

OPORTUNIDADES DO ARROZ BRASILEIRO NO MERCADO MUNDIAL

Patricio Mendez del Villar⁽¹⁾, Carlos Magri Ferreira⁽²⁾. ⁽¹⁾Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement (Cirad/França). E-mail: patricio.mendez@cirad.fr. ⁽²⁾Embrapa Arroz e Feijão, Caixa Postal 179, CEP 75375-000 Santo Antônio de Goiás, GO. E-mail: magri@cnpaf.embrapa.br

Palavras-chave: comércio internacional, exportação, barreiras tarifárias, consumo, competitividade.

Na história da rizicultura brasileira percebe-se ciclos em que o mercado externo é tratado como meta prioritária. Isso aconteceu no início da década de 20, período em que o Brasil conquistou o mercado da Bacia do Prata, no início da década de 60 quando figurou como um emergente país exportador e nos anos 70, quando ocorreu outra forte movimentação voltada para o mercado internacional. Apesar destas fases expressivas esse assunto, independente da situação interna de produção e abastecimento, é constantemente retomado. A intenção de participar do mercado internacional reduziu-se bastante depois que o arroz irrigado passou a ser o preferido pela população brasileira, principalmente após os anos 80. O presente documento apresenta alguns dados dessa história, mostra a atual situação do mercado e consumo no mundo, com ênfase para o mercado europeu. Aponta dificuldades e causas que impedem que o país conquiste efetivamente seu espaço nesse mercado.

O Brasil é o primeiro produtor e consumidor de arroz fora da Ásia e tem potencial para aumentar sua produção. Porém, a inserção no comércio internacional nem sempre é fácil; ao contrário do que muitos pensam a competitividade não depende somente do preço, mas também de questões relacionadas aos nichos de mercados, qualidade de produto e das regras e situações criadas pelos países importadores. Os fluxos de comércio são dominados por poucas empresas, além da forte interferência dos governos, que procuram controlar o comércio em benefício dos exportadores e produtores nacionais.

O objetivo é apresentar dados sobre a situação da rizicultura mundial, apresentar informações sobre o consumo, volume e qualidade do arroz transacionado no comércio mundial, bem como mostrar os principais países exportadores e importadores e suas políticas e estratégias.

Para realizar o trabalho foi feita uma segmentação do mercado, levantando dados de instituições oficiais como Organização Mundial para Alimentação - FAO, Departamento de Agricultura dos Estados Unidos - USDA e Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE e realizadas análises estatísticas.

Dados da FAO (2003) mostram que nos últimos 25 anos o comércio mundial de arroz dobrou de volume, com um aumento médio de 3,5% ao ano. Porém, o mercado ainda continua restrito, pois somente 6% da produção mundial do arroz é transacionada no comércio internacional; valor que pode ser considerado baixo se comparado com o da soja e do trigo, produtos que têm, respectivamente, 25% e 20% da produção negociada neste comércio. Além disso, o mercado mundial do arroz apresenta singularidades, por exemplo, 90% da produção e do consumo concentram-se no continente asiático, onde também concentra-se 75% das exportações e 40% das importações. A oferta de arroz é dominada por poucos países. Os principais exportadores de arroz são Tailândia, Vietnã, Índia, Estados Unidos e Paquistão. Eles comercializam quase 75% do volume total mundial. Estes países competem duramente entre si para conquistar novos mercados. Atualmente os principais mercados importadores encontram-se no Extremo Oriente, África e Oriente Médio. Nestes dois últimos, o déficit aumenta cada vez mais, devido ao grande crescimento do consumo e do pequeno crescimento da produção.

A China consome cerca de 34% do arroz produzido no mundo. É o maior consumidor de arroz do planeta, 138 milhões de toneladas, seguido pela Índia, Indonésia e Bangladesh que consomem, respetivamente 21%, 9% e 6%. Estes três países consomem cerca de 145 milhões de toneladas por ano. A União Européia consome somente 2,2 milhões de toneladas de arroz beneficiado, constituindo-se na 19ª região consumidora no ranking mundial.

O consumo de arroz pode ser classificado em três grandes modelos: O modelo asiático que corresponde a um consumo médio *per capita* superior a 100 kg ao ano; neste caso há países em que o consumo alcança até 200 kg ao ano. Um exemplo desse grupo é a China, que apresenta um consumo anual médio de 110 kg *per capita*. O modelo subtropical com um consumo *per capita* médio que varia de 35 a 65 kg ao ano. O Brasil é um país representativo desse grupo, o consumo médio gira em torno de 45 kg a.a. de arroz beneficiado. No modelo ocidental o consumo *per capita* médio é baixo, cerca de 10 kg a.a. Como exemplo desse grupo cita-se a França com um consumo *per capita* de 5 kg ao ano. Neste aspecto deve-se registrar que além de variar em termos quantitativo há uma diferenciação de preferência por qualidade. É importante ressaltar que o consumo *per capita* médio anual de arroz no mundo cresceu nos últimos 40 anos, passou de 40 para 60 kg.

