

Tarifas comerciais dos EUA

Impactos e reações no setor agroalimentar

As recentes imposições unilaterais de tarifas aduaneiras à quase totalidade das demais nações por parte da nova administração dos EUA presidida por Donald Trump provocaram um conjunto de fortes preocupações nos mercados mundiais. Entre os potenciais afetados, contam-se com particular intensidade os países da União Europeia, incluindo Portugal, que tem nos EUA um dos seus mais importantes mercados externos para os sectores agroalimentar - vinho e azeites, especialmente – e transformador da cortiça.

Na sequência da reunião com as estruturas representativas do setor promovida pelo Ministro da Agricultura e Pescas, nesta segunda-feira, dia 7 de abril de 2025, vem a CNJ – Confederação Nacional dos Jovens Agricultores e do Desenvolvimento Rural expressar a sua posição sobre este assunto:

À semelhança do que aconteceu no passado, com a epidemia Covid-19 e com a convergência de efeitos das guerras na Ucrânia e no Médio Oriente, a CNJ considera que face à nova política comercial dos EUA, é importante que os países tenham uma reação ponderada e de análise do comportamento do mercado, uma vez que o impacto dessa nova situação não é igual em todos os produtos, e que o anunciado aumento de 20 % das tarifas não corresponde necessariamente a um aumento idêntico sobre o preço final do produto, mas sim sobre o valor do seu custo de importação.

Por outro lado, não é ainda claro como vão os agentes norte-americanos dos setores da importação e distribuição lidar com as novas tarifas, nomeadamente

o grau com que vão repercutir nos seus clientes esse custo acrescido. E também ainda não é claro qual vai a ser a evolução da procura por esses bens, apesar do seu previsível aumento de custo, até porque estes impactos são diferentes consoante se trate de um bem de consumo ou de um bem intermédio, sendo que neste último caso o impacto será menor sobre o valor total do produto. Não é o aumento de 20 % no custo de uma rolha importada que irá aumentar o preço do vinho em idêntica proporção e que faça alterar a sua adoção.

Convém igualmente lembrar que existem bens cuja procura é muito rígida e varia pouco em função da alteração dos preços, pelo que nesses casos será diminuta a alteração nas quantidades consumidas e que, não sendo possível um aumento imediato da sua produção nos EUA, esses produtos continuarão a ser consumidos em quantidades próximas das atuais.

A título de exemplo: se os consumidores americanos podem ter tendência a substituir o azeite por outros óleos de natureza vegetal, a verdade é que não será possível substituir o azeite importado da Europa pelo que é produzido nos EUA, porque este último – segundo dados da Olive Oil Market Report, de Janeiro último - só representa 5% do azeite consumido no país.

Obviamente, tal não obsta a que o impacto das novas tarifas se faça sentir de forma considerável nas economias dos países exportadores e que, conseqüentemente, seja necessário estarmos preparados para agir de acordo com a necessidade, em articulação com os demais parceiros europeus, de forma a evitar uma guerra interna de preços no seio da UE por falta de mercado, ou - como poderia vir a acontecer - por nos vermos de súbito inundados de outros produtos europeus anteriormente vendidos sobretudo nos



mercados norte-americanos. Ainda assim, e tendo em conta o contexto atual, é avisado ir desde já procurando novos mercados, como já sucedeu no passado, e manter simultaneamente uma posição expectante e de ponderação face à presente conjuntura mundial.

Lisboa, 7 de Abril de 2025

A Direção da CNJ