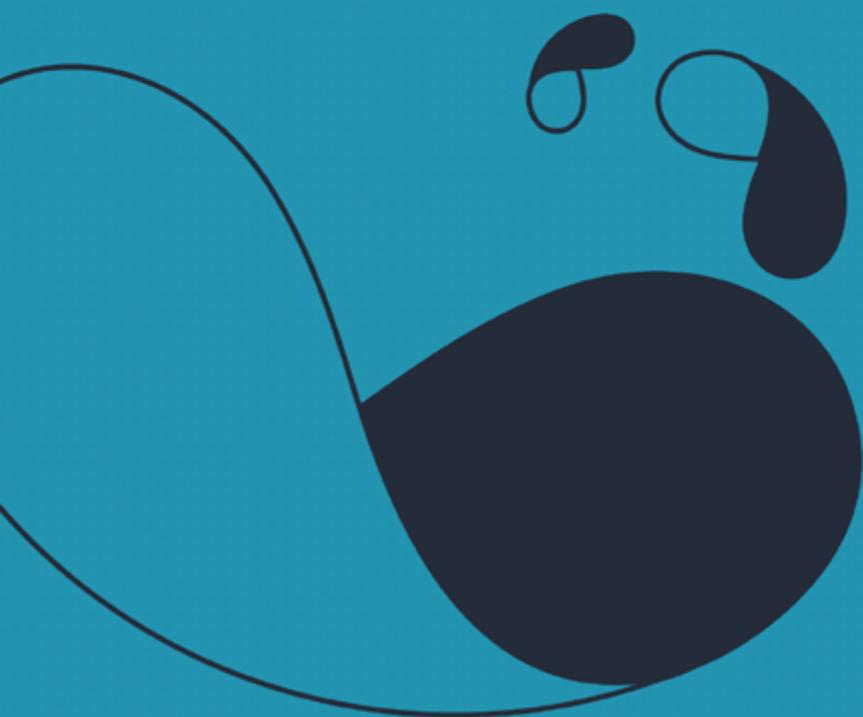


CHINA

**OPORTUNIDADES PARA
PRODUTORES BRASILEIROS
DE RAÇÕES E CEREAIS
NA CHINA**

2014 





APEX-BRASIL

Mauricio Borges

PRESIDENTE

Ricardo Santana

DIRETOR DE NEGÓCIOS

Tatiana Porto

DIRETORA DE GESTÃO CORPORATIVA

Marcos Tadeu Caputi Lélis

GERENTE EXECUTIVO DE ESTRATÉGIA CORPORATIVA E NEGÓCIOS

Camila Orth

Clara Santos

Patrícia Steffen

AUTORAS DO ESTUDO (GERÊNCIA DE INTELIGÊNCIA COMERCIAL – GIC)

SEDE:

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,

CEP 70.040-020 - Brasília - DF

Tel.: 55 (61) 3426-0202 / Fax: 55 (61) 3426-0263

www.apexbrasil.com.br

E-mail: apexbrasil@apexbrasil.com.br

© 2014 Apex-Brasil

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.



ÍNDICE

| | |
|-----------------------|---|
| SUMÁRIO EXECUTIVO | 4 |
| SOJA | 6 |
| MILHO | 7 |
| FARINHAS PARA ANIMAIS | 9 |



SUMÁRIO EXECUTIVO

A China é hoje um grande mercado consumidor de produtos agropecuários e alimentícios, e as perspectivas para importações são promissoras, tanto para determinadas commodities como para produtos processados. Por isso, o presente estudo dedica-se especificamente a esse setor.

Em primeiro lugar, apresentamos um panorama da produção, consumo e comércio da China em alimentos, bebidas e agronegócio. Apesar de ser um grande produtor agropecuário, a China conta com quase um quinto da população mundial, e possui limitações de recursos (principalmente terras aráveis e água) que restringem as perspectivas de crescimento de sua produção. Ao mesmo tempo, é cada vez maior a demanda por produtos de alta qualidade e confiabilidade, pelos quais consumidores de renda média e alta se dispõem a pagar um preço mais elevado.

