



CENTRO BRASILEIRO DE
RELAÇÕES INTERNACIONAIS



Breaking News #27

O agronegócio brasileiro no mundo

FEVEREIRO DE 2019

Sobre o CEBRI

O Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI) é um *think tank* independente, que contribui para a construção da agenda internacional do Brasil. Há vinte anos, a instituição se dedica à promoção do debate plural e propositivo sobre o cenário internacional e a política externa brasileira.

O CEBRI prioriza em seus trabalhos temáticas de maior potencial para alavancar a inserção internacional do país à economia global, propondo soluções pragmáticas na formulação de políticas públicas.

É uma instituição sem fins lucrativos, com sede no Rio de Janeiro e reconhecida internacionalmente. Hoje, reúne cerca de 100 associados, que representam múltiplos interesses e segmentos econômicos, e mobiliza uma rede de profissionais e organizações no mundo todo. Além disso, conta com um Conselho Curador atuante e formado por renomados diplomatas, intelectuais e empresários.

www.cebri.org

EQUIPE CEBRI | Diretora Executiva: **Julia Dias Leite** | Gerente Geral: **Luciana Gama Muniz** | **PROJETOS** > Coordenadora: **Monique Sochaczewski** | Coordenadora: **Cintia Hoskinson** | Coordenadora: **Maína Celidônio** | Assistentes: **Carlos Arthur Ortenblad Jr.; Gabriel Torres; Teresa Rossi** | Estagiários: **Luiz Gustavo Carlos; Mônica Pereira** | Voluntária: **Laura Neves** | **COMUNICAÇÃO** > Coordenadora: **Carla Duarte** | Consultor: **Nilson Brandão/Conteúdo Evolutivo** | Assistente: **Gabriella Cavalcanti** | **EVENTOS** > Coordenadora: **Giselle Galdi** | Assistentes: **Beatriz Garcia** | Estagiária: **Danielle Batista** | **INSTITUCIONAL** > Coordenadora: **Barbara Brant** | Consultora: **Gina Leal** | Secretária Executiva: **Danielle Pascarella Justa** | **ADMINISTRATIVO** > Coordenadora: **Fernanda Sancier** | Assistente: **Ana Beatriz Paiva** | Serviços Gerais: **Maria Audei Campos**

FICHA TÉCNICA BREAKING NEWS | Texto: **Janaína Camara da Silveira** | Projeto Gráfico: **Presto Design**

Todos os direitos reservados: CENTRO BRASILEIRO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS - Rua Marquês de São Vicente, 336 - Gávea - Rio de Janeiro / RJ - CEP: 22451-044 Tel + 55 21 2206-4400 - cebri@cebri.org.br - www.cebri.org

Em 4 de fevereiro de 2019, o Conselheiro Internacional do CEBRI e CEO da Asia-Brazil Agro Alliance, Marcos Jank, discorreu sobre o tema “O Agronegócio Brasileiro no Mundo” em mesa-redonda organizada pelo Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI), no Rio de Janeiro.

A mesa foi composta pelo Embaixador José Alfredo Graça Lima e foi pontuada por comentários do Conselheiro do CEBRI, Pedro Malan.

As relações do Brasil ante os principais parceiros comerciais no âmbito do agronegócio foram centrais no debate. Para além de previsões de que tanto a China quanto o Oriente Médio são mercados que só tendem a crescer, foi pontuada a necessidade de um relacionamento equilibrado com os Estados Unidos, ainda que no setor debatido, o país represente um concorrente importante.

Questões relativas a restrições de acesso a mercados permearam as discussões, sugerindo que há espaço para negociações de acordos bilaterais e regionais por parte do Brasil. Também foram destacadas a importância da tecnologia no agronegócio, bem como o surgimento de novos modelos neste processo, e a falta de ações do Brasil em termos de posicionamento de marca e de imagem no exterior.

O detalhamento do debate é o conteúdo da edição do Breaking News #27. Aproveitamos para agradecer a Marcos Jank, ao Embaixador José Alfredo Graça Lima e ao Conselheiro Pedro Malan, demais conselheiros, associados e público presente ao debate.

Breaking News #27

O agronegócio brasileiro no mundo

FEVEREIRO DE 2019

O debate sobre o agronegócio do Brasil no mundo passa pela agenda asiática, central para o setor e indicativo de quão necessário é desenvolver relações com a região. No entanto, além da diplomacia brasileira presente na Ásia, com apoio de adidos agrícolas, cuja atuação deveria ser voltada cada vez mais a auxiliar o ambiente regulatório brasileiro, há raras empresas e nenhuma entidade setorial.

Outros 10 escritórios de promoção comercial da Apex-Brasil (Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos) reforçam a presença do Brasil nas diferentes regiões do mundo, com um orçamento anual da ordem de US\$ 200 milhões, ainda que 90% de seus funcionários atuem em território nacional e não no exterior. Neste sentido, a integração com o Itamaraty e suas missões no estrangeiro pode ser benéfica, aliando recursos financeiros a humanos, mas ainda é necessária maior coordenação mesmo dentro do governo e, principalmente, junto ao setor privado.

Neste ponto, é preciso destacar a falta de estratégia quanto à imagem do agronegócio brasileiro, para o qual falta um trabalho de comunicação. Não são apenas as empresas brasileiras desconhecidas no exterior, mas os setores e o país. A percepção é de que o Brasil é muito menos conhecido do que deveria ser, o que impede maior agregação de valor por meio de conceitos tais quais qualidade, rastreabilidade e sustentabilidade, pilar importante do *soft power* brasileiro.

