das AgTechs no Brasil

Segundo o estudo Radar AgTech Brasil 2019 – realizado pela Embrapa em conjunto com SP Ventures e Homo Ludens<sup>7</sup> –, o Brasil possui atualmente mais de 1.200 startups no agronegócio, o que o

<sup>6</sup> Para a lista completa dos objetivos, acesse o site: <https://www.embrapa.br/snpa>

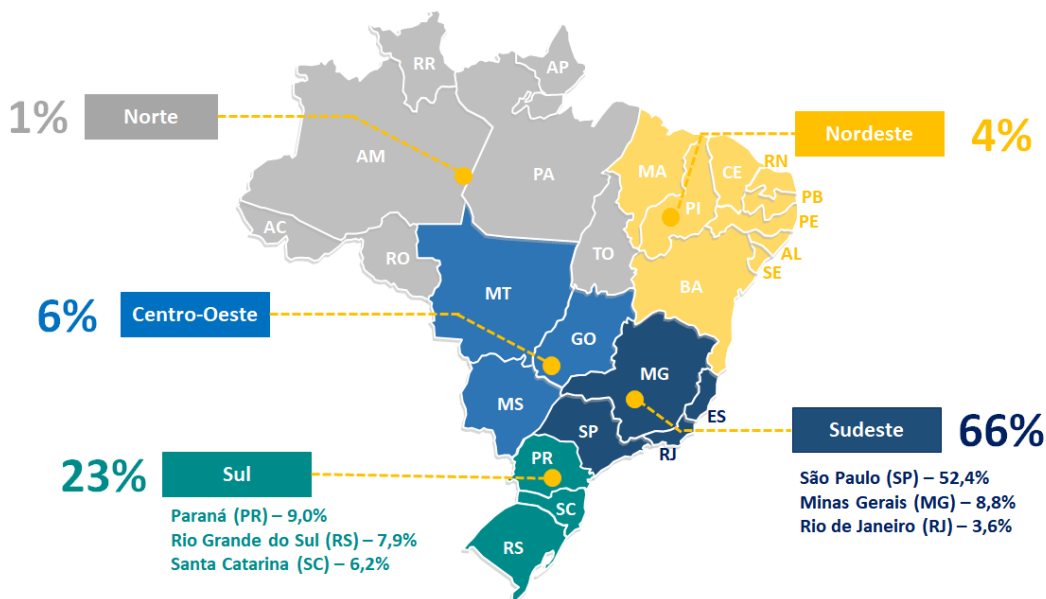
<sup>7</sup> Dias, C. N.; Jardim, F.; Sakuda, L. O. Radar AgTech Brasil 2019: Mapeamento das startups do Setor Agro Brasileiro. Embrapa, SP Ventures e Homo Ludens: Brasília e São Paulo, 2019. Disponível em: <[radaragtech.com.br](http://radaragtech.com.br)>.



torna o maior mercado da América Latina para AgTechs. Cerca de 90% dessas empresas se localizam nas regiões Sul e Sudeste do país, principalmente entre as cidades de São Paulo, Piracicaba e Campinas.

A alta concentração geográfica das startups ressalta a importância das universidades e centros de pesquisas no papel de fomentar a inovação, e a relevância da conexão com grandes centros, onde estão localizados investidores e grandes empresas. Por outro lado, tal situação também revela o potencial de inovação inexplorado pelo agro no país (Figura 4).

FIGURA 4. DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DAS AGTECHS POR REGIÃO E PRINCIPAIS ESTADOS NO BRASIL

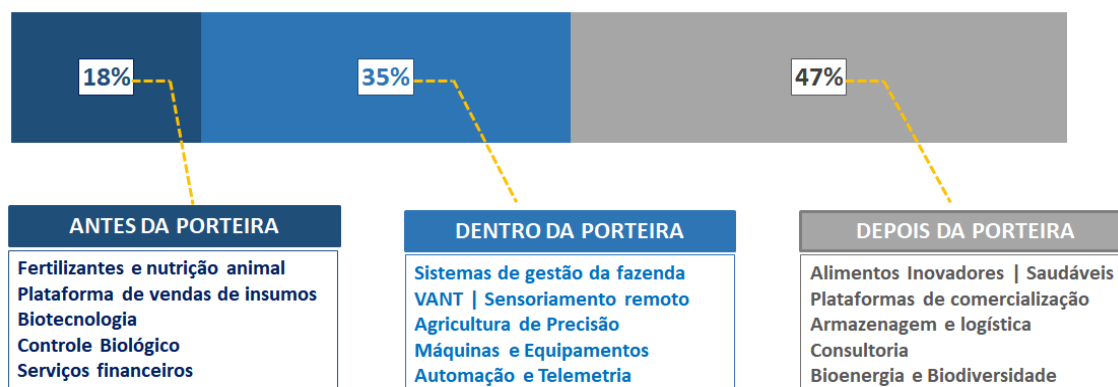


Fonte: Baseado nos resultados do Radar AgTech Brasil (2019)

Com relação aos segmentos de atuação, os dados do Radar AgTech Brasil 2019 mostram que o maior número de AgTechs - 47% do total – está focado em desenvolver soluções e melhorar processos de atividades que ocorrem depois da fazenda. Dentre as principais atividades dessas empresas, destacam-se a produção de alimentos inovadores e saudáveis, as plataformas de comercialização de produtos, soluções para serviços de armazenagem e logística, consultorias e setor de bioenergia e biodiversidade.

Em segundo lugar, aparece o grupo das empresas relacionadas aos processos produtivos dentro da fazenda, que concentram 35% das iniciativas do setor. Vale ressaltar que esse segmento é o que possui com maior visibilidade nacional quando o assunto é solucionar problemas da agropecuária, pois estão mais próximos do dia a dia dos produtores rurais. Neste caso, as startups concentram seus esforços em desenvolver produtos e soluções para sistemas de gestão das fazendas, uso de VANT e sensoriamento remoto, agricultura de precisão, máquinas e equipamentos e automação e telemetria. Por fim, as AgTechs com foco em processos ou setores antes da fazenda representam o menor grupo com participação de 18% sendo que os principais esforços se concentram nas atividades de desenvolvimento de fertilizantes e práticas de nutrição para plantas e animais, plataformas de vendas de insumos agropecuários, biotecnologia, controle biológico e serviços financeiros.

FIGURA 5. DISTRIBUIÇÃO DAS AGTECHS POR SEGMENTO DE ATUAÇÃO E CINCO PRINCIPAIS ÁREAS DE ATUAÇÃO

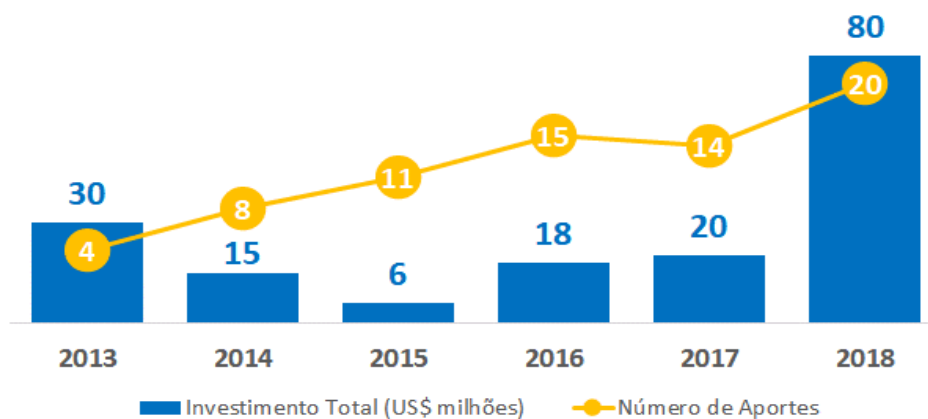


Fonte: Radar AgTech Brasil 2019.

