

# o Brasil <sup>no</sup> Agro Global

Resenha

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

Insper AGRO GLOBAL  
Global Agribusiness Center

 FUNDAÇÃO  
ALEXANDRE  
DE GUSMÃO

## CAPÍTULO 3

# Estados Unidos e Canadá

APOIO:

**CEBRI**  
CENTRO BRASILEIRO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Os Estados Unidos e o Canadá estão entre os maiores exportadores de produtos agrícolas. Além de serem concorrentes importantes do Brasil, também são parceiros comerciais relevantes, com interesses comuns e margem para expansão do agronegócio brasileiro.

No presente capítulo, os autores explicam os motivos pelos quais o Brasil não consegue ocupar um espaço maior na região e detalham as concorrências e possíveis sinergias desta parceria.

*Esta resenha foi elaborada pela equipe de projetos do CEBRI com base no capítulo original: FURTADO, L. P.; AMBROZEVICIUS, L. P.; DA NÓBREGA, W. C.; GILIO, L. Estados Unidos e Canadá. 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](https://www.insper.edu.br/wp-content/uploads/2021/11/Livro_O_Brasil_no_Agro_completo.pdf).

## Contexto

Os Estados Unidos (EUA) são **produtores de commodities próximas da pauta exportadora nacional**, como carnes, soja, milho, celulose ou etanol, o que torna o país um grande concorrente do Brasil. Já o Canadá é o **quinto maior exportador mundial** de produtos agrícolas, com produtos bastante diversificados. Juntos, EUA e Canadá exportaram mais de USD 230 bilhões de produtos em 2019.

Apesar desses países também serem grandes importadores de alimentos, **o Brasil não tem conseguido ganhar espaço nos mercados norte-americanos**, com uma participação de menos de 3% nas importações da região, contra 5% a nível global. Europa, América Latina e ASEAN têm superado o Brasil no aproveitamento de oportunidades.

## Inserção dos produtos agrícolas brasileiros na região

### Oportunidades

Estudos apontam que **há espaço para maior integração de produtos brasileiros** no mercado norte-americano. O Canadá possui vantagens como facilitação de negócios, reduzido número de barreiras e alto poder aquisitivo da população, com espaço para produtos nacionais como açaí, frutas tropicais e castanhas, produtos *halal* e café. Nos EUA, estima-se que há espaço para consolidação de mercados como café, pescados ou castanhas.

### Gargalos

Existe uma **falta de direcionamento das exportações** brasileiras e insuficiência de conhecimentos detalhados sobre os mercados em que podemos aumentar a participação, que limitam a inserção brasileira na região.

O Brasil tem sido alvo de críticas com relação ao **impacto ambiental** do agronegócio, o que prejudica as exportações.

---

O **Acordo Mercosul-Canadá**, uma vez implementado, deve facilitar a entrada de produtos agropecuários brasileiros no país, mas requererá também uma liberalização do mercado brasileiro a importações.

---

A estagnação da renda rural americana pode aumentar a **pressão por protecionismo, subsídios** e acordos comerciais bilaterais que reduzem a competitividade dos produtos brasileiros.

---

EUA, Canadá e Brasil têm **interesses comuns** que poderiam tornar-se oportunidades de cooperação multilateral (elaboração de indicadores de sustentabilidade que refletem os seus sistemas de produção, cooperação em pesquisa e desenvolvimento e troca de conhecimento em melhoramento genético)

---

Os dois países tendem a concentrar os seus fluxos comerciais em países com quais há **acordos de livre comércio**. Existe um risco de afastamento dos EUA do sistema multilateral do comércio, priorizando acordos bilaterais. Por outro lado, o Brasil tem um **mercado pouco aberto às importações**, o que prejudica a possibilidade de acordos.

---

## Principais recomendações para a atuação do Brasil na região

Para ampliar a cooperação com a região e atingir uma expansão do mercado, o Brasil poderia considerar os seguintes pontos:

- 
- **Estabelecer planos estratégicos** por mercado-alvo, para definir produtos de interesse e prioridades de negociação, identificar barreiras e perspectivas e desenvolver ações para a conquista do mercado;
  - Tomar **medidas para melhorar a imagem do agronegócio brasileiro**, por meio da implementação de "medidas verdes", disponibilização de dados rastreando resultados positivos, medidas sustentáveis e expansão de mercados de crédito de carbono;
  - **Fortalecer a produção doméstica para diversificar as cadeias** de exportação, por meio de assistência aos pequenos produtores, campanhas de valorização do produtor e promoção de setores com potencial de agregação de valor (castanhas, frutas, café);
  - Adotar **mecanismos para uma maior cooperação científica**, promovendo projetos de Pesquisa e Desenvolvimento e formando grupos de trabalho multidisciplinar.
-