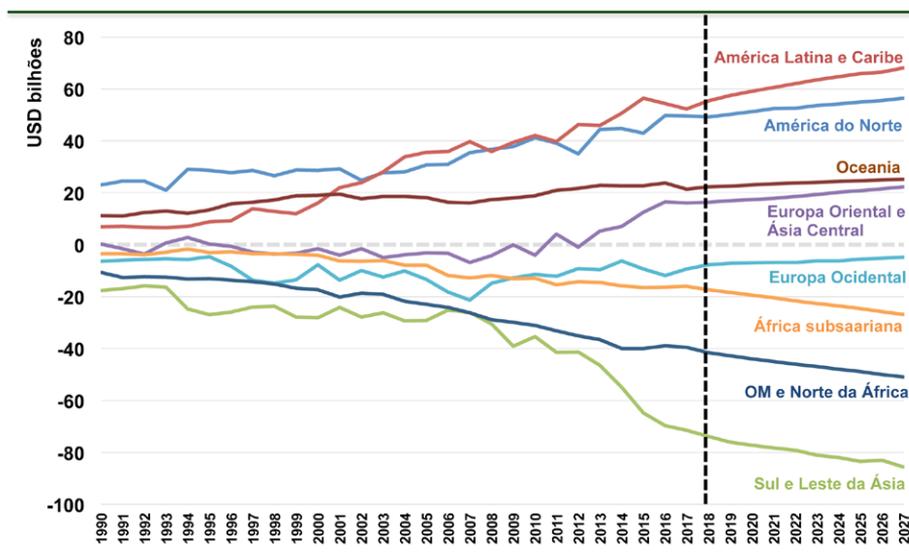
Neste contexto, organismos já presentes na institucionalidade brasileira, como a Apex-Brasil e a Camex (Secretaria-Executiva da Câmara de Comércio Exterior), poderiam atuar como coordenadores entre áreas diversas, focando em atração de investimento e inovação para construir uma visão estratégica para o setor privado, tendo como objetivo recuperar a indústria brasileira, que tem se isolado do mundo e adotado uma postura defensiva.

Preponderância da Ásia

É preciso atentar para o fato de que a Ásia é tão importante hoje quanto os demais países em desenvolvimento, importando mais da América Latina e do Caribe do que da América do Norte no setor agropecuário, especialmente do Brasil e do Mercosul. A África é cada vez mais uma região importadora, mesmo com potencial de fazer o que o Brasil fez em termos de aumento de produção. Já a Europa Oriental e a Ásia Central são *players* importantes do setor.

Ainda na Ásia, o processo de urbanização chinês, bem como o seu aumento de renda *per capita*, é considerado avassalador, mesmo que a Índia tenha um crescimento vigoroso, este país é responsável por apenas 10% do volume de negócios do Brasil com a China, o que fará com que o mercado chinês seja prioritário pelo menos nos próximos 10 anos. O Leste Europeu pode ser grande concorrente brasileiro. A seguir, o gráfico traz os resultados das balanças comerciais do agronegócio por região, com projeções até 2026.

GRÁFICO I. Balança Comercial Global do Agronegócio por Região



Fonte: OECD-FAO Agricultural Outlook 2018-2027, OECD and FAO. Valor real constante base 2004-2006 em USD.

CONTEÚDO RECOMENDADO

Agronegócio e tecnologia

Marcos Jank descreve em artigo convergências e divergências na área tecnológica entre Brasil e China para o setor do agronegócio em ambos os países.

Novos destinos da inovação no agro

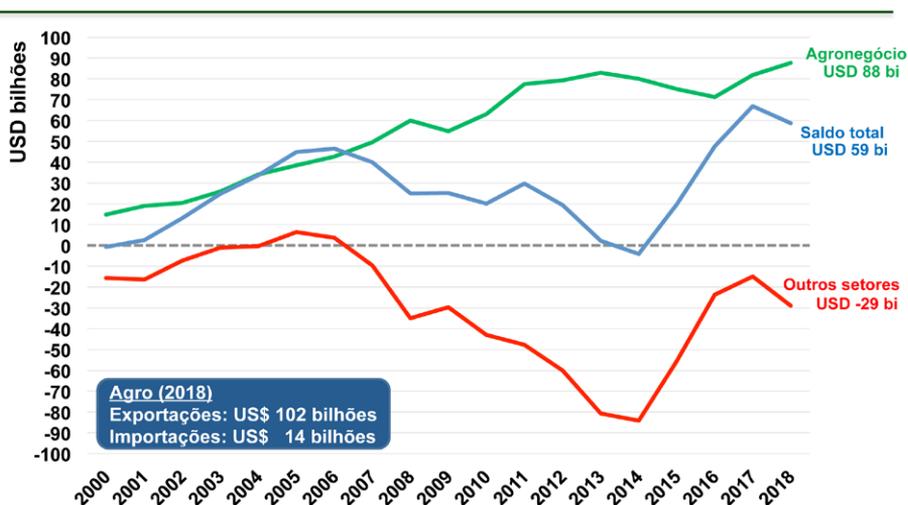


Foto: BrasilAgro

<http://www.brasilagro.com.br/conteudo/novos-destinos-da-inovacao-no-agro-por-marcos-sawaya-jank.html>

Superávit do agronegócio brasileiro

Quando se atenta apenas para o Brasil, é importante destacar que em 2018 o país ultrapassou a barreira de US\$ 100 bilhões nas exportações do agronegócio, importando apenas US\$ 14 bilhões, superávit que representa sete vezes mais o volume de vendas em relação às compras. O superávit agropecuário brasileiro é o maior do mundo e garante saldo positivo à balança comercial. Porém, tal perfil dificulta o posicionamento brasileiro no exterior, pois há um desejo de diversos setores em discutir a liberalização do mercado externo, enquanto outros estão posicionados em apoiar proteções a determinados produtos, caso dos lácteos, por exemplo.

GRÁFICO 2. Balança Comercial Brasileira (2000 a 2018)

Fonte: MAPA (Agrostat) e Sistema Alice.
Nota: Definição do agronegócio segundo o MAPA.