Essa composição entre os segmentos pode ser reflexo das características de mercado de cada elo da cadeia de valor do agro. A escolha da atividade e a forma de atuação escolhidas pelas AgTechs podem interferir em barreiras de entrada e dificuldades na obtenção de recursos financeiros, tecnológicos e humanos bem como no acesso à informação para a geração de novos negócios e inovação em cada segmento.

Apesar da relevância do agronegócio para economia brasileira, de acordo com o Radar AgTech Brasil 2019, até 2018 apenas 6% dos aportes totais realizados em startups no país foram direcionados para o agronegócio. Entretanto, o montante investido no setor quadruplicou entre 2017 e 2018, representando um terço de todos os fundos investidos em startups do setor agropecuário na América Latina (Figura 6).

FIGURA 6. NÚMERO DE APORTES E MONTANTE INVESTIDO EM AGTECHS NO BRASIL



Fonte: Radar AgTech Brasil 2019

A maior disponibilidade de recursos financeiros é um ponto essencial para sustentar e fomentar o sistema de inovação. De acordo com o Censo das AgTechs realizado pela AgTechGarage<sup>8</sup>, as principais dificuldades enfrentadas pelas startups atualmente são: (i) capital inicial para investir na ideia; (ii) conquista dos primeiros clientes e (iii) não dedicação exclusiva de profissionais para o desenvolvimento do negócio. desafios para o desenvolvimento de negócios. A despeito dos desafios, o





<sup>8</sup> Disponível em < <https://www.agtechgarage.com/cento/> >

contexto vivido atualmente pelas startups no Brasil é dinâmico, competitivo e possui alto potencial de desenvolvimento, implantação de novas tecnologias e internacionalização. Cerca de 14% das startups brasileiras possui clientes fora do país, um número é relativamente baixo. Esse percentual deve aumentar devido às ações das empresas, mas também como resultado de iniciativas promovidas pelo governo e iniciativa privada como o StarOut Brasil<sup>9</sup>.

O StartOut Brasil já atendeu cerca de 100 empresas com objetivo de “proporcionar aos empreendedores capacitação e mentoria personalizada de acordo com a oportunidade e interesse da empresa com o mercado alvo; participação em missão com agenda voltada à prospecção de clientes e investidores e ainda um apoio pós-missão para definição de estratégia de internacionalização e/ou softlanding no mercado-alvo”<sup>10</sup>.

## 2.2.1 Exemplos de AgTechs brasileiras

TABELA 1. EXEMPLOS DE AGTECHS BRASILEIRAS POR ATIVIDADE

Empresa	Atividade	Atuação	Observações
 Strider	Monitoramento de propriedades, máquinas e controle de pragas	Adquirida pela Syngenta, atualmente seu plano de expansão é para mais de 90 países.	Referência mundial na utilização de tecnologias para o agronegócio. Desde 2013 foram investidos mais de 30 milhões de reais na empresa. Atualmente faz parte do grupo Syngenta e, junto com outras 5 AgTechs internacionais, compõe a plataforma digital da Syngenta no mundo
 agrosmart cultivo inteligente	Agricultura digital, meteorologia, monitoramento de propriedades	Brasil e América Latina	Recebeu aporte de 22 milhões de reais pela Inovabra Fund, do Bradesco e do Venture Capital corporativo da Positivo. Os investimentos são direcionados principalmente para expansão internacional e lançamento de novos recursos, como, por exemplo o seguro para agricultores em caso de doença nas plantações
 Agronow	Agricultura de precisão, monitoramento de propriedades, AgFinTech	Brasil, Angola, Argentina, Bolívia, Chile, China, Equador, Índia, México, Peru, EUA e Vietnã	Por meio da plataforma, o produtor monitora remotamente sua safra, recebendo informações sobre colheita, quebra de produção, qualidade de safra e outros Faturamento de lavouras, O banco BTG Pactual investiu 4 milhões de reais para que a atuação da empresa se expanda pelo Brasil e internacionalmente
 grãodireto	Marketplace, armazenamento e logística	Brasil e América Latina	Recebeu aporte da Monsanto (atual Bayer) e foi adotada pela aceleradora Startup Farm, está em processo rápido de expansão nacional

<sup>9</sup> Ele é realizado por meio de uma parceria entre a da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil), o Ministério das Relações Exteriores (MRE), o Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC), o Sebrae e a Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores (Anprotec).

<sup>10</sup> <https://portal.apexbrasil.com.br/noticia/STARTUPS-BRASILEIRAS-TEM-PROGRAMA-DE-INTERNACIONALIZACAO/>. Para mais informações sobre o programa, acesse <https://www.startoutbrasil.com.br/>

Empresa	Atividade	Atuação	Observações
 JETBOV®	Sistema de gestão agropecuária, gado de corte	Brasil, Bolívia, Paraguai, Portugal, Angola, Moçambique	Referência na administração das informações do gado de corte, acompanha o produtor desde a cria, recria engorda e terminação, além de gerir os gastos da produção. Recebeu seu primeiro aporte de 1 milhão de reais pela aceleradora de negócios ACE e em 2018 de 2,75 milhões de reais pela SP Ventures. Atualmente está presente em mais de 2.000 fazendas, somando mais de 1 milhão de hectares.
 bart digital	AgFinTech	Brasil e América Latina	Suas tecnologias envolvem blockchain e certificações digitais, facilitando a comunicação entre produtores, investidores e vendedores. Recebeu aporte de 2,2 Milhões de reais pelo consórcio da SP Ventures, com planejamento de expansão nacional
 Aegro	Gestão agropecuária	Brasil	Recebeu aporte de 6,6 Milhões pela SP Ventures, possui mais de 2 milhões de hectares geridos em 4700 fazendas, chegando a mais de 5 mil usuários mensais.
 Pink Farms Natural & Fresh	Agricultura vertical	Brasil, com planos para expansão em todas as grandes cidades da América Latina em 5 anos	Recebeu aporte de 2 milhões de reais para a expansão de seus negócios.
 agrotools	Supply Chain, AgFinTech, fiscalização agrícola	Brasil, Argentina, Austrália, EUA, Paraguai, com planos para expandir para Colômbia, África e leste europeu.	Maior AgTech da América Latina. A Agrotools oferece soluções digitais que possibilitam agilizar a tomada de decisão e oferecer mais transparência para transações entre empresas do agronegócio e produtores rurais. Recebeu aporte da KPLT, que se tornou acionista da empresa.
 safe TRACE	Blockchain, segurança alimentar e rastreabilidade	Brasil	Facilita a gestão de cadeias produtivas dos alimentos, permitindo sua identificação e o acompanhamento de cada etapa da distribuição.
 SoluBio Tecnologias Agrícolas	Fertilizantes, inoculantes e nutrientes	Brasil, EUA, Austrália e América Latina	Spin-off da Agroplan, empresa de serviços focada em consultorias, assessorias e agricultura de precisão. Foi finalista do Accelerate 2030, busca eliminar o uso de produtos químicos por meio de tecnologias que permitem aos agricultores produzirem seu próprio biofungicida, biopesticida e outros produtos necessários na agricultura.

Empresa	Atividade	Atuação	Observações
 TERRAMAGNA	AgFinTech	Brasil	Monitora lavouras via satélite e facilita a concessão de crédito rural, além de facilitar a acompanhamento da área e diminuir a inadimplência e fraudes no pagamento. Recebeu aporte de 2 milhões de reais do The Yield Lab.
 tbit®	Agricultura digital, agricultura de precisão, automação de processos agroindustriais	Brasil, EUA, Chile, Argentina, Uruguai, Holanda, França, Bélgica, Hungria	Desenvolve, produz e comercializa sistemas de reconhecimentos de imagens capazes de analisar diferentes base de dados e classificações de insumos agrícolas, garantindo a otimização, padronização e seleção produtos para plantio e comercialização.
 Perfect Flight REAL INNOVATION CONSULTANCY	Gestão de aplicação aérea de defensivos	Brasil	Atualmente, seu faturamento anual ultrapassa o valor de 1 milhão de reais, sendo uma das AgTechs mais promissoras do país, participando de diversas rodadas de investimento. Busca a expansão internacional. Já procurou a AUSTRALIA para tentar entrar no mercado australiano,
 AGRIBELA TECNOLOGIA AGRÍCOLA	Controle biológico, bioinsumos e marketplace	Brasil	Participa de programas de aceleração de startups, está em amplo crescimento nacional e busca uma agricultura mais ecológica e eficiente em todo o país
 @Tech Inovação Tecnológica para a Agropecuária	Agropecuária de precisão, indústria de carne	Argentina e Brasil	É um software de pecuária de precisão, agregando valor à cadeia agropecuária. Possui como principal solução o BeefTrader, que é uma plataforma de inteligência de mercado que auxilia produtores e frigoríficos a identificarem o momento ideal de negociação de carne a partir da curva de lucro individual para o animal, analisando informações de mercado e monitoramento de sensores individuais em tempo real.

