



POLÍTICAS INTERNACIONAIS DE COMÉRCIO E AS DISTORÇÕES NO MERCADO AGRÍCOLA

Carolina Silva da Trindade, Augusto Mussi Alvim.

Faculdade de Administração, Contabilidade e Economia; PUCRS

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo principal avaliar os efeitos, no mercado agrícola, ocasionados pelas políticas internacionais de comercialização, analisando possíveis distorções no mercado que acabam por influenciar nas relações entre as regiões selecionadas para a pesquisa. O cenário internacional vem tornando-se cada vez mais complexo, fato que se deve principalmente à existência de barreiras tarifárias e não tarifárias. Para atingir tal objetivo estimam-se os índices de orientação regional (IOR) e o índice de vantagens comparativas reveladas (VCR). Segundo proposição de BALASSA (1965), o VCR busca identificar os produtos nos quais o país possui esta referida vantagem de comercialização. As regiões analisadas são: UE, EUA, Canadá, México, China, Brasil, outros países do MERCOSUL, Colômbia, África, SICA e outros países (Resto do Mundo). Os produtos referidos na pesquisa são: arroz, milho, trigo, açúcar, café, carne bovina, carne suína, carne de frango, soja em grãos, farelo de soja e óleo de soja. Como principais resultados destaca-se que no Brasil a soja, o açúcar, o café e o frango apresentam vantagens comparativas em relação ao mundo. Já para a carne bovina o Brasil apresentou vantagem comparativa revelada para maior parte do período, com exceção aos anos iniciais da pesquisa (1997 a 1999). Por fim com relação aos resultados em termos de orientação regional (IOR), destacam-se mudanças na orientação das exportações ao longo deste período quando se avalia o complexo soja, redirecionando as exportações da UE para a China. Também para a carne suína, o interessante é perceber que ao longo dos anos estudados o índice de orientação regional foi decrescendo para a União Europeia. Partindo para uma análise do índice de orientação regional (IOR), o arroz brasileiro apresentou orientação regional principalmente para a região africana e MERCOSUL. Já para o café a orientação é voltada principalmente para União Europeia, Canadá, México e EUA.

Palavras-chaves: Índices; barreiras; comercialização; mercado internacional; produtos agrícolas.