A posição brasileira em relação a suas exportações se manteve praticamente inalterada entre 2017 e 2018, exportando para mais de 200 países e regiões, ou seja, virtualmente para todos os mercados, como mostra o Gráfico 3, abaixo.

GRÁFICO 3. Brasil - Posição no Comércio Mundial do Agro (2017)

PRINCIPAIS PRODUTOS	PRODUÇÃO	EXPORTAÇÃO	No de países para quais o Brasil exporta
Açúcar ¹	1º	1º	81
Café ²	1º	1º	88
Suco de laranja	1º	1º	64
Soja em grãos	2º	1º	34
Carne de frango	2º	1º	141
Carne bovina	2º	2º	135
Milho	3º	2º	66
Farelo de soja	4º	2º	59
Óleo de soja ³	4º	2º	23
Carne suína	4º	4º	72
Algodão ⁴	5º	4º	31

Fonte: USDA, Agrostat (MAPA). Notas: ranking de produção e exportação em volume. 1 – açúcar de cana bruto; 2 – café não torrado; 3 – óleo de soja bruto; 4 – algodão não cardado ou penteado.

Apesar de o Brasil liderar produção e exportação, estando entre os primeiros do ranking neste quesito, o mundo não sabe disso. Um ponto fundamental para este desconhecimento, para além da falta de investimento em comunicação e imagem, já destacados, é o fato de a exportação ser concentrada em *commodities*. Mesmo assim, há destaque para produtos tropicais, como o café e o açúcar, e o Brasil está ampliando a participação no comércio internacional também em proteínas vegetais, animais, suco de laranja e algodão (com este último, o Brasil já está próximo aos EUA).

CONTEÚDO RECOMENDADO

Trading chinesa no agronegócio

The Economist fala sobre a gigante estatal Cofco, braço do governo que há quatro anos começou a expandir os negócios globalmente e já rivaliza com as maiores empresas do setor.

A Chinese state-backed giant's rapid rise in global trading of food



Foto: The Economist

<https://www.economist.com/business/2019/02/02/a-chinese-state-backed-giant-rapid-rise-in-global-trading-of-food>

A liderança reflete o fim de intervenções setoriais no mercado - com a extinção dos Institutos do Açúcar e do Álcool, por exemplo - e de ganhos especialmente a partir da década de 1990, quando a produtividade passou a crescer, em média, na ordem de 3% ao ano. Estes resultados derivam do trabalho da Embrapa (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária) e de outros institutos de pesquisa, que atuam na adaptação de pesquisa agropecuária aos trópicos, além de um êxodo interno de brasileiros, especialmente do Rio Grande do Sul, rumo ao Centro-Oeste.

Brasil e China

É interessante notar, no entanto, que EUA, União Europeia e China já exportam hoje quase a mesma coisa que o Brasil. Na China, há especialização na produção de frutas, verduras e legumes, além de pescado, com foco em exportações para o Sudeste Asiático. Com tecnologia aplicada à agricultura, adotando equipamentos como *drones* e estufas, mesmo o cultivo em pequenas propriedades gera alta produtividade. Alguém que viaje

em trens rápidos entre cidades como Nanjing e Pequim, verá pela janela estufas dos dois lados da ferrovia por quase todo o trajeto. É uma realidade dual na China, em que convivem a agricultura intensiva em tecnologia e mão de obra mais especializada e uma agricultura atrasada. Enquanto utilizam *drones*, energia solar e *blockchain*, há cultivos obsoletos, caso da cana-de-açúcar. Apesar disso, a aposta em pequenas produções ganha espaço, com um foco em criatividade e inovação, atraindo talentos e gerando modelos de *outsourcing*.

Hoje não há mais autossuficiência a qualquer custo na China, mas o cuidado com segurança alimentar estratégica com foco no mercado. Neste processo, o milho é caso

exemplar: estão sendo eliminados 240 milhões de toneladas do grão com baixa qualidade, processo que já ocorreu com o algodão e deverá ser feito com trigo e arroz. Para além da segurança alimentar, é preciso saber que ainda há uma população rural importante na área agrícola.

Apesar da produção interna, a China é dependente de compras de alimentos em setores específicos, caso da soja, em que 80% do volume consumido é importado. Quando se pensa no complexo das carnes, apenas a compra de carne bovina é substancial, pois suínos e aves, ainda que também sejam comprados, representam pouco em relação à própria produção chinesa, algo entre 5% e 10% do consumo doméstico.

Em um contexto como o atual, em que a China vive surtos de peste suína africana, tal estratégia fica momentaneamente abalada, e a demanda sobe, ainda que os produtores no mundo inteiro não tenham capacidade de atender o mercado chinês, dado o volume. Hoje, a maior parte das compras chinesas de carne suína ocorrem na Europa, e há uma pequena parcela nos EUA.

A China importa as carnes bovinas do Brasil e da Austrália, e há possibilidade de se abrir mais para os EUA - o que pode afetar as vendas brasileiras. Os frangos importados pela China são originários do Brasil, ainda que, com mecanismos de defesa comercial, a China tenha aplicado taxas *antidumping* que variam entre 18,8% e 38,4% sobre o valor das importações, a depender da empresa. Há expectativa para a abertura do mercado chinês à importação de milho, seguido de trigo e arroz. O complexo das carnes deve vir mais à frente.

Entre 2016 e 2018, as compras do agronegócio brasileiro feitas pela China saltaram de US\$ 23 bilhões para entre US\$ 37 bilhões e US\$ 38 bilhões, e parte deste montante é relativo à soja, produzida para exportação apenas pelo Brasil, pela Argentina e pelos EUA. Com as controvérsias comerciais envolvendo taxaço sobre a soja norte-americana, houve maior demanda pelo produto brasileiro, o que primariza ainda mais a pauta de exportação. Enquanto uma tonelada de soja vale US\$ 500, uma tonelada de carne é negociada entre US\$ 2 e 5 mil, o que adiciona valor à agropecuária brasileira.