Fontes: Elaborado pelos autores com base nas informações disponíveis nos sites das empresas e no relatório Radar AgTech Brasil 2019.

### 3. O ambiente de inovação e P&D na Austrália

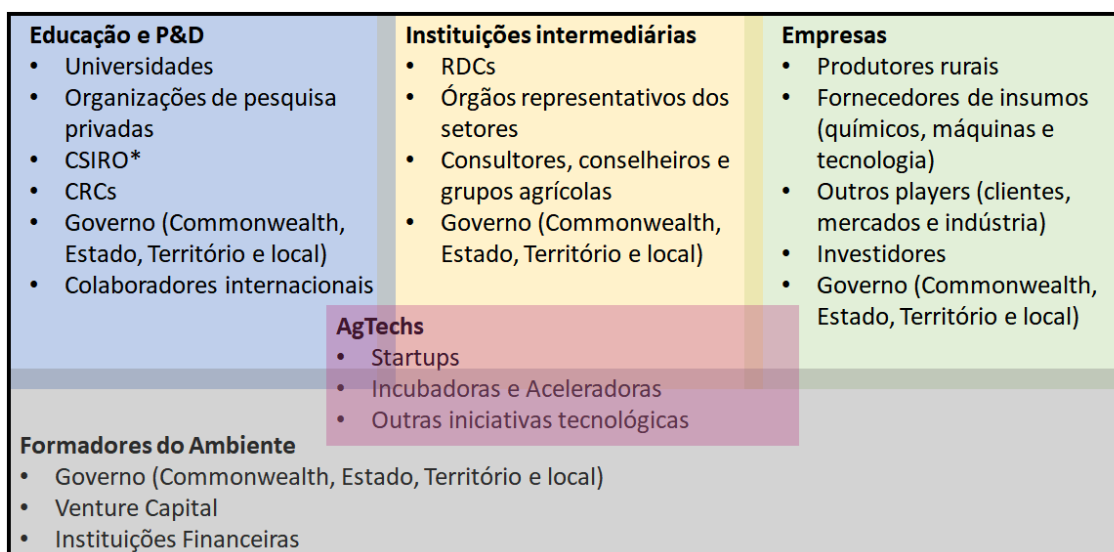
#### 3.1 Instituições de ensino e pesquisa australianas

O sistema australiano de inovação agropecuária envolve diversas organizações, as quais possuem diferentes funções e responsabilidades. Essas organizações trabalham de forma independente com objetivos e estratégias próprias. Esse sistema é composto principalmente por<sup>1</sup>:

- ✓ 15 Empresas de Pesquisa e Desenvolvimento Rural (Rural Research and Development Corporations – RDCs) que visam promover a inovação de diversos setores e são financiadas com recursos públicos e privados, acessando até mesmo recursos da Commonwealth.
- ✓ 8 Centros Cooperativos de Pesquisa (Cooperative Research Centers – CRCs) que recebem recursos do governo
- ✓ Universidades e centros educacionais: a Austrália possui 5 universidades listadas no entre as 50 melhores do mundo na área de agronomia e ciências florestais
- ✓ Iniciativas do setor privado como o Australian Farm Institute (AFI) e o Australian Export Grains Innovation Centre

O sistema é transparente, participativo, controla rigorosamente o uso dos recursos recebidos e conta com forte suporte do setor privado. Além das organizações citadas acima, a Austrália procura envolver outros stakeholders no processo de pesquisa como os usuários finais da inovação (produtores ou empresas), investidores e o setor financeiro (Figura 7).

FIGURA 7. PANORAMA DO SISTEMA DE INOVAÇÃO AGROPECUÁRIO AUSTRALIANO



\*CSIRO - Commonwealth Scientific and Industrial Research Organisation

Fonte: Traduzido de Ernest Young – EY (2019, p.28)

O processo de inovação implementado pela Austrália foi essencial para o desenvolvimento do agronegócio no país. Ele ajudou o setor a se tornar mais produtivo, rentável e sustentável. Os projetos desenvolvidos pelas instituições australianas fizeram com que o país conseguisse aumentar a produtividade no campo, desenvolveram técnicas para minimizar e gerenciar os riscos de seca e falta de água, promoveram a organização e maior integração da

<sup>1</sup> Baseado em no relatório da Ernest Young – EY (2019).

cadeia de valor e melhoraram a percepção dos clientes com relação à qualidade e credibilidade dos produtos australianos, possibilitando preços mais altos para suas commodities (EY, 2018; ACOALA, 2019). As universidades foram fundamentais para que as pesquisas agrícolas avançassem e fossem difundidas entre os profissionais do setor. Elas também buscam promover o intercâmbio de alunos, recebendo estudantes de diversas nacionalidades (Figura 8).

FIGURA 8 – PRINCIPAIS UNIVERSIDADES E CENTROS DE PESQUISA AGROPECUÁRIOS NA AUSTRÁLIA

 <p>Charles Sturt University tem um centro de pesquisa colaborativa conhecido como 'Graham Center'. O centro é administrado em conjunto com o Departamento de Indústria Primária de NSW. Atualmente está analisando um sistema de monitoramento remoto para ser utilizado na indústria de carne com a finalidade de alertar quando os bezerros nascem. O programa do curso da CSU inclui diversas disciplinas com foco em agricultura de precisão.</p>	 <p>Possui programas de pesquisa (apoiados por financiamentos da indústria) focadas em agricultura de precisão, tecnologias inteligentes, análise espacial, sensoriamento e monitoramento remoto.</p>	 <p>A QUT está envolvida em vários projetos de AgTech, incluindo AgBot, Harvey, Digital Homestead e o programa de pesquisa IntelliSensing. Na Digital Homestead, a QUT pesquisou a aplicação Machine learning e vision para o monitoramento de pastagens. A QUT também trabalha com a Federação de Agricultores do Território do Norte e o Governo Federal para capturar dados de precisão das emissões de óxido nitroso do solo cultivado.</p>
 <p>A Queensland Alliance for Agriculture and Food Innovation (QAAFI) é um instituto de pesquisa parceiro do Departamento de Agricultura e Pesca do Governo de Queensland. Um dos exemplos de pesquisa e AgTech inovadora desenvolvida aqui é um trator equipado com sensores remotos e lentes de coleta de dados de produtividade.</p>	 <p>Vem realizando pesquisas com sensoriamento remoto autônomo e desenvolvimento de robótica e software inteligente para horticultura e pecuária durante a última década.</p>	 <p>A Universidade da Nova Inglaterra possui 2900 hectares de Fazendas Inteligentes e Centros de inovação localizados em Armidale, NSW. O local serve principalmente para demonstração de diversas tecnologias agrícolas.</p>
 <p>A University of Western Australia conduz pesquisas sobre sistemas alimentares e agronegócios, incluindo a adoção de novas tecnologias agrícolas.</p>	 <p>Está envolvida no 'Sense-T' e em outros projetos relacionados à AgTechs. O Sense-T utiliza dados, tecnologia de detecção e análise de dados para melhorar a tomada de decisões e a produtividade agrícola dos agricultores.</p>	
	 <p>A JCU lidera o projeto Digital Homestead que incluiu iniciativas de pesquisa, como a 'Digital Dashboard' e 'Walk over Weighing', um sistema de pesagem para animais.</p>	

Fonte: KPMG (2016, p.18)

Atualmente a Austrália está revisando a estratégia de seu sistema de inovação. Embora os resultados obtidos até o momento tenham sido excelentes, a independência dos atores não gera a coesão necessária para que o país continue inovando para lidar com os desafios atuais do agronegócio (EY, 2018). Questões relacionadas a mudanças nas preferências do consumidor (não apenas mudanças dos hábitos de consumo, mas também nas exigências por produtos mais que prezam pelo meio-ambiente e pela sociedade), às novas tecnologias e à digitalização da agricultura (Agro 4.0 e Agro 5.0), aos impactos das mudanças climáticas e à necessidade de mais transparência na cadeia de suprimentos requerem respostas mais rápidas. Assim, um sistema mais coordenado poderia otimizar os esforços e recursos investidos em pesquisa e inovação na Austrália, no qual as AgTechs devem ganhar ainda mais relevância na busca por soluções.

