Agronegócio brasileiro é tema de seminário no Japão

O seminário promovido pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) na maior feira de alimentos e bebidas da Ásia busca a ampliação de contatos e relações comerciais na região.

O agronegócio brasileiro é tema de um seminário promovido pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) na Foodex Japão 2008, a maior feira de alimentos e bebidas da Ásia. Nesta quarta-feira (12), o secretário de Produção e Agroenergia, Manoel Bertone, fala sobre a tradição e a inovação do café brasileiro, e o diretor do Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Vegetal, Maçao Tadano, aborda os sistemas de sanidade e controle de qualidade dos produtos agropecuários do governo federal. Na pauta do seminário entram também a produção e comércio internacional do frango, a produção de suínos e o agromarketing brasileiro no Japão.

A delegação do ministério, coordenada pelo secretário de Relações Internacionais do Agronegócio (SRI), Célio Porto, conta com representantes das secretarias de Defesa Agropecuária (SDA) e de Produção e Agroenergia (SPAE). A participação do Mapa no Pavilhão Brasil tem o apoio da Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) e da Embaixada do Japão.

Além de ser a maior feira de bebidas e alimentos da Ásia e do Pacífico, a Foodex é também a terceira maior deste segmento no mundo. O evento concentra mais de 2.500 expositores, com as últimas novidades no setor, além de 110 mil visitantes de 80 países. A feira é uma oportunidade para expositores e visitantes ampliarem seus contatos e relações comerciais na região. O evento acontece de 11 a 14 de março, no Centro de Convenções Makuhari Messe, em Chiba, região metropolitana de Tóquio.

Brasil e Japão

Paralelamente à Foodex, o secretário Célio Porto se reunirá com representantes do Ministério da Agricultura, Floresta e Pesca do Japão. Serão discutidas as exportações da manga Keith e da carne suína in natura proveniente de Santa Catarina.

O Japão é a segunda maior economia do mundo e um grande, porém exigente, importador de produtos agrícolas, ponderou Célio Porto. No entanto, o Brasil ocupa apenas o décimo lugar entre os fornecedores de produtos do agronegócio, para os japoneses, com participação de 2,6% das importações do país. Em 2007, aquele mercado comprou US$ 4,3 bilhões em produtos nacionais. Os principais produtos vendidos para o Japão foram carnes de frango, café verde, álcool etílico e suco de laranja.

Os brasileiros são os principais fornecedores de café verde e carne de frango para o Japão, sendo responsáveis por 28% e 12,5%, respectivamente das importações japonesas dos produtos. O segmento de carne de aves também é promissor para as empresas nacionais, em virtude dos focos de gripe aviária na Ásia, nos últimos anos.

Disponível em: <http://www.empreendedor.com.br>. Acesso em 13 mar. 2008

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais.