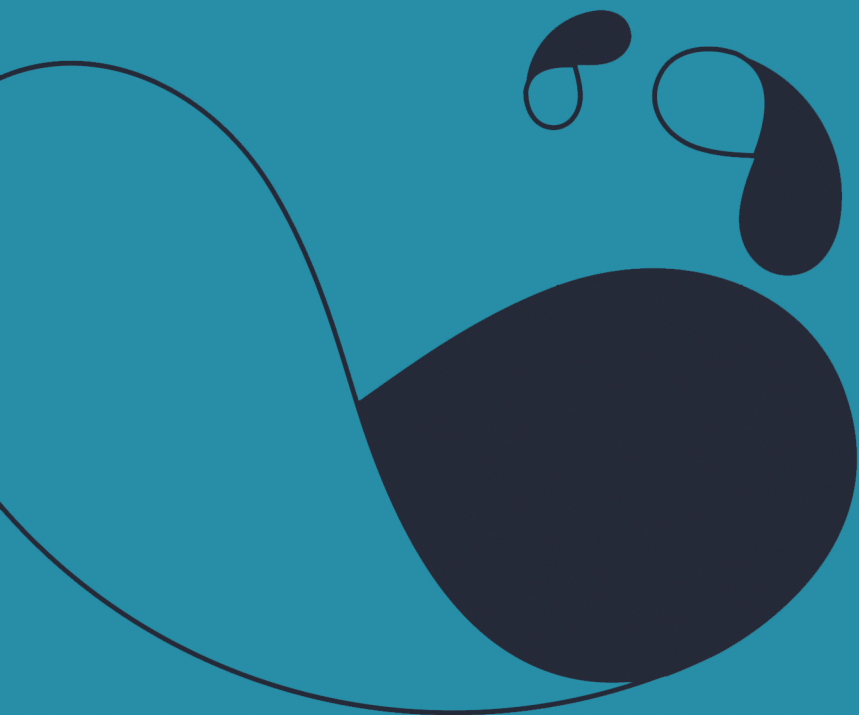


**CHINA**

**OPORTUNIDADES  
PARA A INDÚSTRIA  
DE SUCOS NA CHINA**

**2016** 





# APEX-BRASIL

**Roberto Jaguaribe**  
PRESIDENTE

**André Marcos Favero**  
DIRETOR DE NEGÓCIOS

**Ana Paula Lindgren Alves Repezza**  
GERENTE EXECUTIVA  
GERENTE DE ESTRATÉGIA DE MERCADO

**Clara Santos**  
**Patrícia Steffen**  
AUTORAS (GERÊNCIA DE ESTRATÉGIA DE MERCADO - GEM):

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](http://www.apexbrasil.com.br)  
E-mail: [apexbrasil@apexbrasil.com.br](mailto:apexbrasil@apexbrasil.com.br)

© 2016 Apex-Brasil  
Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.



# ÍNDICE

SUMÁRIO EXECUTIVO	4
SUCOS	49



# SUMÁRIO EXECUTIVO

A China é hoje um grande mercado consumidor de produtos agropecuários e alimentícios importados. Apesar de ser um grande produtor, as limitações do território chinês em recursos como terras aráveis e água restringem as perspectivas de aumento da produção. Ao mesmo tempo, embora a população total esteja estabilizada, seu perfil vem se alterando rapidamente com o crescimento econômico elevando a demanda por alimentos.

Com a entrada da China na Organização Mundial do Comércio (OMC) em 2001, as barreiras para importação de produtos foram reduzidas, e novas demandas por commodities cresceram em razão do aumento da urbanização e da renda média. Nesse contexto, o Brasil vem desenvolvendo relação de mútua importância no fornecimento de alimentos para a China. Em 2014, o Brasil forneceu o correspondente a 18,5% das importações de alimentos totais da China e tornou-se o segundo maior fornecedor, somente atrás dos Estados Unidos. As importações de produtos agropecuários brasileiros cresceram em média 12,7% de 2011 a 2014, tornando a China o principal destino das exportações brasileiras de alimentos.

Outra tendência no mercado foi o significativo aumento da demanda por proteínas animais, impactando tanto no aumento das importações de grãos para a produção de rações, especialmente soja, como nas de carnes. Nesse sentido, as exportações de alimentos do Brasil para a China se concentram principalmente em soja. Porém, com a intensificação das importações de milho e as mudanças na legislação chinesa que retiraram o apoio do governo ao plantio, as exportações brasileiras de milho cresceram significativamente a partir de 2015.