### 3.2 Panorama das AgTechs na Austrália

De acordo com o relatório da KPMG (2016) o agronegócio australiano deve mais do que duplicar até 2030, chegando a um PIB de AU\$100 bilhões até 2030, tornando-se uma crescente fonte de renda e investimento. Para tanto, a adoção de tecnologias digitais juntamente com ações para facilitar o acesso a mercado nos países asiáticos e para atrair investimentos e mão de obra qualificada para o setor serão fundamentais. Em 2030, espera-se que todos os produtores rurais australianos estejam conectados à internet e tenham condições de usar IoT e demais tecnologias em suas propriedades (KPMG, 2018). Assim, o papel das AgTechs será de grande relevância.

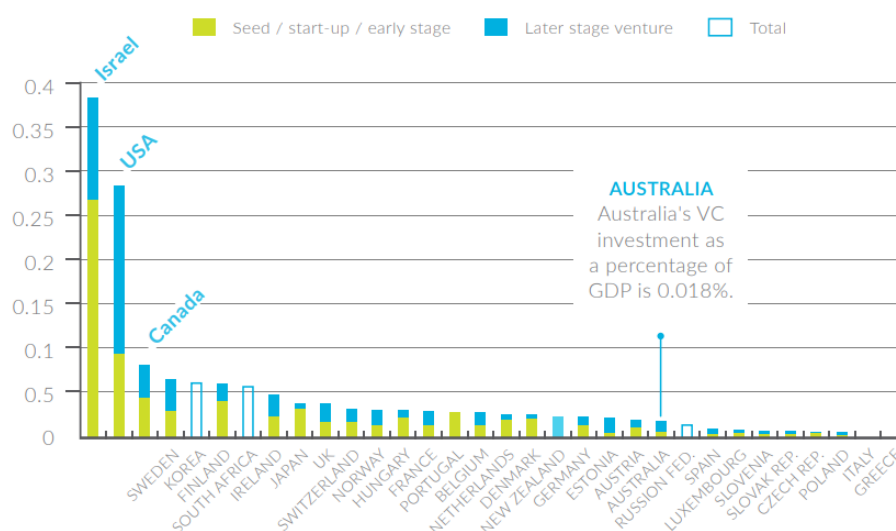
Um dos fatores responsáveis pela geração de um ecossistema competitivo de AgTechs no país é o incentivo do governo, junto com o setor corporativo, que desenvolve papel fundamental na criação de centros de inovação, gerando grandes incentivos a aceleração de AgTechs nas fazendas australianas e estímulos ao emprego de novas tecnologias na agricultura. O levantamento

do Tracxn<sup>2</sup> aponta que existem cerca de 200 AgTechs na Austrália. O número é baixo quando comparado ao Brasil, mas a classificação australiana para uma AgTech é mais específica, englobando apenas soluções diretamente vinculadas ao fornecimento de insumos, operações da fazenda ou integração da cadeia. Uma das principais características das AgTechs na Austrália é o foco em desenvolver soluções relacionadas ao uso de blockchain, inteligência artificial, big data e internet das coisas (IoT).

A consultoria KPMG Austrália, no estudo “Powering Growth – reslesing the potential of AgTechs for Australia” destacou as principais oportunidades para a Austrália no setor, sendo o uso sustentável de recursos naturais, novas exportações da produção, aumento de produtividade, atração de novos investimentos para AgTechs, aumento de receitas e criação e geração de empregos.

O setor de AgTech da Austrália teve um crescimento impressionante nos últimos anos, registrando investimentos de \$123,8 milhões em 2017 provenientes de investidores anjos e *seed funding* além de um aumento de dez vezes (desde 2014) no investimento em negócios mais maduros via venture capital<sup>3</sup>. Apesar desse crescimento, os investimentos de venture capital nas AgTechs australianas representam menos de 0,02% do PIB do país, sendo muito inferior a outros países do mundo, ressaltando a necessidade de ampliação dos investimentos privados no setor (KPMG, 2016; KPMG, 2018).

FIGURA 9. PORCENTAGEM DO PIB INVESTIDO EM AGTECHS NO MUNDO



Fonte: KPMG (2016)

<sup>2</sup> <https://tracxn.com/explore/AgriTech-Startups-in-Australia>



<sup>3</sup> <https://www.informa.com.au/insight/the-future-of-australian-agtech/>

## 3.2.1 Exemplos de AgTechs australianas

TABELA 2. EXEMPLOS DE AGTECHS AUSTRALIANAS POR ATIVIDADE

Empresa	Atividade	Atuação	Observações
	Sementes de horticultura	Austrália	Produz mudas e sementes de plantas com alta qualidade genética, de alta produção e menor necessidade por água e nutrientes, podendo produzir em grandes quantidades mesmo em solos pouco agricultáveis.
	Pecuária	Austrália e Nova Zelândia	Desenvolveu uma solução para permitir a movimentação automática e controle do gado em fazendas, conectando os animais a internet, aumentando a produtividade, reduzindo custos, melhorando o bem estar animal e evitando perdas de animais
	Robótica, agricultura robotizada, agricultura de precisão, automatização	Austrália e Oceania	Utilizando robótica e inteligência artificial, a empresa desenvolveu uma máquina capaz de auxiliar em atividade agrícolas como identificação de plantas daninhas, contagem de frutos e medição de produtividade, facilitando o controle sobre a produção e aumentando a produtividade.
	Indústria de Carnes	Austrália, EUA, Polônia	Usando machine learning e análises espectrais de cores, a empresa vende softwares que podem medir a qualidade da carne na indústria de carnes, facilitando a segmentação de compra e venda, assim, melhorando a experiência do consumidor
	Agricultura de precisão e Machine learning	Austrália, Alemanha, EUA	Utiliza IoT, juntamente com sensores sem fio e geolocalização para aumentar a lucratividade e prevenir perdas agropecuárias. Recebeu aporte da Bosch e aceleração financiada pelo Governo da Austrália. Uma de suas grandes vantagens é em predição do tempo personalizada para o agricultor, podendo ser segmentada de acordo com a área de produção e pela utilização de sensores que detectam o microclima do solo, estufas ou casas de vegetação, aumentando, assim, a eficiência da produção de acordo com as necessidades de cada planta.
	Supply Chain de grãos	Austrália e EUA	Plataforma de gerenciamento de commodities em nuvem, onde os agentes da cadeia (agricultores, compradores, operadores de armazenamento e consumidores) podem negociar produtos. Produtores podem gerenciar desde o armazenamento até a venda, gerenciar contratos, entregas, faturas e financiamento agrícola. Atualmente busca expansão global e já expandiu seus serviços para os EUA, alcançando mais de 15 milhões de toneladas métricas transacionadas.