CONTEÚDO RECOMENDADO

Brasil e a agricultura

Livro discute como compatibilizar a oferta de alimentos seguros a toda a população do planeta com a preservação dos recursos naturais.

Agro é Paz: análises e propostas para o Brasil alimentar o mundo

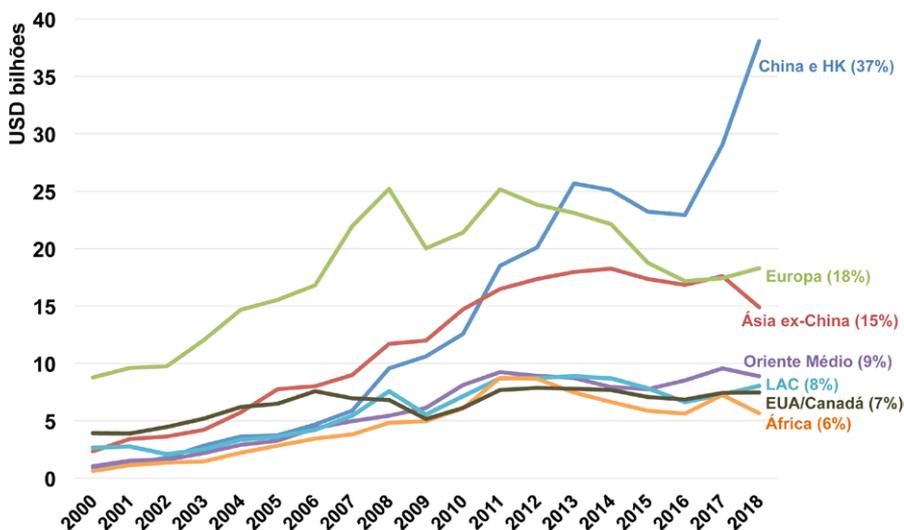
Roberto Rodrigues (organizador). 2018



Foto: RVTV

Para obter um exemplar, escreva para rp.esalq@usp.br.

GRÁFICO 4. Brasil - Destino das Exportações do Agronegócio (Valor)



Fonte: MAPA (Agrostat).

Nota: Ásia ex- China inclui Ásia do Leste (ex. China), Sul da Ásia, Sudeste Asiático, Rússia e Ásia Central; Europa inclui União Europeia, EFTA e Leste Europeu. Usada a definição de agronegócio do MAPA, que leva em conta 2949 produtos agropecuários.

CONTEÚDO RECOMENDADO

Marca Brasil

Marcos Jank discute o fato de que, entre os grandes exportadores do agronegócio do mundo, o Brasil é o menos conhecido. O artigo é o terceiro de uma série de quatro textos sobre o agro brasileiro no mundo.

Agro Global 3: diferenciação e imagem



Foto: Mauro Zafalon/ Folhapress

<https://www1.folha.uol.com.br/colunas/marcos-jank/2018/09/agro-global-3-diferenciacao-e-imagem.shtml>

No gráfico acima, fica claro que a China, incluindo Hong Kong, onde é realizado volume expressivo de negociações que se destinam ao mercado chinês, é o maior cliente do agronegócio brasileiro, crescendo a uma média de 30% ao ano, enquanto o restante da Ásia tem um crescimento médio anual de 15%. Tendo em conta China e Hong Kong, a Ásia compra 52% do que é vendido ao exterior pelo agronegócio brasileiro. Vale notar que o crescimento das vendas do setor para o Oriente Médio é de 9% ao ano.

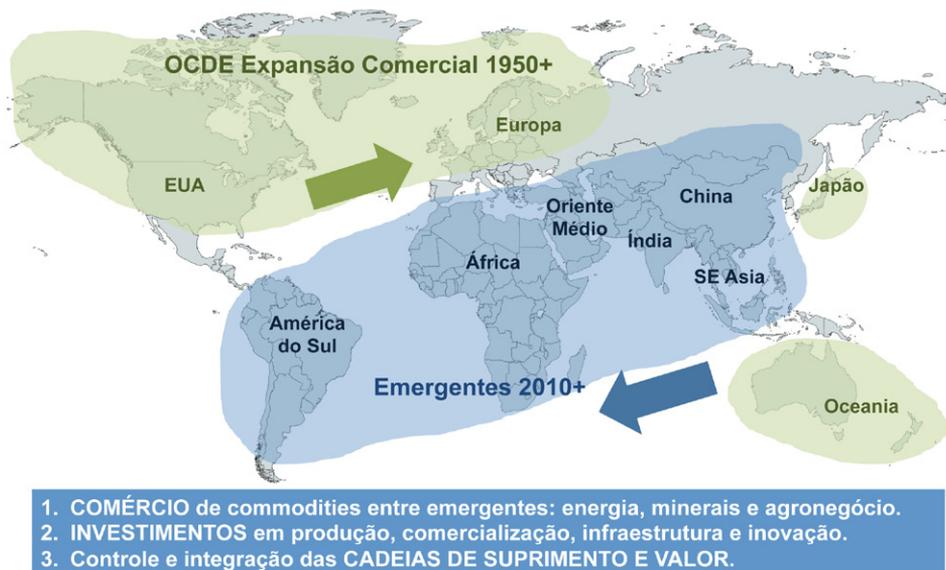
A guerra comercial entre China e Estados Unidos, iniciada por este último e que resultou, entre outras retaliações bilaterais, na taxação de 25% sobre a soja norte-americana, provocou o crescimento das vendas do grão brasileiro à China no último ano. É preciso no entanto, estar atento para o fato de que o Brasil não substituirá os EUA, pois não há venda de farelo ou óleo de soja. Além disso, há, neste contexto, um temor de que em eventuais negociações, a China passe a priorizar a carne norte-americana, o que afetaria o Brasil, tornando-o mais dependente da soja, cujo valor agregado é menor em relação às carnes.

