

## Apex-Brasil, Mapa, MRE e setor privado unem esforços para promover a imagem do agronegócio brasileiro no exterior

**Fonte:** *Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento*

**Data:** *15/09/2021*

A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) lançou, nesta terça-feira (14), o segundo ciclo do Programa de Acesso a Mercados do Agronegócio Brasileiro (PAM AGRO), que será executado nos próximos dois anos.

O objetivo do PAM AGRO 2021-2023 é impulsionar as exportações a partir da melhoria da percepção de mercados internacionais estratégicos sobre os produtos do agronegócio brasileiro, por meio de um esforço concentrado de produção e disseminação de informações que destaquem a sustentabilidade, segurança e a tecnologia dos produtos. O foco desta edição é o continente europeu, considerado um grande influenciador da opinião pública internacional e um dos principais destinos das exportações do Brasil.

Em discurso, o presidente da Apex-Brasil, Augusto Pestana, disse que com foco, exatidão e transparência, o Programa pretende intensificar e aprimorar o combate contra a desinformação. “Entraremos em campo como o que somos de fato: referências no desenvolvimento sustentável, no desenvolvimento que assegura o fundamental equilíbrio entre os pilares econômico, social e ambiental. Referências na agricultura de baixo carbono, nas energias limpas e renováveis. Referências nas tecnologias e inovações que operam verdadeiros milagres”, pontuou.

Também estiveram presentes o ministro das Relações Exteriores, Carlos França, o secretário executivo e ministro interino do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Marcos Montes, além de representantes das instituições do setor privado que integram a iniciativa, parlamentares, entre outros.

Ao todo, 14 entidades setoriais estão trabalhando em conjunto com a Apex-Brasil na implementação do Programa: Associação Brasileira do Agronegócio (ABAG); Associação Brasileira da Indústria de Alimentos (ABIA); Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes (ABIEC); Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (ABIOVE); Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA); Associação Brasileira dos Produtores Exportadores de Frutas e Derivados (ABRAFRUTAS); Associação Brasileira dos Produtores de Algodão (ABRAPA); Associação dos Produtores de Biocombustíveis do Brasil (APROBIO); Associação Brasileira de Cafés Especiais (BSCA); Associação Nacional dos Exportadores de Sucos Cítricos (CitrusBR); Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA); CropLife Brasil (CROPLIFE); Organização das Cooperativas Brasileiras (OCB); e União da Indústria de Cana-de-Açúcar (UNICA).

Responsável por apresentar a iniciativa aos presentes, o diretor de Negócios da Apex-Brasil, Lucas Fiuza, demonstrou sua satisfação por fazer parte de um momento tão importante. “Nós precisamos aproximar a percepção da realidade para que o mundo reconheça a excelência e a liderança do Brasil no que diz respeito à sustentabilidade, à produtividade e ao desenvolvimento humano. É uma entrega e um bem para a humanidade e assim deve ser reconhecido e respeitado pelo mercado”, afirmou.

A iniciativa foi criada em 2017, como resultado da parceria entre a Apex-Brasil e o setor privado, e conta com o apoio do Ministério das Relações Exteriores (MRE) e do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa).

## Reforço

Em fala na cerimônia, o ministro Carlos França fez menção à sustentabilidade da produção agropecuária nacional. “É muito importante transmitir essa mensagem a parceiros comerciais e aos mercados de destinos dos produtos. O lançamento do PAM AGRO ocorre em um momento muito oportuno, às vésperas de o presidente da República fazer seu discurso na Assembleia das Nações Unidas, onde o papel do agro brasileiro possui um lugar de destaque”, assinalou.

Carlos França acentuou ainda que, com a entrada em vigor da nova fase do PAM AGRO, a rede de setor de promoção comercial do Itamaraty prestará apoio à organização de eventos e à elaboração de pesquisas e de mensagens-chaves ao público estrangeiro. “A segunda fase do PAM AGRO terá como foco, acertadamente, a elaboração de uma estratégia de comunicação destinada especificamente ao público europeu, ou seja, o continente sobre o qual estão concentrados os interesses vitais do agro brasileiro”, afirmou o ministro.

O ministro interino do Mapa, Marcos Montes, destacou que o Brasil é um dos poucos países com capacidade de atender à demanda mundial por alimentos nas próximas décadas. Desta forma, é cada vez mais necessário governo, setor privado e parlamentares se unirem para impulsionar a imagem do agro brasileiro no mercado externo.

“Somos os maiores exportadores, o futuro em garantir alimento, porque somos capazes. Nossos produtores são capazes, nossa tecnologia tem potencial e se ainda agregarmos a venda dos produtos, ninguém irá segurar o Brasil”, disse o ministro.

Entre janeiro e agosto de 2021, as exportações do agronegócio somaram US\$ 83,59 bilhões, cifra recorde para o período e crescimento de 20,7% em comparação ao mesmo período de 2020. Os produtos do agronegócio representaram 44,2% das exportações totais brasileiras (US\$ 188,94 bilhões) no acumulado do ano. O agronegócio é o principal responsável pelo superávit na balança comercial do país.