O aumento da demanda por proteínas animais também abriu espaço para as exportações brasileiras de carnes bovina, suína e de frango. Desde a abertura do mercado em 2015, a China tornou-se um dos maiores destinos das exportações brasileiras de carne bovina. Outros produtos exportados pelo Brasil ao mercado chinês são couro, óleo de soja em bruto, açúcar, rações para animais e suco de laranja congelado. O Brasil não possui acordos para exportar frutas frescas no momento, porém está em negociação a abertura do mercado para melões.

Além desses produtos, existem oportunidades para alimentos importados de maior valor agregado. A classe média chinesa encontra-se em franca expansão, e busca não apenas produtos alimentícios de maior qualidade, mas também mais confiáveis. Isso porque o país



registrou vários incidentes de segurança alimentar nos últimos anos, minando a confiança do consumidor chinês em vários setores, particularmente os de laticínios e de carnes.

A modernização do varejo de alimentos no país também favorece a demanda por produtos importados, especialmente com o surgimento e a disseminação de cadeias de supermercados de alto padrão nas grandes cidades. Nesse sentido, há oportunidades em nichos de mercado como leite em pó, vinho, sucos de frutas e café.

Com uma população de 1,3 bilhão de pessoas, a expectativa é que as exportações aumentem, já que as negociações sanitárias e fitossanitárias entre Brasil e China vêm se intensificando a cada ano.

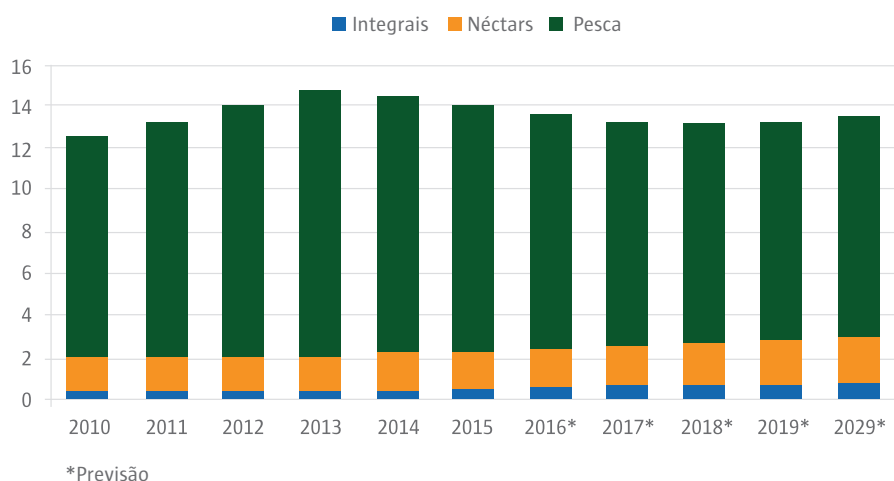


# OPORTUNIDADES SELECIONADAS DE ALIMENTOS E BEBIDAS PARA A CHINA

## SUCOS

A crescente preocupação dos chineses com a saúde e com os benefícios e malefícios de alimentos e bebidas favoreceu o consumo de sucos na China em um primeiro momento, bem como o aumento da renda disponível. Entre 2001 e 2010, o consumo saltou de apenas 2,1 bilhões de litros para 12,6 bilhões. Com isso, sucos passaram a representar 20% do consumo de bebidas não alcoólicas, contra apenas 11% em 2001. Mas em 2015 a categoria já havia diminuído sua participação para 16%, e deve representar apenas 12% do consumo de bebidas não alcoólicas em 2020. Outras categorias também vêm perdendo participação, especialmente refrigerantes, para água engarrafada.

O tipo de suco mais consumido na China (84% do total) são os chamados refrescos, que contêm baixa concentração de suco de frutas (menos de 24%) e altas doses de açúcar. Ocorre que os consumidores estão cada vez mais conscientes de que tais bebidas na realidade não são saudáveis. Por outro lado, néctares (entre 25% e 99% de suco) e especialmente sucos integrais são muito mais caros, e permanecem com uma parcela pequena (embora crescente) do consumo total de sucos – respectivamente 13% e 3,4%. Assim, entre 2010 e 2015 o consumo aumentou modestos 11%, já iniciando uma tendência de queda em 2014 – a ser interrompida apenas em 2019 (Gráfico 27).