Mudanças na geografia do agronegócio

Segundo os debatedores, é preciso buscar parcerias estratégicas tanto com os EUA como com a China, pois enquanto os norte-americanos são o berço da tecnologia agrícola do século 20, com produção em larga escala, e colégios agrícolas treinando professores e pesquisadores, a China também investe hoje em tecnologia agrícola e é o maior mercado do agronegócio brasileiro.

Para além da concorrência ou da parceria com os EUA, é importante compreender que a geografia do agronegócio mudou. Se há 20 anos, Europa consumia 43% das vendas brasileiras, e os EUA, 19%, há agora uma queda brutal deste último, acompanhada do surgimento da Ásia como compradora. Tal movimento será seguido de aumentos de exportações para o Oriente Médio e para a África.

GRÁFICO 5. Brasil - Redesenhando o Mundo Agro - OCDE (G7) x Emergentes (OBOR x BRICS)A

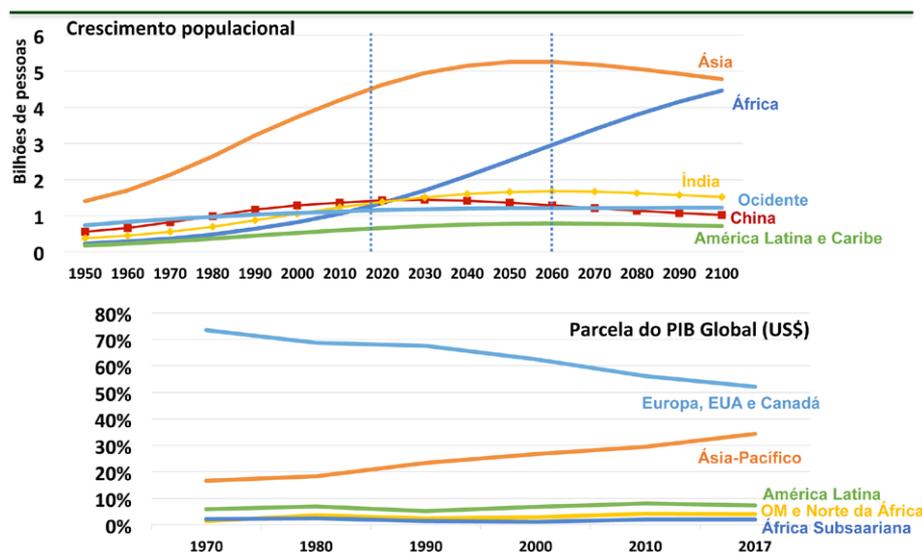


Source: Emily French (2017). The silent giant - emerging economies & shifting market demands for the grain industry. Global Grains Asia 2017, Presentation by Consiagra.

A área azul do gráfico 5 representa o movimento dos fluxos de compra e venda do agronegócio que, segundo a percepção dos participantes da mesa, absorveu a produção brasileira, sem que houvesse uma estratégia no país para lidar com tal mudança de geografia. Esse movimento tem início no comércio, que no curto prazo significa a venda de *commodities*, mas Ásia e África necessitarão cada vez mais também de energia, minerais e outros produtos da cadeia agropecuária. Apesar de uma área de fluxos intensos, é das que menos se conhece no Brasil.

É de se esperar investimentos, vindos inclusive de países desta área, não só em produção, mas em processos de comercialização, em infraestrutura e também inovação. A China, por exemplo, tinha intenção de adquirir terras no Brasil, estratégia que abandonou ao perceber ser mais estratégico atuar na originação de todo tipo de produto que a China precisará no futuro.

GRÁFICO 6. População e PIB no Mundo



Fonte: World Population Prospects: The 2017 Revision, UM; World Bank Data
 Nota: Para dados de população, Ásia inclui Ásia Central e Oriente Médio, Europa inclui Rússia, Ocidente inclui Europa, América do Norte e Oceania

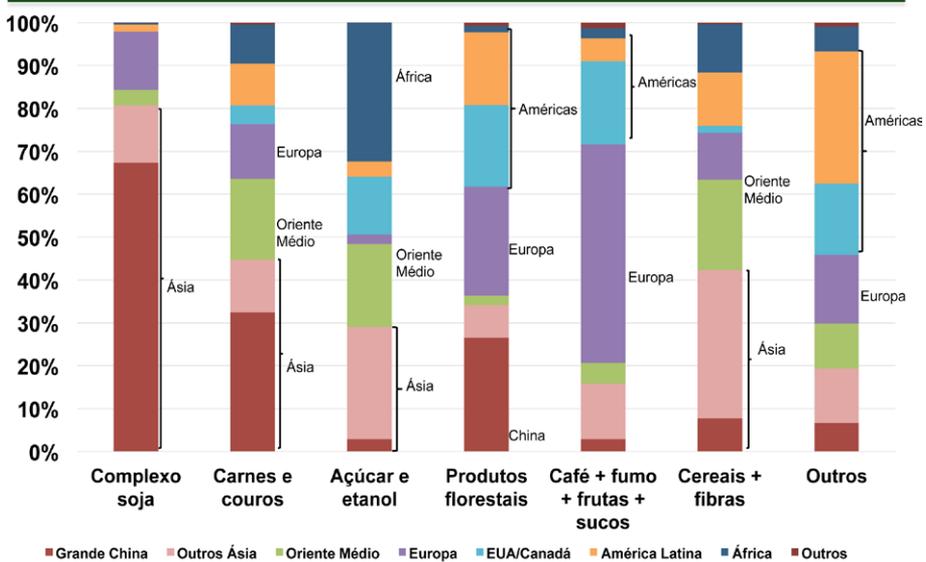
Quando se observam as mudanças tanto em relação ao Produto Interno Bruto (PIB) dos países e regiões do mundo e de suas populações, há décadas marcantes. De 1950 em diante, há a consolidação da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), grupo que reúne 36 economias de mercado, e a expansão após a II Grande Guerra, em que os norte-americanos financiaram a reconstrução europeia, e os japoneses embarcaram em uma era de bem-estar social. Até 1990, a maior parte do PIB mundial era comandada pelos países do G7, grupo que reúne Alemanha, Canadá, EUA, França, Itália, Japão e Reino Unido, embora a União Europeia também esteja representada.