Empresa	Atividade	Atuação	Observações
 AgDNA	Agricultura de precisão	Possui atuação em diversos países após ser adquirida pela CNH (Case New Holland)	Atual líder em sistemas de gerenciamento remoto agrícola. A empresa fornece soluções através de uma plataforma de agricultura de precisão em escala, utilizando Big Data e IoT, aumentando a produtividade de fazendas, reduzindo custos de safras e maximizando a lucratividade, de acordo com imagens aéreas e leituras geoprocessadas.
 AgriWebb	Manejo de bovinos e ovinos	Austrália, África do Sul, Brasil, Reino Unido	Software de gestão, fornece informações do custo de produção por quilo de carne da fazenda e por cabeças, mapeia a fazenda e indica a qualidade do pasto, do estoque e facilita o manejo das pastagens na fazenda. Gerencia atualmente cerca de 10% do gado bovino e ovino na Austrália em cerca de 35 milhões de hectares. Recebeu aportes no valor de 14 Milhões de dólares.
 FluroSat	Agricultura de precisão	Possui atuação em mais de 15 países, incluindo Austrália, Brasil, Ucrânia e EUA	Atua no monitoramento e análises agrícolas para agricultores e agrônomos, fornecendo dados sobre o estágio de desenvolvimento das culturas, estresse, recomendação de nutrientes. Suas análises podem ser dimensionadas em diferentes escalas de produção, que vão desde a piquetes até regiões inteiras de culturas perenes e commodities.
 CERES	Pecuária	Austrália. Tem interesse em atuar no Brasil.	É uma plataforma de informações animais e sistema de informações por satélite. Oferece a localização por GPS, monitoramento de saúde e bem estar animal e detecção de roubo através de um brinco instalado no animal, fornecendo biossegurança e comodidade. Não requer assinatura, troca de bateria ou instalação de infraestrutura.
 DEZIPHER	Gestão e agricultura de precisão	Austrália e Brasil	É um software de gestão agrícola, fornecendo dados de produção e estoque ao longo do tempo, com projeções de produção e custos. Auxilia a gerenciar os recursos de forma mais sustentável e lucrativa utilizando histórico de dados e armazenamento em nuvem, utiliza big data para gerir solos, pesquisas e conhecimentos agrônômicos e fornece ferramentas para aumentar a segurança de investimentos e redução de riscos, além de monitorar estoque e armazenamento.
 ROTOGRO	Agricultura vertical	Austrália e Canadá	A empresa produz sistemas de agricultura vertical cilíndrica e rotativa, com hidroponia automatizada, reduzindo os custos operacionais e de mão de obra, maximiza em até 12 vezes a área cultivada. Atualmente possui foco principal no cultivo de cannabis e hortícolas

Empresa	Atividade	Atuação	Observações
	Irrigação	Austrália, América do Norte, China, Israel e Europa	Otimiza a temperatura do solo na região próxima à raiz das plantas, com um sistema modular e de reaproveitamento de água de condensação de estufas.
	Aviação, fiscalização e gestão ambiental	Austrália	Empresa pioneira a utilizar drones no rastreamento de animais selvagens por rádio utilizando drones.

Fontes: Elaborado pelos autores com base nas informações disponíveis nos sites das empresas e no relatório da Ernest Young (2018)

## CAPÍTULO 10:

# INVESTIMENTO DIRETO EM TERRAS NA AUSTRÁLIA<sup>1</sup>

Greg Wallis<sup>2</sup>

Na Austrália, o investimento estrangeiro na agricultura é essencial para o desenvolvimento regional, aumento da produtividade do setor e para a formação de mercados de exportação agrícola. É um dos cinco setores prioritários de investimento nacional dos governos federal e estadual. A crescente demanda por produtos australianos de vizinhos asiáticos (principalmente China, Coreia, Japão e Indonésia), que respondem por dois terços de todas as exportações agrícolas australianas, está aumentando a necessidade por investimentos no setor.

Para aproveitar este cenário, a Austrália precisará aumentar a produtividade por meio da inovação e da aplicação de tecnologia, desenvolver mais terras para fins agrícolas, especialmente no norte do país, se tornar mais integrada nas cadeias de abastecimento de alimentos e entender a evolução da demanda e consumo globais, com foco no mercado asiático.

Historicamente, o investimento na agricultura australianas vem dos EUA e do Reino Unido. Recentemente a China está se tornando cada vez mais presente neste setor. Outro país que tem investido no agronegócio na Austrália é o Brasil, mas não na mesma proporção que os países anteriores. Na verdade, a ligação com o Brasil remonta aos anos 1970, quando Sebastião Maia, o “barão do gado”, comprou grandes propriedades em Lawn Hill e Julia Creek, em Queensland.

A Austrália se orgulha, com razão, da qualidade de seus produtos e dos seus níveis de produtividade agrícola. Mas o tamanho da agroindústria australianas é mínimo em comparação com o Brasil, que é o maior produtor e exportador mundial de açúcar, café e suco de laranja, e também o maior exportador de carne bovina, soja e aves. Um em cada quatro grãos consumidos no mundo é produzido no Brasil. Mais de 5 em cada 10 copos de suco de laranja bebidos no mundo vêm de laranjas brasileiras. Além disso, o rebanho bovino de corte do Brasil é 8 vezes maior do que o da Austrália.

A chegada do Brasil à condição de superpotência agrícola tem sido sustentada pelo rápido aumento da eficiência nos fatores de produção, especialmente da terra e da mão de obra. O país emergiu como um dos maiores desempenhos globais no crescimento da Produtividade Total dos Fatores (PTF) agrícola, em parte por causa das pesquisas que levaram a melhores tecnologias agropecuárias e possibilitaram o desenvolvimento do cerrado brasileiro. Os aprendizados resultantes da transformação desta região tropical do Brasil são muito relevantes para a Austrália, já que podem servir de exemplo para o desenvolvimento agrícola no norte do país. As tecnologias desenvolvidas pelo Brasil são bem conceituadas. O país tem várias start-ups agrícolas, duas das quais estão classificadas na lista da Forbes 25 Most Innovative Global Agtech.

O Brasil é um destino atraente de investimento agrícola por sua capacidade de produção e por possuir muitas terras agricultáveis com chuvas consistentes. Na Conferência Global AgInvesting 2017 em Nova York, o Brasil foi apontado, junto com a Austrália e a América do Norte (EUA e Canadá), como um dos destinos mais atrativos para investimento no agronegócio. Mas, dada a sua força e relevância no setor, não é de se surpreender que o Brasil não seja apenas um destino de investimento estrangeiro direto (IED), mas torne-se cada vez mais uma fonte dele. O saldo de IED do agronegócio brasileiro no exterior cresceu, de uma base modesta, multiplicado por 17 nos últimos dez anos. As empresas brasileiras geralmente vão primeiro para os países

<sup>1</sup> Publicado originalmente em 28 de novembro de 2017 com o título: Brazilians: Coming to a Farm Near You?. <https://www.linkedin.com/pulse/brazilians-coming-farm-near-you-greg-wallis>

<sup>2</sup> Cônsul Geral da Austrália e Comissário Sênior da Comissão Australiana de Comércio e Investimento (Austrade)



vizinhos, incluindo Argentina, Paraguai e Bolívia, depois, talvez, para a África, os EUA ou Europa, no máximo, salvo algumas raras exceções mais recentes. Atualmente, a Austrália também está na mira de várias empresas, especialmente aquelas que desejam participar do boom de consumo da classe média asiática.

À primeira vista, a ideia de que a Austrália poderia ser uma forma de entrada no mercado asiático para o Brasil pode ser atenuada para alguns setores, já que quase metade da produção agrícola brasileira é destinada a região. De fato, em 2016 o Brasil ultrapassou a Austrália nas exportações de carne bovina para a China. Mas o acesso do Brasil a outros países asiáticos é dificultado por restrições sanitárias e regulatórias porque o país ainda não é um parceiro ou possui acordos bem recentes para vender sua carne em mercados relevantes próximos à Austrália como o Japão, Coreia do Sul e Indonésia. Além disso, o Brasil obtém apenas de 20% (na Tailândia) a 80% (na China e nas Filipinas) do preço que a Austrália cobra por um quilo de carne bovina nesses mercados. Portanto, investir em terras na Austrália é útil para as empresas brasileiras que querem vender um produto premium para a Ásia, já que só se pode obter os benefícios de marcas australianas premium se produzir no país.