**Gráfico 27**

Consumo de sucos de frutas e vegetais na China – bilhões de litros (2010-2020)

Fonte: Euromonitor

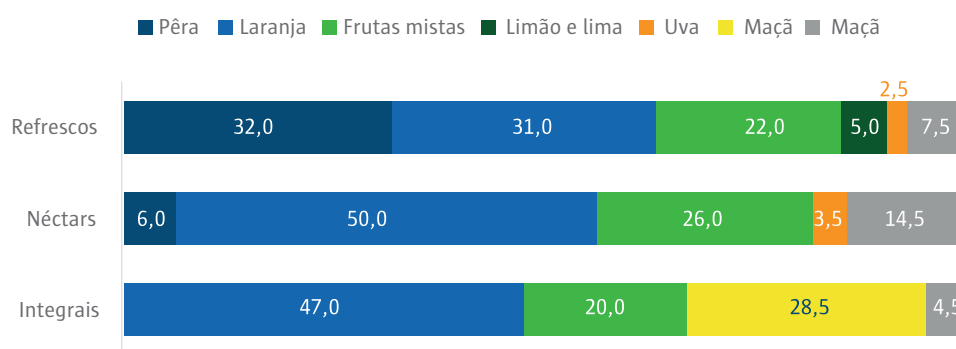
Em termos de valor, o mercado de sucos cresceu 14,4% entre 2010 e 2015, atingindo US\$ 16 bilhões no último ano. Entre 2015 e 2020, mesmo com a queda de volume o valor do consumo deve ter um crescimento real de 7,4%, chegando a US\$ 18,5 bilhões.

A China é o maior produtor mundial de suco de maçã, o qual representa a maior parte da produção doméstica de sucos em geral. Em 2013 foram produzidas 810 mil toneladas de suco de maçã<sup>42</sup>, das quais 600 mil foram exportadas, especialmente para mercados europeus e Estados Unidos.<sup>43</sup> A produção de sucos de outras frutas somou 388 mil toneladas, sendo possível destacar a produção de suco de abacaxi (52 mil toneladas), de laranja (38 mil toneladas) e de manga (17 mil toneladas). Ao todo, o Euromonitor estima que a produção de sucos na China some US\$ 37 bilhões em 2015. Até 2020, o valor da produção deve crescer 28% em termos reais e chegar a US\$ 52 bilhões.

Apesar de serem grandes produtores, os chineses não têm o hábito de tomar suco de maçã. Além de exportar a maior parte da produção, parte da quantidade restante entra na composição de sucos de outros sabores. Como se nota no Gráfico 28, os sabores mais apreciados dos chineses para refrescos são pera e laranja, cada qual representando quase um terço do consumo, seguidos por sucos de misturas de frutas. Sucos de sabor laranja concentram metade do consumo de néctares e sucos integrais.

<sup>42</sup> Fonte: FAO/UN

<sup>43</sup> Fonte: Comtrade/UN



**Gráfico 28**

Principais sabores de sucos consumidos na China em 2015 (%)

Fonte: Euromonitor International

A maior parte dos sucos consumidos é comprada no varejo de alimentos – apenas 5% do consumo se dá fora de casa, em restaurantes, bares, hotéis, etc. Mesmo na categoria de sucos integrais, apenas 10% é consumido fora de casa. A empresa com maior participação no varejo é a *Coca-Cola China Ltd*, cuja marca *Minute Maid* deteve 12,4% do mercado em 2015. A marca está presente com alta capilaridade no mercado chinês, que é o seu maior mercado em todo o mundo. Destacam-se também a marca *Master Kong*, do *Ting Hsin International Group*, com 8,6% de participação; *Hui Yuan (China Huiyuan Juice Group Ltd)*, com 6,3%; e *President (UniPresident)*, com 5,3%.

As importações chinesas de sucos somaram US\$ 251,5 milhões em 2014 (Tabela 13). Suco de laranja é o mais importado, com US\$ 128,2 milhões – a maior parte é de suco de laranja congelado, do qual o Brasil é o maior fornecedor, com mais de dois terços do mercado. No entanto, as exportações brasileiras caíram em média 13,4% ao ano entre 2011 e 2014 devido à redução da demanda chinesa, cujas importações totais caíram 9,3% no período. As importações chinesas de outros fornecedores de suco de laranja congelado cresceram ligeiramente – em média 3,5% ao ano.