A Ásia, que desde 1950 mantém a maior população do mundo, deve começar a decrescer neste quesito em 2060, dando espaço ao crescimento populacional da África. A Índia também tem crescimento importante, porém é a África que deve se firmar como uma região produtora no futuro.

O agronegócio brasileiro no mundo

As vendas do agronegócio brasileiro estão concentradas 60% em quatro complexos, o de soja, o de carnes e couros, o de florestais e o de açúcar e etanol, o que tem a ver, segundo integrantes da mesa, com acesso ao mercado no exterior. Há ainda crescimentos substantivos das vendas de milho e de algodão. No complexo de carnes e couros, por exemplo, o Brasil é fornecedor de matéria-prima para calçados e estofados de automóveis, indústrias que têm migrado para países como Vietnã e Bangladesh.

GRÁFICO 7. Brasil - Destino das Exportações do Agro Brasileiro por Produto (2018)



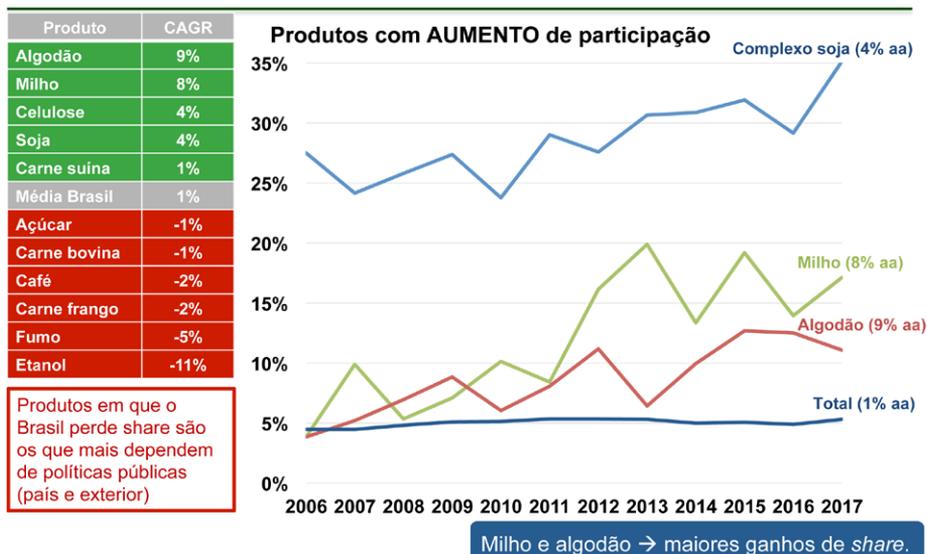
Fonte: MAPA (Agrostat).

Nota: Grande China: China Continental + Hong Kong + Macau; Ásia ex- China inclui Ásia do Leste (ex. China), Ásia do Sul, Sudeste Asiático, Rússia e Ásia Central; Europa inclui União Européia e Leste Europeu. Complexo soja = Soja em grãos + farelo de soja + óleo de soja.

Quando se olha para a China, vendemos majoritariamente soja, minério de ferro e petróleo. Importante anotar que de toda a soja que o Brasil vende, 80% vão para a Ásia, sendo que 70% têm como destino final a China. No complexo de carnes e couros, a venda é mais equilibrada e, além da Ásia, há compradores no Oriente Médio e na Europa. O complexo de açúcar e etanol ainda tem uma parcela importante de mercado na África. Já a Europa domina as vendas de produtos florestais e de café e frutas.

Um outro ponto interessante em relação à soja brasileira é o fato de a exportação ser apenas dos grãos, diferentemente da Argentina, que vende farelo e óleo, em parte porque a taxa sobre o grão desestimula esse comércio e em parte porque a logística interna e as moedoras instaladas junto aos portos tornam tal venda mais em conta.

GRÁFICO 8. Participação do Brasil nas Exportações Mundiais de Cadeias Seleccionadas do Agronegócio (2006 a 2017)



Fonte: USDA e UN Comtrade.

Nota: * exceto para dados de açúcar e etanol que são de 2009 até 2018. Dados em valor. Complexo soja = grãos + farelo + óleo. Total representa a totalidade das exportações do agronegócio brasileiro. Dados em ano fiscal (jan-dez) para todos os produtos, exceto açúcar bruto (ano-safra).