Os principais motores para a demanda chinesa por alimentos e bebidas são o aumento da renda *per capita* da população e o processo de urbanização do país. Esses dois elementos têm contribuído para a transformação da dieta chinesa, com o aumento do consumo de proteínas animais. Isso eleva diretamente a demanda por carnes e também por grãos para a fabricação de rações para animais. O governo tem por meta manter sua autossuficiência (exceto em soja) em 95% da demanda, mas torna-se cada vez mais difícil cumpri-la uma vez que a demanda cresce mais rapidamente que a produção doméstica desses produtos.

O aumento da renda também contribui para o crescimento da classe média chinesa, um grupo crítico para o consumo de alimentos importados de maior valor agregado. Outros fatores estimulam expansão desse mercado. O varejo de alimentos passa por um processo de modernização, com maior relevância de hipermercados e supermercados. Isso favorece a oferta de produtos importados, especialmente com a tendência de crescimento de supermercados de alto padrão, focados em consumidores de renda média e alta. Algumas das principais redes atuando no país são apresentadas no estudo. Ademais, os vários incidentes de segurança alimentar que o país vivenciou nos últimos anos contribuíram para gerar desconfiança da população em relação aos produtos locais, e leva-la a buscar produtos importados como opções mais seguras.



Com uma enorme população e também o terceiro maior território do mundo, não é recomendável tratar a China como um único mercado. Com isso, o presente estudo busca apresentar um breve perfil das diversas regiões chinesas e de suas principais cidades. Também se discute as principais características da distribuição e da formação de preços de alimentos importados no país, e os desafios que podem representar. Outro aspecto abordado neste documento são as principais normas incidentes sobre produtos agrícolas e alimentos embalados importados. Discute-se à parte as exigências para produtos orgânicos importados, bem como a configuração e as perspectivas desse mercado.

Atualmente, três quartos das exportações brasileiras de alimentos, bebidas e agronegócio para a China são concentradas em soja. Açúcar, óleo de soja, carne de frango e fumo somam outros 22% das vendas brasileiras do setor. No entanto, vislumbram-se outras oportunidades para os exportadores brasileiros. O milho deve constituir um novo item relevante da pauta de exportações brasileiras, uma vez que foi assinado protocolo fitossanitário entre os dois países. As exportações brasileiras de carne suína e bovina (esta atualmente embargada no mercado chinês) também apresentam potencial de crescimento. Em muitos setores abrem-se oportunidades para nichos de mercado, como mel e própolis, vinho, cerveja, sucos de frutas e café.



SOJA

Dentre os principais grãos consumidos na China, a soja destaca-se como o primeiro em que o país perdeu a autossuficiência em sua produção, passando a depender cada vez mais de importações para satisfazer sua demanda. O crescimento do consumo ao longo da década passada foi muito intenso – mais que triplicou entre 1998 e 2008. Assim, em pouco tempo a China se tornou o maior importador mundial do produto. Atualmente, o país é responsável por cerca de 61% das importações de soja em grão no mundo. Com isso, o comércio de soja é pouco controlado, especialmente para importadores privados, o que representa uma exceção no comércio de grãos na China.

A produção doméstica de soja em grão, que em 2013 alcançou 12,8 milhões de toneladas, supre apenas um quarto da demanda chinesa. Ademais, a produção caiu 11,4% em 2013 e, segundo o Business Monitor, deve cair novamente em 2014, em 3,2%. A queda em 2013 foi ocasionada pela redução da área cultivada em 14,4%, chegando a 6,8 milhões de hectares, à medida que produtores rurais substituíram a soja por cultivos mais lucrativos como milho e arroz.

