

# 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 4

# União Europeia

APOIO:

**CEBRI**  
CENTRO BRASILEIRO DE RELAÇÕES INTERNACIONAIS

O capítulo traz uma análise da evolução da relação comercial no agro entre o Brasil e a União Europeia, importante parceiro comercial brasileiro e principal destino para as exportações de produtos como o café e o suco de laranja.

Os autores examinam o papel das barreiras de acesso ao mercado europeu na queda das vendas brasileiras para o bloco entre 2008 e 2018, e trazem recomendações para retomar a dinâmica comercial com a região.

*Esta resenha foi elaborada pela equipe de projetos do CEBRI com base no capítulo original: SØNDERGAARD, N.; DA SILVA, C. B.; VON DER WEID, C.; RIBEIRO, F. N. C. União Europeia. 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

Um dos maiores mercados globais, **a União Europeia (UE) tem sido um parceiro** importante desde a internacionalização do setor agroalimentar brasileiro. Os principais produtos exportados para o bloco são a soja (1/3 do valor total das exportações), o café (15% do valor total), sucos (12%), e carnes (10%). Desde 2011, **observa-se uma queda das exportações agrícolas** para a UE, em um contexto de forte desempenho exportador do Brasil para outras regiões.

**A região possui um forte papel regulador**, com várias normas relacionadas a questões ambientais e sanitárias. O mercado agroalimentar europeu também tem uma inclinação para produtos de maior valor agregado, com requisitos de certificação e de sustentabilidade. Por fim, existe nos países europeus um apoio importante ao setor agrícola local. Esses fatores, junto com as barreiras tarifárias, constituem **obstáculos à entrada de produtos brasileiros** nesse mercado, e impactam a competitividade dos produtos nacionais.

## Inserção dos produtos agrícolas brasileiros na região

### Oportunidades

A UE segue como um mercado importante, com **demandas complementares** à produção brasileira. O acordo UE-Mercosul contém cotas de importação e medidas de isenção tarifária que podem baixar o custo das importações brasileiras.

Alguns produtos exportados pelo Brasil e usados como matéria-prima, como a soja,

### Gargalos

Uma **série de barreiras tarifárias** e técnicas dificultam o acesso ao mercado da UE. Os exportadores agrícolas têm de aderir a uma estrutura geral complexa, especialmente no caso de produtos de maior valor agregado como a carne, enfrentando concorrência direta de produtores europeus.

Não há garantias que o **Acordo Mercosul-UE**, concluído em 2019, seja ratificado no curto-prazo.

---

enfrentam **poucas barreiras tarifárias** ou restrições.

---

O Brasil tem um histórico exitoso de implementação de requisitos sanitários internacionais, que podem ser uma oportunidade para **eleva os padrões sanitários**, possibilitando uma melhor rastreabilidade e evitando riscos de reputação.

---

A demanda por mais práticas sustentáveis nas cadeias de *commodities* pode ter um **efeito positivo na produção** brasileira, desde que os custos adicionais sejam repassados ao longo da cadeia de produção.

---

O aumento da demanda por produtos com certificações privadas significa que produtores, especialmente de pequeno e médio porte, deparam-se com **despesas altas para emitirem a certificação**, afastando-os das cadeias de valor internacionais.

---

Problemas apontados como existentes no setor (riscos socioambientais por exemplo) têm potencial para serem **instrumentalizados** por “lobbies” protecionistas agrícolas europeus.

---

---

## Principais recomendações para a atuação do Brasil na região

Para tirar proveito do mercado europeu, há de se focar em medidas que visam superar obstáculos de acesso para produtos brasileiros, por meio de:

- Uma **regulamentação eficiente** e aplicada com rigor, para proteger o setor contra riscos de reputação internacionais e discriminação em mercados estrangeiros, e aumentar a rastreabilidade dos produtos;
  - A **diversificação das exportações brasileiras**, investindo em produtos com maior valor agregado e qualidade diferenciada, com maior acessibilidade aos processos de certificação e diferenciação de mercado;
  - Um **engajamento proativo do Brasil na agenda ambiental e de comércio internacional**, com mais atenção à fiscalização ambiental e comunicação sobre iniciativas locais de sustentabilidade, assumindo liderança na negociação de normas e promovendo perspectivas complementares;
  - Medidas de **combate às práticas protecionistas veladas**, por meio de alianças, do uso de fóruns multilaterais para contestar medidas indevidas e do estabelecimento de um debate construtivo, aberto e simétrico.
-