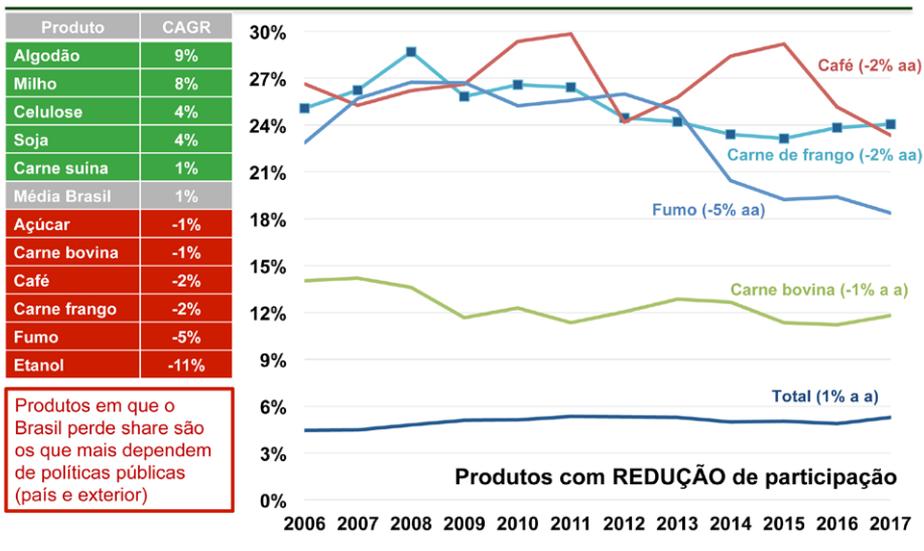
No gráfico 8, os produtos expressos em verde são considerados aqueles cuja venda e acesso a mercados não dependem de ações do governo, tais quais gestões do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), ou de negociações junto a organismos ou países. Porém, produtos que dependem de políticas públicas, caso de açúcar, carne bovina ou etanol, mostram a perda de participação nos mercados mundiais. Segundo os debatedores, tal realidade é fruto do alijamento do governo brasileiro da mesa de negociações a partir dos anos 2000, interrompendo conversações envolvendo a Alca (Área de Livre Comércio das Américas), que não chegou a ser implantada ou o Mercosul (Mercado Comum do Sul), por exemplo.

Hoje, a forma de fazer negociações já não é mais regional ou multilateral, ainda que tenham surgidos blocos tais quais a Asean (Associação de Nações do Sudeste Asiático). Desde o Brexit, a própria União Europeia tem sentido dificuldades em se manter como bloco, e há uma posição norte-americana de se afastar dessas negociações. A realidade aponta muito mais para acordos bilaterais entre países. No caso brasileiro, para além do Mercosul, só há acordos nestes moldes com Egito, Palestina e Israel. O tema de negociações bilaterais, no entanto, não é consenso entre os debatedores, pois cotas ou outros mecanismos eventualmente adotados poderiam resultar em limitações para o Brasil.

O Brasil exportava US\$ 20 bilhões em 2000 e agora já supera uma balança comercial de agronegócio de US\$ 100 bilhões, o que pode ser explicado pela eficiência principalmente em custos agrícolas. Se o país além disso mantivesse acordos bilaterais, dizem os

debatedores, não haveriam setores marcados em vermelho no gráfico 8. Na América Latina, há países que apostam neste modelo, tais quais Chile, Peru e México. Os EUA assinaram dezenas de acordos, assim como Austrália e Nova Zelândia.

GRÁFICO 9. Participação do Brasil nas Exportações Mundiais de Cadeias Seleccionadas do Agronegócio (2006 a 2017)



Fonte: USDA e UN Comtrade.

Nota: * exceto para dados de açúcar e etanol que são de 2009 até 2018. Dados em valor. Complexo soja = grãos + farelo + óleo. Total representa a totalidade das exportações do agronegócio brasileiro. Dados em ano fiscal (jan-dez) para todos os produtos, exceto açúcar bruto (ano-safra).

O açúcar é um exemplo em que o Brasil perdeu mercado. Desde 2017, há uma taxa de 45% imposta pela China sobre a importação do produto que, somada à alíquota de importação imposta por Pequim também de 45%, fez com o produto brasileiro passasse a ser taxado em 90%. A China, ao lado da Indonésia e da Coreia do Sul, são os maiores compradores, mas têm importado o produto da Tailândia e da Austrália, com taxas menores. Em um ambiente em que os acordos bilaterais ganham relevância, aumentaria a importância de se fazer política comercial caso a caso, ainda que este tema não seja consenso entre os debatedores. Para citar o exemplo australiano, são 66 escritórios de exportação que atuam em política comercial apenas em países de Ásia. É possível dizer que 100% da cesta de produtos voltada ao mercado externo está coberta por acordos.

Um mundo de negociações bilaterais

Neste cenário de estratégias país a país, a China pode ser um exemplo interessante com sua *Belt and Road Initiative* (BRI), que em português é traduzida como Iniciativa do Cinturão e Rota. Lançada em 2013 pelo atual presidente chinês, Xi Jinping, trata-se de um projeto de expansão de infraestruturas física e digital financiada pela

China em diversos países do mundo. Nesta iniciativa está contido também um plano de internacionalização das empresas chinesas de infraestrutura, agronegócios e energia. Engloba a estratégia chinesa de ajustar os drivers de crescimento, dependendo menos de investimento e mais de consumo. Isso inclui a importação de produtos de regiões como América do Sul e África, onde é necessário melhorar a infraestrutura e onde, ademais, podem ser alocados recursos das próprias empresas chinesas de construção civil, energia, logística e transporte.

Para o Brasil, segundo o debate, é possível pensar em um plano de ação que englobe 1) visão estratégica de inserção internacional, evitando o curto prazo e liderada pelo setor privado; 2) reforma da estrutura regulatória do comércio, principalmente puxada pelo MAPA no complexo de carnes; 3) ampliação de acesso a mercados; 4) conquista de maior produtividade e competitividade, incluindo serviços tais quais logística; e 5) adição de valor, diferenciação e imagem para os produtos brasileiros.

A sustentabilidade aparece entre os temas de destaque para o Brasil, gerando ganhos de produtividade graças à adoção do código florestal, práticas de agricultura de baixo carbono e aposta em uma matriz energética sustentável. Tal cenário leva o país a uma posição proativa nas organizações internacionais e é grande fator de diferenciação do Brasil ante países como Austrália, cujo ambiente está se desertificando e onde ainda não foram encontradas alternativas para aumentar a produção agropecuária.



“

Os Estados Unidos são de longe nosso maior concorrente no agronegócio, mas também são berço da principal revolução agrícola do século 20, atuando em larga escala, alta tecnologia, boa infraestrutura e uma rede fantástica de universidades agrícolas. Para o Brasil, é preciso tentar estabelecer parcerias estratégicas distintas e equidistantes com eles e com China, mercado que cresce com vigor ano a ano.”

- **Marcos Jank**, CEO da Asia-Brazil Agro Alliance e Conselheiro Internacional do CEBRI



Biografias

Embaixador José Alfredo Graça Lima

O Embaixador Graça Lima foi o Embaixador do Brasil para a União Europeia em Bruxelas e Cônsul-Geral em Los Angeles e em Nova York. No Ministério das Relações Exteriores, serviu como Subsecretário-Geral de Assuntos Políticos II; Subsecretário-Geral para Assuntos de Integração, Econômicos e Comércio Exterior; Diretor do Departamento Econômico; e Inspetor-Geral do Serviço Exterior. Postos estrangeiros prévios incluem servir três vezes na Missão Brasileira em Genebra, tendo sido delegado na Rodada de Tóquio e Vice Representante Chefe ao GATT, e subsequentemente atuando como Negociador-Chefe do Brasil na Organização Mundial do Comércio. Outros postos incluem Washington e Paramaribo. O Embaixador Graça Lima recebeu diploma de bacharel em Direito da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

Marcos Jank

CEO da iniciativa Asia-Brazil Agro Alliance, foi diretor da BRF na Ásia, Presidente da ÚNICA e fundador do *think tank* ÍCONE. Livre Docente pela USP, doutor pela FEA-USP, M.Sc. pelo Institut Agronomique de Montpellier, França, é membro do Conselho Curador do International Food Policy Research Institute (IFPRI) em Washington DC.

Pedro Malan

Pedro S. Malan foi Ministro da Fazenda (1995 - 2002). Presidente do Banco Central (1993-1994). Negociador-chefe da dívida externa (1991-1993). Foi também representante do Brasil na Diretoria Executiva do Banco Mundial e do BID em Washington e como Diretor de órgãos da Nações Unidas em Nova York. Desde 2003, é membro de vários conselhos de empresas no Brasil e no exterior. Professor do Departamento de Economia da PUC-Rio. Doutor em Economia pela Universidade da Califórnia, Berkeley. Autor de *Uma Certa Ideia de Brasil: Entre passado e futuro* (Intrínseca, 2018).



CENTRO BRASILEIRO DE
RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Presidente

José Pio Borges

Presidente de Honra

Fernando Henrique Cardoso

Vice-Presidentes

José Luiz Alquéres

Luiz Felipe de Seixas Corrêa

Tomas Zinner

Vice-Presidentes Eméritos

Daniel Klabin

José Botafogo Gonçalves

Luiz Augusto de Castro Neves

Rafael Benke

Conselheiros Eméritos

Celso Lafer

Marcos Azambuja

Pedro Malan

Roberto Teixeira da Costa

Rubens Ricupero

Diretora Executiva

Julia Dias Leite

Conselho Curador

Aldo Rebelo

André Clark

Anna Jaguaribe

Armando Mariante

Arminio Fraga

Carlos Mariani Bittencourt

Cláudio Frischtak

Demétrio Magnoli

Gelson Fonseca Jr.

Henrique Rzezinski

Joaquim Falcão

Jorge Marques de Toledo Camargo

José Alfredo Graça Lima

José Roberto Castro Neves

Luiz Fernando Furlan

Luiz Ildefonso Simões Lopes

Marcelo de Paiva Abreu

Marcos Galvão

Maria do Carmo (Kati) Nabuco de Almeida Braga

Renato Galvão Flôres Jr.

Roberto Abdenur

Ronaldo Veirano

Sérgio Quintella

Sérgio Amaral

Vitor Hallack

Winston Fritsch

Conselho Internacional

Albert Fishlow

Alfredo Valladão

Andrew Hurrell

Felix Peña

Julia Sweig

Kenneth Maxwell

Leslie Bethell

Marcos Caramuru

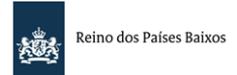
Marcos Jank

Monica de Bolle

Sebastião Salgado

ASSOCIADOS

Em fevereiro de 2019



Sócios Individuais

Adriano Abdo
Álvaro Augusto Dias Monteiro
Álvaro Otero
Arminio Fraga
Carlos Leoni de Siqueira
Carlos Mariani Bittencourt
Celso Lafer
Claudine Bichara de Oliveira
Daniel Klabin
Décio Oddone
Eduardo Marinho Christoph
Eduardo Prisco Ramos
Fernando Bodstein
Fernando Cariola Travassos
Frederico Axel Lundgren
Gilberto Prado
Henrique Rzezinski
Jaques Scvirer
João Felipe Viegas Figueira de Mello
João Roberto Marinho
José Francisco Gouvêa Vieira
Larissa Wachholz
Leonardo Coelho Ribeiro

Marcelo Weyland Barbosa Vieira
Marcio João de Andrade Fortes
Maria Pia Mussnich
Mauro Ribeiro Viegas Neto
Mauro Viegas Filho
Najad Khouri
Paulo Ferracioli
Pedro Leitão da Cunha
Ricardo Haddad
Ricardo Levisky
Roberto Abdenur
Roberto Amadeu Milani
Roberto Guimarães Martins Costa
Roberto Pereira de Almeida
Roberto Prisco Paraiso Ramos
Roberto Teixeira da Costa
Rosana Lanzelotte
Sergio Zappa
Stelio Marcos Amarante
Thomas Trebat
Tomas Zinner
Vitor Hallack
Winston Fritsch



CENTRO BRASILEIRO DE
RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Desde 1998, o *think tank* de referência em relações internacionais no Brasil. Eleito em 2018 o terceiro melhor da América do Sul e Central pelo índice global do Think Tanks and Civil Societies Program da Universidade de Pensilvânia.

www.cebri.org