Entretanto, vender carne bovina para a Ásia é apenas o início. Todos os setores do agronegócio podem apresentar oportunidades. Em 2017 a Austrade de São Paulo identificou e trabalhou com 20 empresas brasileiras que estavam em diferentes estágios de maturidade para investirem no agronegócio australiano. A maioria era empresas de médio porte que atuavam na área de biopesticidas, saúde e nutrição animal, fertilizantes e defensivos agrícolas. O que há de comum entre elas? Essas empresas afirmam possuir tecnologia de ponta à nível global e expertise para contribuir para o aumento da produtividade agrícola global, além de acreditarem que a Austrália é o local correto para expandirem sua presença global. Ainda há muita coisa por vir nas relações Brasil-Austrália!



## CAPÍTULO 11:

# O INVESTIMENTO AUSTRALIANO NO BRASIL É MAIOR DO QUE VOCÊ PENSA<sup>1</sup>

Greg Wallis<sup>2</sup>

Em 2017 a Austrade São Paulo realizou um levantamento sobre o perfil dos investimentos australianos no Brasil. De acordo com as estatísticas da ABS (Australian Bureau of Statistics), a Austrália tem cerca de AUD 4,42 bilhões em estoque de IED (investimento estrangeiro direto) no Brasil, o que o torna o 15º maior destino de investimentos australianos no exterior. Pode ser surpreendente para muitos que esse montante seja superior ao que a Austrália possui investido diretamente na Índia, Tailândia, Filipinas, Coreia ou Vietnã (É importante notar que ao incluir outras formas de investimentos além do IED, o total alocado nesses países são, na maioria dos casos, significativamente maior do que no Brasil)

Apesar dos interesses por mineração da Austrália na América do Sul, o estoque de IED da Austrália no Brasil é maior do que no resto da América Latina combinado. Ao contrário de grande parte da região, os investimentos australianos no Brasil são diversificados em mais setores. Além da produção de minério de ferro e exploração de petróleo, a Austrália fez grandes investimentos em energia renovável, logística, serviços online, manufatura, agronegócio, serviços financeiros, seguros e varejo de moda no Brasil. Macquarie, QBE, Goodman, BHP-Billiton, Brambles, Seek, carsales, CottonOn, NuFarm, Karoon, Ansell, Amcor e Pacific Hydro são alguns dos grandes investidores no país.

Em 2016, o Brasil foi o sexto maior receptor de fluxos de IED no mundo (a Austrália ocupou o 9º lugar) com mais de US\$ 50 bilhões investidos, mesmo em meio à recessão. Não se pode dizer que o Brasil é um ambiente amigável para os investidores; o país tem uma burocracia pesada e uma tributação complexa, o que o leva a ocupar o 125º lugar dentre os lugares mais fáceis de se fazer negócios. Apesar disso, empresas globais, líderes de seus setores e com recursos suficientes para superar as dificuldades de entrada no mercado brasileiro conseguem obter sucesso.

A maioria das empresas australianas investem no Brasil porque o país é uma potência agrícola com enorme potencial de uso de recursos naturais e ampliação do parque industrial. Além disso, o país está entre as 10 maiores economias do mundo, com um mercado consumidor de cerca de 200 milhões de pessoas. Apesar da longa e complexa recessão que o Brasil vem passando desde 2015, o país tem níveis de poder de compra relativamente altos que impulsionam a demanda nos setores de serviços domésticos, varejo e online.

Não é fácil vender o Brasil para empresas australianas. Poucas das maiores empresas australianas estabelecidas nos EUA, Europa e Ásia conseguiram entrar no Brasil. Elas acabam priorizando outros mercados pois, além da proximidade, são mais fáceis. Mas se você considera que ser global significa que estar presente em um mercado tão grande quanto o Brasil, existem muitas vantagens para os investimentos australianos no país. Seria necessário um bom retorno financeiro associado a um crescimento sustentável e um otimismo sobre o futuro do país para que isso aconteça, o que parece estar acontecendo. Ainda distante do crescimento de 7,5% em 2010,

<sup>1</sup> Publicado em 28 de novembro de 2017. <https://www.linkedin.com/pulse/australian-investment-brazil-bigger-than-you-think-worth-greg-wallis/>.

<sup>2</sup> Cônsul Geral da Austrália e Comissário Sênior da Comissão Australiana de Comércio e Investimento (Austrade).



mas com boas perspectivas pela frente, o Brasil pode apresentar uma nova oportunidade para empresas australianas.



## CONCLUSÃO

*Débora Simões*

Brasil e Austrália são dois casos de sucesso no agronegócio. Com investimento em pesquisa e inovação, organização da cadeia e um ambiente favorável do ponto de vista da crescente demanda por alimentos, cada país buscou desenvolver o setor agrícola de modo a adaptá-lo às suas peculiaridades e à disponibilidade de recursos internos.

O Brasil é a principal referência mundial em agricultura tropical desenvolvendo uma série de tecnologias e processos que permite ao país plantar duas ou três vezes na mesma área, otimizando o uso da terra. Além disso, nos últimos vinte anos o setor agrícola no país cresceu em direção ao interior do país promovendo o desenvolvimento de regiões no Cerrado e ampliando a produção e excedente exportável, principalmente de grãos e oleaginosas. O setor é majoritariamente reconhecido pelos ganhos de escala, diversidade de produtos e pelo volume ofertado no mercado internacional. O país é líder na produção e exportação de soja e café e figura-se nas primeiras posições no ranking de produção e comercialização de milho, açúcar, algodão e carnes bovina, de frango e suína. A produção brasileira é fundamental para sustentar o crescimento de alimentos no mundo.

Já a Austrália foi um dos países pioneiros no desenvolvimento e adoção de técnicas que buscam o aumento de eficiência da produção agropecuária gerenciando os riscos climáticos (seca e falta de água são questões críticas no país). Com falta de recursos para garantir volumes expressivos no mercado internacional, a estratégia australiana se pautou em garantir qualidade de seus produtos e transparência nos seus processos. Assim, os produtos agrícolas australianos são reconhecidos como premium, confiáveis, seguros, com baixo teor de contaminação e sustentáveis. Isso torna a Austrália uma referência em agregação de valor no setor agrícola.

Nessa trajetória, Brasil e Austrália seguiram caminhos paralelos. Por questões históricas e até mesmo geográficas, as relações comerciais e de cooperação entre os dois países é muito incipiente. Pelos estudos abordados nesse livro, é possível dizer que existem oportunidades a serem exploradas pelos dois países para que as transações entre eles cresçam. Pelos volumes envolvidos, as oportunidades identificadas seriam alternativas para estratégia de diversificação de fornecedores ou compradores desses produtos. Não se desenha um cenário onde Brasil e Austrália movimentem volumes significativos de produtos entre si quando comparado aos fluxos estabelecidos com seus parceiros tradicionais como EUA, Europa e China – do lado brasileiro – e China e demais países asiáticos, do lado australiano.

Para o café e castanhas, produtos identificados com potencial de ampliar as exportações brasileiras, a comunicação é um fator chave para ampliar o comércio. No caso do café, o Brasil já é o principal fornecedor da Austrália, onde o mercado é bastante desenvolvido e com elevado consumo per capita. Entretanto, ainda há um caminho a ser percorrido para consolidar o Brasil como origem relevante no mercado de cafés especiais, o que agrega valor ao produto. Até o momento, a Austrália não é um país foco das ações da BSCA e Apex, mas o Cecafé já começou a mapear mais de perto os hábitos de consumo australianos para desenvolver ações no país.

