

o Brasil ^{no} Agro Global

Resenha

Reflexões sobre a
inserção do agronegócio
brasileiro nas principais
macrorregiões do planeta

Insper AGRO GLOBAL
Global Agribusiness Center



CAPÍTULO 2

América Latina

APOIO:

CEBRI
CENTRO BRASILEIRO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

O capítulo traz um panorama da América Latina, região de perfil majoritariamente agroexportador e responsável por cerca de 50% das importações brasileiras do agronegócio.

Os autores também ressaltam a participação do agronegócio brasileiro na América Latina, com foco sobre produtos em que o Brasil apresenta elevada vantagem comparativa, e as perspectivas e desafios para o país expandir sua participação na região.

Esta resenha foi elaborada pela equipe de projetos do CEBRI com base no capítulo original: MOSER, P. R. P.; TAPIAS, B. A.; MORETTI, E.; BRAGA, J. A. C. G.; LEME, L. F. A. de M. América Latina. In: GILIO, L.; JANK, M. S. (Org). O Brasil no Agronegócio Global: Reflexões sobre a inserção do agronegócio brasileiro nas principais macrorregiões do planeta. Insper, 2021.

Disponível em: https://www.insper.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/Livro_O_Brasil_no_Agro_completo.pdf.

Contexto

A América Latina, assim como outros parceiros tradicionais do Brasil, como a UE e os EUA, **vem perdendo espaço** para a Ásia, o Oriente Médio e a África **como destino das exportações brasileiras**. Enquanto no ano 2000, 13% das exportações nacionais eram destinadas à região, em 2020, esse número não chegou aos 8%, com destaque para Argentina, Chile e Uruguai.

Ainda que seja esperado que a região ocupe, em 2028, um quarto das exportações mundiais de produtos agropecuários (versus 23% em 2019), **a integração da América Latina às cadeias globais de valor do setor ainda é limitada** e apresenta elevado nível de dependência de mercados específicos, pela concentração em poucos produtos de baixo valor agregado e escassez de alternativas para exportação e importação.

Além disso, o agronegócio ocupa apenas 15,5% da pauta de exportações nacionais para a América Latina, que é concentrada em produtos manufaturados. Trata-se da **macrorregião com a qual o Brasil apresenta menor superávit comercial** nas transações do setor, em especial pela dependência brasileira de trigo importado que, em 2019, representou 25% de todas as importações oriundas da região.

Inserção dos produtos agrícolas brasileiros na região

Oportunidades

A **agregação de valor dos produtos brasileiros pode ser ampliada** por meio do uso de selos distintivos, como marcas coletivas, indicações geográficas – IG e denominações de origem – DO, a exemplo da cachaça.

Gargalos

O Brasil fica **sujeito à utilização de instrumentos de proteção à produção local**, notadamente de fundos de estabilização de preços e do Sistema Andino de Faixas de Preços (SAFP).

Existe **espaço para expandir o movimento de abertura de mercados**. Entre janeiro de 2019 e dezembro de 2020, o Brasil logrou a abertura de 107 novos mercados globalmente, e a América Latina representou 43% desse movimento, com um total de 46 novas aberturas.

Pressões feitas por produtores locais com vistas à proteção de seu mercado têm dificultado a habilitação de unidades brasileiras de produtos agrícolas, em especial de carne suína.

Principais recomendações para a atuação do Brasil na região

- **Modernizar e ampliar a rede de acordos comerciais** com a região, com o objetivo de diminuir as barreiras enfrentadas pelos produtos brasileiros em questões sanitárias e fitossanitárias;
- **Estabelecer um mecanismo de contato mais estreito** entre os Ministérios das Relações Exteriores (MRE) e de Agricultura (MAPA) e as autoridades sanitárias dos países latino-americanos, visando facilitar e agilizar os trâmites necessários para habilitar o comércio de produtos agrícolas brasileiros;
- **Modernizar e ampliar investimento em infraestrutura e logística** para fomentar uma maior integração na região;
- **Desenvolver estratégias específicas** para setores nos quais o Brasil possui grande potencial exportador, como carnes, açúcar, etanol e milho;
- **Estimular, através de políticas públicas, pequenas e médias empresas** brasileiras (PMEs) a exportarem seus produtos para a região, promovendo maior diversificação de mercadorias e maior agregação de valor.