Em relação ao subgrupo “Demais sucos”, os produtos mais importados são *misturas de sucos*<sup>44</sup>, com US\$ 41,5 milhões, e *sucos de uva*,<sup>45</sup> com US\$ 27,5 milhões. As importações desse subgrupo cresceram quase 25% ao ano no período, superando as importações do subgrupo “Suco de laranja Congelado” em 2014. A participação brasileira nesse subgrupo, que reúne sucos de todas as outras frutas, é marginal, e nossas exportações crescem menos que a média dos demais fornecedores.

<sup>44</sup> Código SH6 2009.90.

<sup>45</sup> Códigos SH6 2009.61 e 2009.69.



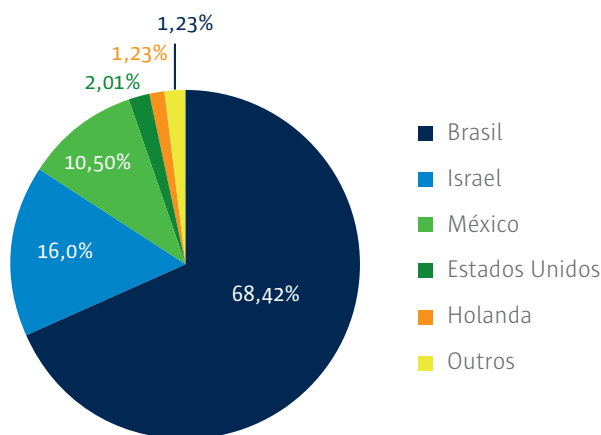


Subgrupos	Importações totais em 2014 (US\$)	Crescimento médio das importações 2011-2014 (%)	Exportações brasileiras em 2014 (US\$)	Crescimento médio das exportações brasileiras 2011-2014 (%)	Participação brasileira em 2014 (%)	Oportunidade
Demais sucos	123.320.952	24,87	1.183.462	11,95	0,96	Em declínio
Suco de laranja congelado	121.780.421	3,47	83.322.168	-13,40	68,42	Em risco
Suco de laranja não congelado	6.509.910	46,35	3.380	36,06	0,05	A desenvolver
Total - Sucos	251.511.183	18,85	84.509.010	-13,18	33,60	

**Tabela 13**

Importações chinesas de sucos e principais oportunidades para as exportações brasileiras. Fonte: Apex-Brasil, a partir de dados do Comtrade/UN

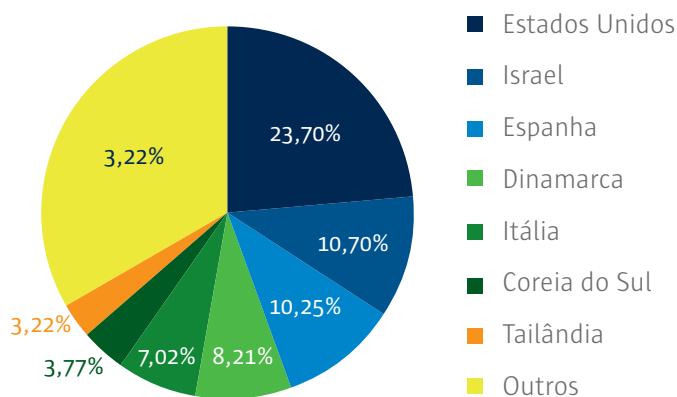
O segundo maior fornecedor de suco de laranja congelado é Israel (Gráfico 29), com participação bem distante da brasileira. As exportações israelenses também caíram no período, em 10,3% ao ano. Já o México se destacou positivamente: o país não exportava para a China em 2011, e já era o terceiro fornecedor em 2014, com US\$ 12,8 milhões.



**Gráfico 29**

Principais fornecedores de suco de laranja congelado em 2014 (% de US\$)

Fonte: UN Comtrade



**Gráfico 30**

Principais fornecedores de demais sucos congelados em 2014 (% de US\$)

Fonte: UN Comtrade

Em “Demais sucos”, os Estados Unidos se destacam com quase um quarto do mercado total, mas nota-se que há grande diversidade de fornecedores. Sessenta por cento das exportações americanas foram misturas de sucos. Já as exportações espanholas são concentradas em suco de uva. Israel, por sua vez, é o mais diversificado entre os grandes fornecedores, com exportações significativas de *suco de uva*, *suco de pomelo* e *sucos de outros cítricos*.<sup>46</sup>

<sup>46</sup> Códigos SH6 2009.21 e 2009.29 (suco de pomelo); e 2009.31 e 2009.39 (sucos de outros cítricos).



MINISTÉRIO DAS  
RELAÇÕES EXTERIORES

