

# 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



CAPÍTULO 9

# China

APOIO:

**CEBRI**  
CENTRO BRASILEIRO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

Além de ser o maior produtor mundial de produtos agrícolas, a China é também o maior consumidor de alimentos e o principal parceiro comercial do Brasil. A relação comercial com o país cresceu rapidamente na última década.

No capítulo, os autores destacam alguns dos desafios da parceria e as oportunidades para assegurar e fortalecer a presença do agro brasileiro no mercado chinês.

*Esta resenha foi elaborada pela equipe de projetos do CEBRI com base no capítulo original: WACHHOLZ, L.; COSTA, L.; TARUHN, J. R. M.; PERES, H. F.; RODRIGUES, M. S. China. 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

A partir da década de 1990, com a alta do crescimento do PIB chinês e a integração nas cadeias global de valor, o **fluxo comercial entre a China e o Brasil vem ganhando uma importância exponencial**, aumentando em 30 vezes em menos de duas décadas (de \$3,2 bilhões em 2001 para \$98 bilhões em 2019). **A China compra mais de um terço dos produtos de agronegócio exportados pelo Brasil**, e somos o principal fornecedor de alimentos para o país, com uma concentração em poucos produtos de baixo valor agregado.

Para a sua segurança alimentar, a China busca autossuficiência em algumas áreas, mas as importações seguem sendo utilizadas para **complementar e diversificar a produção doméstica**. A estratégia chinesa também se caracteriza pelo estímulo à pesquisa e o desenvolvimento em ciência, tecnologia e inovação aplicada à agricultura, pela promoção do comércio digital e uma atenção crescente à sustentabilidade.

## Inserção dos produtos agrícolas brasileiros na região

### Oportunidades

O setor de agronegócio brasileiro beneficiou-se do **aumento da demanda chinesa por commodities**, que teve como impacto uma alta dos preços. Essa demanda deve continuar em alta, com o crescimento da classe média e a rivalidade sino-americana.

Há espaço para **atrair mais investimentos chineses** para o Brasil, sobretudo na logística de escoamento da produção para exportação.

### Gargalos

Poucos produtos brasileiros detêm participação expressiva no consumo doméstico chinês, o que coloca as nossas exportações em **relativa fragilidade** frente a eventuais restrições.

A inserção brasileira no mercado chinês é **concentrada em uma variedade restrita de produtos** e dependente, em particular, da soja.

---

O **comércio digital** representa uma oportunidade para a inserção dos produtos brasileiros, já que as tarifas de exportação e os custos logísticos são reduzidos.

---

A **cooperação tecnológica** sino-brasileira em setores como agricultura de precisão ou bioengenharia pode trazer benefícios como a integração de pequenos produtores às cadeias de valor, ou o melhoramento genético.

---

A **sustentabilidade** constitui outra oportunidade de engajamento com a China, com intercâmbios possíveis em agricultura de baixa emissão de carbono, critérios de sustentabilidade, e substituição de plásticos.

---

**Barreiras tarifárias e não tarifárias** freiam a diversificação das exportações brasileiras, com processos bilaterais que podem prolongar-se por anos.

---

**Acordos regionais ou bilaterais de comércio** assinados pela China com vizinhos afetam a competitividade de alguns produtos brasileiros.

---

O Brasil ainda é **pouco conhecido** entre consumidores chineses, com uma presença na China ainda pouco desenvolvida e riscos de déficit de imagem (em assuntos de sustentabilidade, por exemplo).

---

## Principais recomendações para a atuação do Brasil na região

Os autores sugerem as seguintes medidas para aproveitar as oportunidades de comércio com o país e fortalecer a presença brasileira no mercado chinês:

- **Criar um grupo de trabalho interministerial** para promover e diversificar o comércio sino-brasileiro no agronegócio, com o objetivo de priorizar temas e formular estratégias comerciais;
- **Fortalecer a Comissão Sino-Brasileira de Alto Nível de Concertação e Cooperação (COSBAN)** como principal instrumento de concertação, para melhor coordenação interna e bilateral e para definição da continuidade de iniciativas em curso;
- **Estimular o comércio eletrônico transfronteiriço**, promovendo uma maior utilização de plataformas de comércio eletrônico por parte das empresas brasileiras;
- Agregar uma **política de atração de investimentos** à política comercial, buscando, como primeiro passo, atrair investimentos na cadeia de proteína animal como forma de garantir continuidade de acesso ao mercado;
- **Promover a sustentabilidade no diálogo** com os chineses, promovendo maior interação com "stakeholders" chineses na área de sustentabilidade na agricultura e estimulando maior diálogo entre governos, setor produtivo, *think tanks* e a academia.