A União Européia produz em média 2,6 milhões de toneladas casca por ano, e exporta 300 mil toneladas de arroz beneficiado. Para complementar o seu abastecimento importa cerca de 700 mil toneladas de arroz beneficiado. Os principais fornecedores são os Estados Unidos (36%), Tailândia (22%), Índia (13%) e Guianas (10%). As 120 mil toneladas restantes são disputadas por outros países. Algumas dificuldades para concorrer por essa fatia do mercado estão relacionadas com as barreiras criadas pela legislação aduaneira que impõem tarifas diferenciadas para importação de arroz (Tabela 1) e pela notada preferência pelo tipo indica produzido nesses países.

Tabela 1. Tarifas aduaneiras na União Européia para o comércio de uma tonelada de arroz. Valores vigentes em 28/2/2003.

Formas do Arroz	Tarifa normal	Basmati (Índia e Paquistão)	Tarifa do acordo do GATT	Países da África, Caribe e Pacífico	Países e Territórios Ultra Mar
Valores em dólares					
Casca	242,65		0,0	79,93	0,0
Descascado	303,60	16,10	0,0	101,20	0,0
Beneficiado	477,25		0,0	153,19	0,0

Fonte: França (2003), adaptado pelos autores.

Visualiza-se na Tabela 2 os preços médios de arroz de primeira qualidade, representado pelos produtos americano e tailandês, do arroz de qualidade intermediária, representado pelos produtos da Tailândia e Vietnã e do arroz de qualidade inferior, representado pelos produtos da Índia e pelo produto A1Super, que é um material 100% quebrado de origem tailandesa.

Tabela 2. Preços médios do arroz no mercado mundial em US\$/tonelada-FOB.

Ano	Qualidade					
	Alta		Média a baixa		Baixa	
	Usa2/4	Tai100	Tai25	Viet25	India25	A1Super
2001	253	178	153	148	177	135
2002	198	197	171	169	135	151
2003*	203	197	173	160	152	148

Fonte: InfoArroz/InterArroz (2003).

*média dos meses janeiro, fevereiro, março.

As oportunidades do arroz brasileiro no mercado europeu esbarram na qualidade, que não preenche totalmente o padrão exigido pelos consumidores daquele continente, além da questão tarifária, pois o Brasil, se encaixando na tarifa normal, o preço da tonelada ficaria em U\$442,65 (casca), considerando que a cotação média da tonelada no mercado internacional nos últimos anos foi de U\$200 para o padrão de arroz tailandês, de primeira categoria. Ainda com relação aos preços ressalta-se o diferencial existente para as diferentes qualidades, enquanto os melhores produtos recebem em média U\$200/t, os de qualidade mais baixa recebem U\$150/t, diferença de 25%.

Na Ásia tem que se distinguir dois grupos de mercados, o do Extremo Oriente que é bastante competitivo e dominados pelos exportadores da região (Tailândia, Vietnã e China) e o do Oriente Médio que, apesar das constantes situações bélicas, são promissores por serem deficitários. Este mercado é específico para arroz aromático do grupo indica do tipo longo fino de alta qualidade.

A produção de arroz na África não é suficiente para o seu abastecimento, mesmo levando em conta a ajuda das organizações humanitárias e dos países desenvolvidos. Cerca de 25% do volume das importações mundiais são feitas pelos países africanos. As especificidades dos corredores de comercialização e das empresas importadoras, além das dificuldades econômicas de vários países, constituem entraves adicionais para estabelecer relações comerciais. O produto requerido é de média e baixa qualidade, conseqüentemente de menor cotação. Os países que comercializam arroz de melhor qualidade também participam desse mercado com produtos que não são absorvidos pelos mercados mais exigentes e com subprodutos. Mesmo assim o mercado africano pode ser uma alternativa para começar um processo de inserção gradativa da rizicultura brasileira no mercado mundial (Figura 1).



Figura 1. Segmentos do mercado mundial do arroz.
Fonte: InfoArroz/InterArroz (2003).

Apesar de o Brasil ser um destaque mundial em competitividade do agronegócio, nunca teve estratégias de longo prazo para conquistar nichos do mercado internacional do arroz. Portanto, é necessário identificar com precisão um mercado alvo e fazer planejamento considerando questões de adequação de qualidade e ações políticas no âmbito das relações internacionais de forma que se crie condições de competitividade e sustentabilidade para o arroz brasileiro no mercado internacional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

FAO. World Agricultural Information Center. **Faostat**. Disponível em: <<http://fao.org>>. Acesso em: 15 de maio 2003.

InfoArroz/InterArroz. Disponível em: <http://www.arroz.agro.br>. Acesso em: 15 de maio 2003.

FRANÇA. Comité Interministeriel pour les Questions de Cooperation Economique Europeenne. **Document de travail des services de la Commission sur le Riz - Marchés**. Paris, jul. 2002. 39p.