No caso das castanhas (amendoim e castanha-de-caju), as exportações do Brasil para a Austrália cresceram de forma significativa nos últimos anos e as perspectivas são bastante positivas. Muito embora a Austrália não seja um mercado prioritário no escopo do Projeto Brasil Foods and Snacks, os esforços de comunicação da ABICAB e da Apex já geram externalidades positivas com relação à imagem do produto brasileiro no país. Assim, iniciativas isoladas e mais pontuais do setor privado para entrar no mercado australiano podem gerar resultados interessantes.



Para o complexo de cevada cervejeira-malte e para o trigo, mercados que a Austrália teria interesse em desenvolver parcerias com o Brasil, há algumas complicações burocráticas que podem retardar o fluxo comercial. Atualmente, nem a cevada nem o trigo australiano é autorizado a entrar no mercado brasileiro. Para que isso se torne possível, os produtos devem passar por um processo de análise de risco de pragas, o qual deve ser solicitado ao Ministério da Agricultura. O potencial é bastante promissor, principalmente para a cevada cervejeira e para o malte. Em 2019, foram registradas as primeiras transações de malte entre Brasil e Austrália. No caso do trigo, o produto australiano teria muitos problemas para competir no Brasil devido aos preços mais elevados. Assim, embora os fundamentos de oferta e demanda de trigo sejam positivos para os dois países, questões financeiras acabam por minar o potencial do comércio desse produto.

Vale ressaltar que o mercado australiano é bastante aberto, de fácil acesso e não cobra imposto de importação sobre esses produtos originados do Brasil. Os produtos brasileiros também conseguem competir com outros fornecedores da Austrália, como a Colômbia (café), Argentina (amendoim) e Vietnã (castanha-de-caju). Assim, não existem grandes barreiras para desenvolver esse fluxo comercial. Por outro lado, o mercado brasileiro é mais fechado. Atualmente os produtos australianos são taxados com uma alíquota que variam de 10% a 14%, afetando a sua competitividade em relação aos fornecedores membros do Mercosul, em especial a Argentina. Desse modo, além de cuidar dos processos da análise fitossanitária, Brasil e Austrália poderiam iniciar um diálogo para eliminar barreiras nesses mercados de modo a beneficiar ambos os países.

Muito além das oportunidades comerciais, Brasil e Austrália possuem um enorme potencial de aproveitar sinergias e juntar esforços na busca de soluções para o agronegócio por meio de parcerias educacionais, de P&D para inovação e da internacionalização das startups. O histórico mostra que os pontos positivos e negativos das estratégias de inovação adotadas pelos dois países são complementares e o agronegócio vem passando por transformações significativas: mudanças nos hábitos alimentares, aumento de exigência dos consumidores por produtos mais saudáveis e sustentáveis, aumento da concorrência internacional, disrupção tecnológica, transformações estruturais na indústria, desafios climáticos, escassez de água e aumento das ameaças causadas por pestes e doenças. O advento das tecnologias tais como GPS, GIS, imagem de satélite, sensores, drones, blockchain, inteligência artificial e internet das coisas possibilitam o desenvolvimento de soluções para esses desafios à medida que novas aplicações são introduzidas nos diversos elos da cadeia: produção, suprimento, logística e até o consumo final.

A colaboração entre Brasil e Austrália nessa área poderia acelerar a obtenção de respostas para os desafios da agricultura, permitindo aumentar a produtividade, otimizar os usos de recursos e consolidar processos mais sustentáveis na produção de alimentos. Assim, há muito a ser compartilhado e aprendido nessa relação.

Por fim, outra possibilidade para estreitar a relação entre Brasil e Austrália seria a via do investimento direto. Esse aspecto é explorado no capítulo que analisa a possibilidade de compra de terra por brasileiros na Austrália como forma de diversificar riscos e obter acesso mais fácil ao mercado de países asiáticos (Japão, Tailândia, Coreia, Indonésia etc.) e também no texto que encoraja empresas australianas a darem uma segunda chance ao mercado brasileiro, dados o tamanho do mercado consumidor e as perspectivas de crescimento, principalmente no agronegócio.

Obviamente esse livro não esgota as possibilidades existentes para estreitar as relações entre Brasil e Austrália, mas aponta algumas possibilidades que deveriam ser mais cuidadosamente avaliadas pelos setores públicos e privados nos dois países. Uma semente foi lançada para despertar a curiosidade mútua de brasileiros e australianos sobre as sinergias existentes entre esses grandes atores do agronegócio global que pouco se conhecem. É hora de



construir pontes, ampliar o diálogo, definir planos e fazer com que a única distância que exista entre Brasil e Austrália seja a geográfica. Certamente o mundo e o agronegócio só teriam a ganhar com essa iniciativa!



## REFERÊNCIAS

- Agrifutures. Coffee. Australia, 2017. Disponível em: <https://www.agrifutures.com.au/farm-diversity/coffee/#:~:text=Coffee%20production%20in%20Australia%20is,total%20of%20300%E2%80%93350%20hectares>. Acesso em 28 de novembro de 2020.
- AgTech Garage. Censo das AgTechs. Disponível em <https://www.agtechgarage.com/censo/>. Acesso em 05 de dezembro de 2020.
- Antoniazzi, N. Cultivo da cevada cervejeira no Brasil: evolução e tendências. Engarrafador Moderno, 19 de outubro de 2020. Disponível em: <https://engarrafadormoderno.com.br/ingredientes/cultivo-da-cevada-cervejeira-no-brasil-evolucao-e-tendencias>. Acesso em 05 de dezembro de 2020.
- Apex Brasil. Portal de notícias. Brazil Agribusiness Innovation Forum acontecerá em Sydney, Austrália. 2019. Disponível em: <https://portal.apexbrasil.com.br/noticia/brazil-agribusiness-innovation-forum-acontecera-em-sydney-australia/>. Acesso em 08 de dezembro de 2020.
- Apex Brasil. Portal de notícias. Startups brasileiras têm programa de internacionalização. Disponível em: <https://portal.apexbrasil.com.br/noticia/STARTUPS-BRASILEIRAS-TEM-PROGRAMA-DE-INTERNACIONALIZACAO/>. Acesso em 08 de dezembro de 2020.
- Associação Nacional para Difusão de Adubos (ANDA). Estatísticas. Disponível em: [https://anda.org.br/pesquisa\\_setorial/](https://anda.org.br/pesquisa_setorial/). Acesso em 15 de novembro de 2020.
- Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (ANFAVEA). Estatísticas. Disponível em: <http://www.anfavea.com.br/estatisticas>. Acesso em 14 de novembro de 2020.
- Australian Bureau of Agricultural and Resource Economics and Sciences (ABARES). Estatísticas. Disponível em: <https://www.agriculture.gov.au/abares/research-topics/agricultural-outlook/data>. Acesso em 28 de novembro de 2020.
- Australian Bureau of Agricultural and Resource Economics and Sciences (ABARES). Wheat: December quarter 2020. Disponível em: <https://www.agriculture.gov.au/abares/research-topics/agricultural-outlook/wheat#:~:text=Australian%20wheat%20production%20is%20forecast,particularly%20in%20New%20South%20Wales>. Acesso em 20 de dezembro de 2020.
- Australian Export Grains Innovation Centre (AEGIC). Barley 2030: Anticipated trends in global consumption. Economics and Market Insights Team, 2020. Disponível em: [https://www.aegic.org.au/wp-content/uploads/2020/09/AEGIC\\_Barley-2030\\_LR.pdf](https://www.aegic.org.au/wp-content/uploads/2020/09/AEGIC_Barley-2030_LR.pdf). Acesso em 28 de novembro de 2020.
- Australian Farm Institute. Optimising Australian agriculture's comparative advantages. Um discurso na conferência *Caminhos para o Crescimento*, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada e Social de Melbourne, 2014. Disponível em: <https://www.farminstitute.org.au/optimising-australian-agricultures-comparative-advantages/>
- Banco Mundial. Data. Disponível em: <https://data.worldbank.org/>. Acesso em 14 de novembro 2020.
- Barley Australia. Barley. Disponível em: <https://www.barleyaustralia.com.au/industry/barley/>. Acesso em: 14 de dezembro de 2020.