O governo conseguiu estagnar essa tendência, mas ainda assim prevê-se que em 2017 a produção alcance praticamente o mesmo nível de 2013, com 12,9 milhões de toneladas. Assim, o país deve seguir cada vez mais dependente das importações de soja. A demanda deve alcançar 79,2 milhões de toneladas em 2014, um crescimento de 4% em relação ao ano anterior. Em 2017 a demanda deve chegar a quase 92 milhões de toneladas.

Cerca de 85% de toda a soja em grão do país é esmagada, e a maior parte é usada em rações para animais. Como a soja se destina principalmente ao uso em rações, sua demanda é condicionada à demanda por carnes.

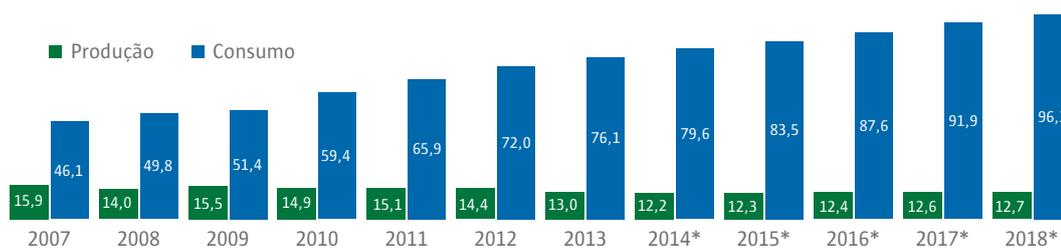
A maior parte da soja é importada em grão – em 2012, as importações chegaram a quase US\$ 35 bilhões, conforme pode ser vista na Tabela 10. Brasil e Estados Unidos destacam-se como os grandes fornecedores de soja em grão para a China, respondendo juntos por 85% das importações do país.

Gráfico 13

Produção e Consumo de Soja na China - 2007 a 2018 (milhões de toneladas)

* Previsão

Fonte: Business Monitor International





| SH6 | Descrição | Importações da China 2012 (US\$) | Exportações brasileiras para a China 2012 (US\$) | Crescimento* das exportações brasileiras para a China 2007-2012 (%) | Participação brasileira nas importações da China 2012 (%) | Principal concorrente do Brasil 2012 | Participação do principal concorrente nas importações da China 2012 (%) | Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil para a China 2007-2012 (%) | Classificação das exportações brasileiras para a China |
|--------|--|----------------------------------|--|---|---|--------------------------------------|---|--|--|
| 120190 | Soja, mesmo triturada, exceto para semeadura | 34.976.583.412 | 14.260.026.885 | 29,66 | 40,77 | Estados Unidos | 43,98 | 22,23 | Expressivo |
| 150710 | Óleo de soja, em bruto, mesmo degomado | 2.273.124.385 | 1.131.443.794 | 29,45 | 49,77 | Argentina | 38,62 | -8,87 | Expressivo |

Tabela 10

Oportunidades para Soja na China

Elaboração: GICC-ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

Nota: Até 2011, utilizava-se o código SH6 120100 – Soja em grão, mesmo triturada, para registrar o comércio de soja em grão. A partir de 2012, esse SH6 foi abolido e substituído por dois novos: 120110 – Soja, mesmo triturada, para semeadura; e 120190 – Soja, mesmo triturada, exceto para semeadura. Como o valor importado pela China do código 120110 foi insignificante em 2012 (US\$ 60 mil), optou-se por usar os valores do código antigo (120100) para calcular o crescimento das exportações brasileiras e das exportações dos concorrente para a China.

O uso de óleo de soja para alimentação também impulsiona a demanda por soja, mas a maior parte do consumo de óleo é satisfeito pela produção local, uma vez que o país possui grande capacidade de esmagamento. De fato, as importações de óleo de soja chegaram a representar 28% do consumo do produto em 2007, mas respondiam por apenas 11% em 2013. Mas ainda que as importações de óleo de soja sejam inferiores às de soja em grão, o valor é considerável – em 2012, alcançaram US\$ 2,3 bilhões, compostas basicamente de óleo de soja em bruto.

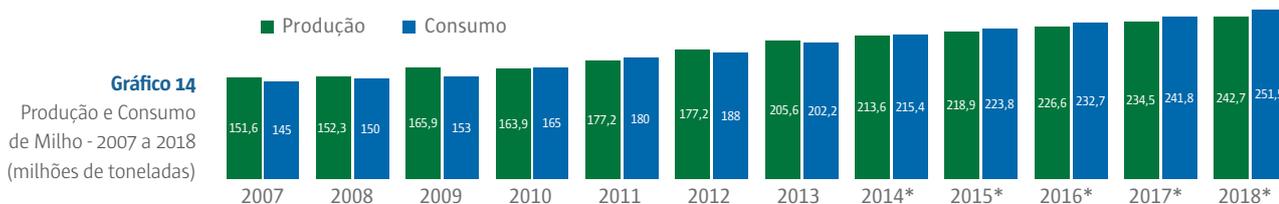
MILHO

O milho representa uma nova oportunidade de exportação para a China, à medida que se torna cada vez mais difícil para o país manter a autossuficiência na produção desse grão. O consumo superou a produção pela primeira vez em 2010, e isso se repetiu no ano seguinte. No entanto, investimentos significativos na produção doméstica de milho, tanto públicos como privados, resultaram no aumento de produtividade. Ademais, a redução da lucratividade dos cultivos de soja e algodão fez aumentar a área cultivada de milho no último ano em 1,9%, atingindo 35,6 milhões de hectares. Com isso, o país foi capaz de manter a demanda dentro da oferta doméstica de milho em 2012 e 2013. Espera-se que a produção supere 213 milhões de toneladas em 2014, e chegue a aproximadamente 242 milhões de toneladas em 2018.

Mesmo assim, a demanda por milho segue crescendo muito rapidamente. Segundo previsões



do Business Monitor International, o consumo deve novamente superar a demanda em 2014, e o déficit deve se aprofundar pelo menos até 2018. Em 2014, espera-se que o consumo alcance 215 milhões de toneladas, representando um déficit de cerca de 2 milhões de toneladas. Até 2018, espera-se que o consumo total alcance 251 milhões de toneladas, o que significa que um déficit de produção de cerca de nove milhões de toneladas.



* previsão

Fonte: Business Monitor International

Assim, prevê-se que nos próximos anos a China se torne um importante *player* no mercado internacional de milho. O crescimento da pecuária e da produção de carnes, novamente, representam o principal motor do crescimento da demanda – estima-se que 70% do milho consumido no país seja usado para produção de ração animal. Ademais, os preços internacionais do milho são mais competitivos que os preços domésticos, elevando a demanda por importações.

A cota de importação de milho para agentes privados é de 2,88 milhões de toneladas anuais. O governo é um importante importador, e compra grãos principalmente através da gigante estatal COFCO. As importações chinesas, que foram de 3,2 milhões de toneladas em 2013, devem alcançar até sete milhões de toneladas em 2014, segundo previsões do USDA.

O país vem buscando diversificar os seus fornecedores internacionais de milho, que vinha sendo importado quase que exclusivamente dos Estados Unidos desde 2010, conforme se observa na Tabela 11, apresentada a seguir.

Tabela 11
Oportunidades para Milho na China

Elaboração: GICC-ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

| SH6 | Descrição | Importações da China 2012 (US\$) | Exportações brasileiras para a China 2012 (US\$) | Crescimento* das exportações brasileiras para a China 2007-2012 (%) | Participação brasileira nas importações da China 2012 (%) | Principal concorrente do Brasil 2012 | Participação do principal concorrente nas importações da China 2012 (%) | Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil para a China 2007-2012 (%) | Classificação das exportações brasileiras para a China |
|--------|-------------------------------|----------------------------------|--|---|---|--------------------------------------|---|--|--|
| 100590 | Milho, exceto para sementeira | 1.683.370.439 | 0 | - | - | Estados Unidos | 98,50 | 216,83 | Incipiente |

Em 2013, os Estados Unidos ainda responderam por 90% das importações chinesas de milho,



mas a China começou a comprar o produto de Ucrânia, Laos e Argentina. Já no final de 2013, em encontro do Comissão Sino-Brasileira de Alto Nível de Concertação e Cooperação (COSBAN), foi assinado protocolo fitossanitário, possibilitando a exportação de milho brasileiro para a China.

FARINHAS PARA ANIMAIS

A China é o maior mercado para rações para animais do mundo, e está em fase de crescimento e ajuste. Segundo o Business Monitor International, a produção total alcançou 198 milhões de toneladas em 2012, o que corresponde a um crescimento de 17,3% em relação ao ano anterior. Em 2011, a China produziu um quinto das rações para alimentação animal produzidas no mundo, volume inferior apenas à participação da Europa, com 23%.

O aumento da produção é impulsionado pelas altas taxas de crescimento do consumo de proteínas animais e, conseqüentemente, da pecuária. Ademais, o atual processo de industrialização da pecuária na China acelera ainda mais a demanda por rações animais, uma vez que em propriedades familiares os animais normalmente são alimentados com grãos cultivados no próprio local. A industrialização na produção de carnes deve ser mais intensa particularmente nos segmentos de carne de porco e aquicultura, portanto neles também estará o maior crescimento de demanda por rações. O segmento de carne de frango já é mais industrializado em comparação com os demais.

O próprio setor de fabricação de rações animais ainda é fragmentado e pouco mecanizado, mas também passa por um processo de consolidação. O número de fábricas de rações já diminuiu em anos recentes, alcançando cerca de 10 mil em 2012, contra 13 mil em 2008. Segundo o Business Monitor, a tendência é que esse movimento se acelere, o que coloca oportunidades também na venda de maquinário e tecnologia para produção de rações animais¹. O Ministério da Agricultura chinês prevê que até 2015 alimentos compostos responderão por 80% da produção nacional de rações.

Produtos para alimentação de animais da pecuária são a principal oportunidade no setor, tanto em termos de volume como de dinamismo, mas há também oportunidade no nicho de rações para animais de estimação. O Euromonitor calcula que a população de cães e gatos na

1 China Agribusiness Report, Q1 2014 (2014). Business Monitor International.



China em quase 39 milhões de animais em 2013, número 3,3% superior ao de 2008. Além do crescimento da população, a tendência de “humanização” dos animais de estimação também impulsiona a venda de *pet food*, principalmente no segmento *premium*². Ao todo, o país importou US\$ 10,2 milhões de rações para cães e gatos acondicionados para venda a retalho (Tabela 12).

Tabela 12
Oportunidades para
Farinha Para Animais na
China

Elaboração: GICC-
ApexBrasil, a partir de
dados do Comtrade

| SH6 | Descrição ^{ot} | Importações da China 2012 (US\$) | Exportações brasileiras para a China 2012 (US\$) | Crescimento* das exportações brasileiras para a China 2007-2012 (%) | Participação brasileira nas importações da China 2012 (%) | Principal concorrente do Brasil 2012 | Participação do principal concorrente nas importações da China 2012 (%) | Crescimento* das exportações dos concorrentes do Brasil para a China 2007-2012 (%) | Classificação das exportações brasileiras para a China |
|--------|--|----------------------------------|--|---|---|--------------------------------------|---|--|--|
| 230910 | Alimentos para cães e gatos, acondicionados para venda a retalho | 10.233.356 | 19.205 | -31,64 | 0,19 | Argentina | 53,09 | 19,07 | Expressivo |
| 230990 | Outras preparações para alimentação de animais | 221.620.611 | 4.397.120 | -5,52 | 1,98 | Estados Unidos | 32,54 | 10,11 | Expressivo |

Atualmente, o Brasil enfrenta problemas para exportação de rações que se relacionam ao caso atípico de EEB (encefalopatia espongiforme bovina) reportado pelo Brasil no final de 2012, que resultou no embargo chinês à carne bovina brasileira. Posteriormente, foram encontrados resquícios de carne bovina em um produto de uma fábrica de rações no Brasil, o que levou à suspensão das importações de toda *pet food* de origem brasileira no final de 2013. A reação chinesa surpreendeu, uma vez que nesses casos normalmente apenas a empresa infratora é notificada e suspensa, não todo o setor do país.

No entanto, nota-se que mesmo antes disso o desempenho brasileiro nas exportações de *pet food* (SH6 230910) para a China não era bom, já que as exportações caíram mais de 30%, em média, entre 2007 e 2012, como se observa na Tabela 12. As exportações brasileiras do SH6 230990 (outras preparações para alimentação de animais) também caíram. Em ambos os casos, no entanto, as exportações dos demais concorrentes cresceram no período.

No Gráfico 15, a seguir, é possível observar que o Brasil tinha 4,2% do mercado chinês para o SH6 230990, participação que se reduziu pela metade em 2012. Estados Unidos, o principal fornecedor em todo o período, também perdeu participação, assim como a Austrália. Entre os concorrentes que ganharam participação no período destacam-se Japão e Países Baixos, que mais que dobrou seu percentual de mercado e consolidou-se como o segundo maior fornecedor.

2 Pet Care in China (2013). Euromonitor International.

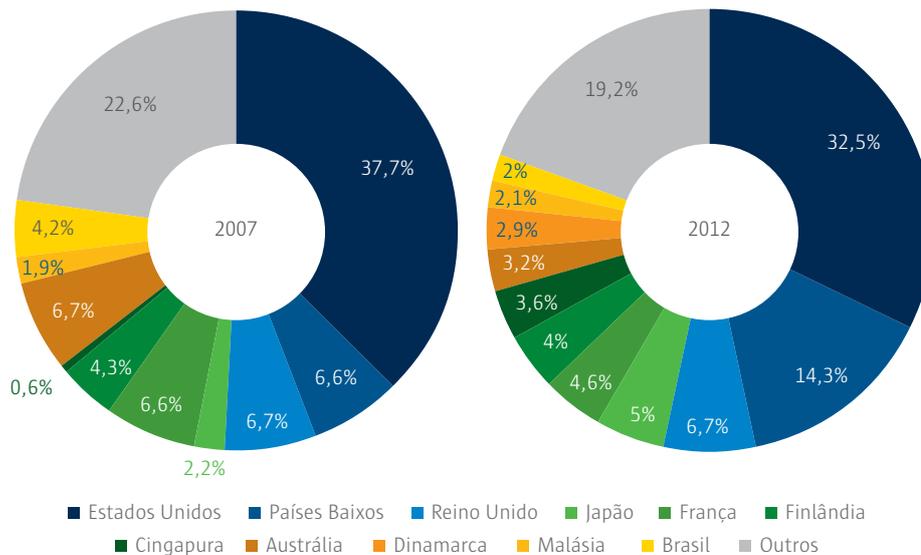


Gráfico 15
Principais Fornecedores de “Outras preparações para alimentação animal” para a China em 2007 e 2012

Elaboração: GICC-ApexBrasil, a partir de dados do Comtrade

Quando se pretende exportar um produto para alimentação animal ou aditivo pela primeira vez para a China, é necessário que um agente baseado no país busque registro junto Ministério da Agricultura, para o qual é necessário fornecer amostras do produto. É necessário que a empresa envie o certificado brasileiro aprovando a produção e comercialização do produto, além dos registros em outros países para os quais a empresa já exporte. Ademais, é necessário listar os principais componentes, propriedades físicas e químicas, escopo de aplicação, e instruções para o uso; e também fornecer relatórios de testes do produto, a metodologia de teste e padrões de qualidade. Se é um produto que ainda não é comercializado na China, testes adicionais são exigidos, como testes de impacto ambiental e relatórios de impacto do produto sobre a saúde humana. O registro é válido por 5 ano



Ministério do
**Desenvolvimento, Indústria
e Comércio Exterior**