- Bureau of Meteorology. Informações climáticas da Austrália. Disponível em: <http://www.bom.gov.au/watl/index.shtml>. Acesso em 30 de novembro de 2020.
- Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (CEPEA). Produto Interno Bruto do Agronegócio. Disponível em: <https://www.cepea.esalq.usp.br/br/pib-do-agronegocio-brasileiro.aspx>. Acesso em 08 de novembro de 2020.
- Conselho dos Exportadores de Café do Brasil (Cecafé). Estatísticas: Exportações Brasileiras. Disponível em: <https://www.cecafe.com.br/dados-estatisticos/exportacoes-brasileiras/>. Acesso em 28 de novembro de 2020.
- Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB). Acompanhamento da Safra Brasileira. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/safras>. Acesso em 12 de novembro de 2020.
- Dias, C. N.; Jardim, F.; Sakuda, L. O. Radar AgTech Brasil 2019: Mapeamento das startups do Setor Agro Brasileiro. Embrapa, SP Ventures e Homo Ludens: Brasília e São Paulo, 2019. Disponível em: <https://radaragtech.com.br>. Acesso em 13 de novembro de 2020.
- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). Trajetória da Agricultura Brasileira. Brasília, DF. 2018. Disponível em: <https://www.embrapa.br/visao/trajetoria-da-agricultura-brasileira>.
- Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA). Mercado e comercialização de Cevada. Embrapa Trigo. Passo Fundo, RS. 2012. Disponível em: [http://www.cnpt.embrapa.br/biblio/do/p\\_do139\\_5.htm](http://www.cnpt.embrapa.br/biblio/do/p_do139_5.htm). Acesso em 21 de dezembro de 2020.
- Ernest Young. Agricultural Innovation — A National Approach to Grow Australia's Future. 2019. Disponível em: <https://www.agriculture.gov.au/sites/default/files/sitecollectiondocuments/agriculture-food/innovation/full-report-agricultural-innovation.PDF>. Acesso em 25 de novembro de 2020.
- Euromonitor International. Country Report: Coffee in Australia, 2019. Disponível em: <https://www.euromonitor.com/coffee-in-australia/report>. Acesso em: 28 de novembro de 2020.
- Food and Agriculture Organization (FAO). FAOSTAT Database. 2020. Disponível em: <http://www.fao.org/faostat/en/#home>. Acesso em: 02 de novembro de 2020.
- Grain Central. Australia needs to diversify barley markets: AEGIC. Disponível em: <https://www.graincentral.com/markets/export/australia-needs-to-diversify-barley-markets-aegic/>. Acesso em 28 de novembro de 2020.
- Harvard Business Review. 2016. Which Industries Are the Most Digital (and Why)? Disponível em: <https://hbr.org/2016/04/a-chart-that-shows-which-industries-are-the-most-digital-and-why>. Acesso em 10 de dezembro de 2020.
- Informa. The future of Australian AgTech. Informa Connect. 2019. Disponível em: <https://www.informa.com.au/insight/the-future-of-australian-agtech/>. Acesso em: 02 de dezembro de 2020.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9105-producao-da-extracao-vegetal-e-da-silvicultura.html?=&t=o-que-e>. Acesso em 28 de outubro de 2020.



- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Levantamento Sistemático da Produção Agrícola. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6588>. Acesso em 12 de novembro de 2020.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Produção Agrícola Municipal. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/5457>. Acesso em 12 de novembro de 2020.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa da Pecuária Municipal. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/3939>. Acesso em 16 de novembro de 2020.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Pesquisa Trimestral do Abate de Animais. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/agricultura-e-pecuaria/9203-pesquisas-trimestrais-do-abate-de-animais.html?=&t=series-historicas>. Acesso em 16 de novembro de 2020.
- International Nut and Dried Fruit (INC). Statistical Yearbook 2019. Disponível em: <https://www.nutfruit.org/industry/technical-resources?category=statistical-yearbooks>.
- International Fertilizer Industry Association (IFA). Estatística Global Mercado de Fertilizante. Disponível em: <https://www.ifastat.org/databases>. Acesso em 29 de novembro de 2020.
- International Service for the Acquisition of Agri-biotech Applications (ISAAA). Estatística de Biotecnologia. Disponível em: <https://www.isaaa.org/>. Acesso em 15 de novembro de 2020.
- International Trade Centre (ITC). Trade Statistics for International Business Development, TRADE MAP 2020. Disponível em: <https://www.trademap.org/Index.aspx>. Acesso em 28 de outubro de 2020.
- KPMG. Talking 2030: Growing agriculture into a \$100 billion industry. 2018. Disponível em: <https://home.kpmg/au/en/home/insights/2018/03/talking-2030-growing-australian-agriculture-industry.html>. Acesso em 07 de dezembro de 2020.
- KPMG. Powering Growth: Realising the potential of AgTech for Australia. 2016. Disponível em: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/au/pdf/2016/powering-growth-realising-potential-agtech-australia.pdf>. Acesso em 23 de novembro de 2020.
- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Anuário da cerveja: 2019. Brasília, DF, 2020. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/publicacoes/anuario-da-cerveja-2019>.
- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Valor Bruto da Produção. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/politica-agricola/valor-bruto-da-producao-agropecuaria-vbp>. Acesso em 11 de novembro de 2020.
- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Estatísticas de Comércio Exterior. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/relacoes-internacionais/estatisticas-de-comercio-exterior>. Acesso em 11 de novembro de 2020.
- Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Produtos Vegetais de Importação Autorizada – PVIA. Disponível em: <http://mapas.agricultura.gov.br/ddiv/arp/oracle/pvti2.asp>. Acesso em 14 de dezembro de 2020.
- Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços (MDIC). Estatísticas de Comércio Exterior. Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/component/content/article?id=83>. Acesso em 11 de novembro de 2020.



Organização Mundial do Comércio (OMC). Estatísticas. WTO Database Portal. Disponível em: <https://data.wto.org/>. Acesso em: 02 de dezembro de 2020.

Rede ILPF. Adoção das tecnologias de integração lavoura-pecuária-floresta (ILPF). Disponível em: <https://www.redeilpf.org.br/index.php/rede-ilpf/ilpf-em-numeros>. Acesso em 20 de novembro de 2020.

Relatório Internacional de Tendências do Café (RITC). Lavras: Bureau de Inteligência Competitiva do Café, v.6, n.12, 13 mar. 2018. 13 p. Disponível em: [http://www.consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/publicacoes\\_tecnicas/Relatorio\\_v6\\_n\\_12.pdf](http://www.consorciopesquisacafe.com.br/arquivos/consorcio/publicacoes_tecnicas/Relatorio_v6_n_12.pdf).

Sampaio, R. M. Amendoim: safra difícil, mas exportações avançam e preparam terreno para 2019/2020. Revista Canavieiros, Sertãozinho, v. XIII, n. 159, p. 1-10, set. 2019. Disponível em: <https://www.revistacanavieiros.com.br/uploads/pagina/tag/2019/11/e8IGHvhbxTeXEgc9/159-set-baixa.pdf>. Acesso em 10 de novembro de 2020.

Secretaria de Comércio Exterior (SECEX). Estatísticas de Comércio Exterior. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/home>. Acesso em: 11 de novembro de 2020.

Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Defesa Vegetal (SINDIVEG). Estatística do Setor de Defensivos. Disponível em: <https://sindiveg.org.br/mercado-total/>. Acesso em 15 de novembro de 2020.

Tracxn. AgriTech Startups in Australia. 2020. Disponível em: <https://tracxn.com/explore/AgriTech-Startups-in-Australia>. Acesso em: 27 de novembro de 2020.

United States Department of Agriculture (USDA). Estatística de Oferta e Demanda. Disponível em: <https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>. Acesso em 11 de novembro de 2020.