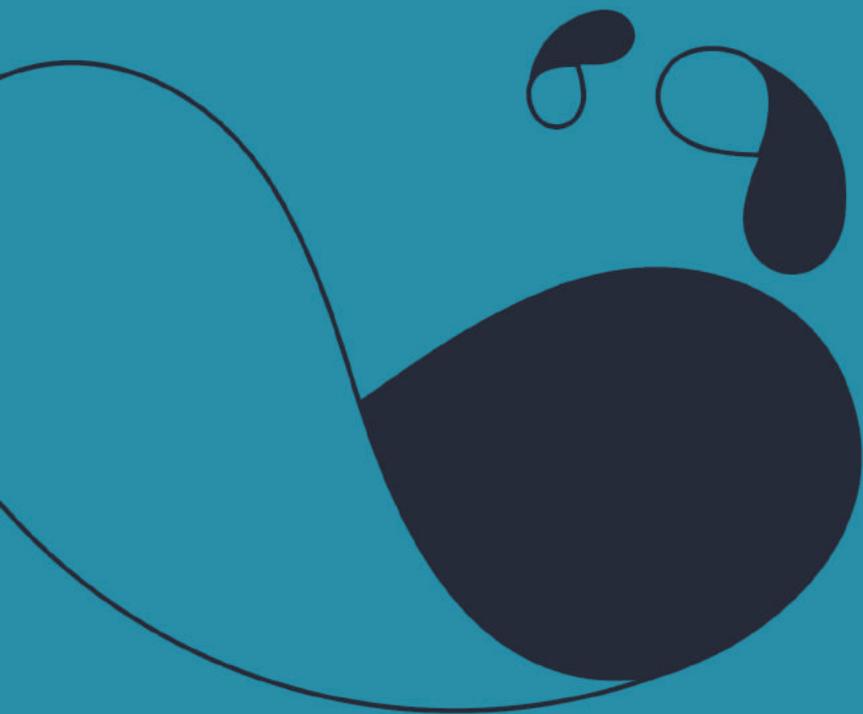


CHINA

**OPORTUNIDADES
PARA A INDÚSTRIA
DE LEITE E DERIVADOS
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
E-mail: apexbrasil@apexbrasil.com.br

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



ÍNDICE

SUMÁRIO EXECUTIVO	4
LEITE E DERIVADOS	6



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

LEITE E DERIVADOS

O mercado de leite e derivados é um dos setores que mais cresce dentro da indústria alimentícia graças à urbanização, aumento da renda, maior acesso à refrigeração e maior consciência sobre os benefícios do leite. Com isso, o consumo de leite está começando a ganhar espaço na alimentação dos chineses. A expectativa é que a China passe a ser o maior mercado de leite e derivados em 2017 dada sua população, passando os Estados Unidos.

Entre os principais setores de produção, o setor de leite ainda é ineficiente e fragmentado. Mais de 70% da produção de leite vem das fazendas com menos de 20 cabeças. Além disso, há preocupação com a flutuação de preço do produto, já que apesar de haver grande produtores, a cadeia não é integrada e falta controle sobre o fornecimento. Com isso, muitas empresas chinesas de leite e derivados aumentam os preços com objetivo de proteger suas margens³⁵.

Dentre os produtos de leite e derivados, uma das oportunidades para o Brasil é a exportação de leite em pó. O consumo per capita do país ainda é baixo – 1,4 kg em 2015, e a previsão é que chegue a 1,8 kg por pessoa em 2020. Apesar de o número ser pequeno em comparação com outros países – por exemplo, o consumo no mercado brasileiro é de 3,1 kg – as vendas no mercado atingiram US\$1,39 milhão de toneladas em 2015. O Gráfico 22 mostra que a produção de leite em pó na China é inferior à demanda. Em 2015, a taxa de autossuficiência foi de somente 71%.

³⁵ Business Monitor International

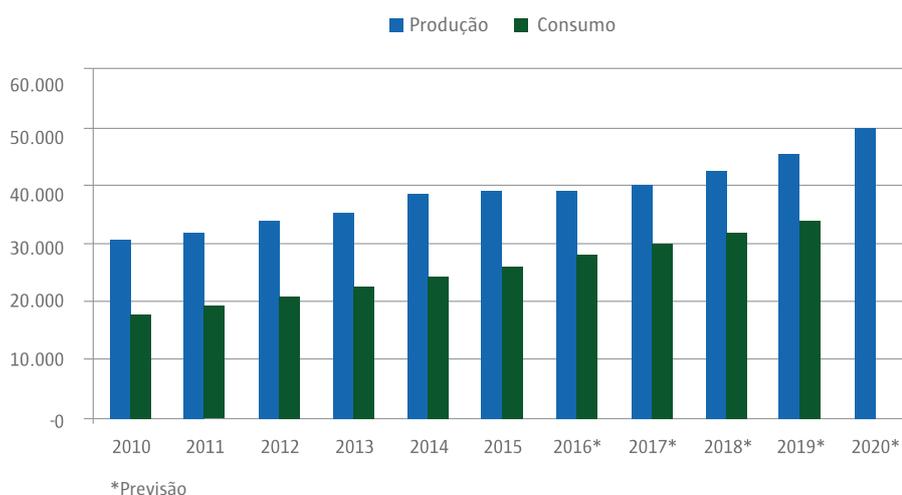


Gráfico 22

Produção e consumo de leite em pó na China – mil toneladas (2010-2020)

Fonte: Business Monitor International

Nos últimos anos, escândalos relacionados à contaminação de leite em pó infantil – como o uso da melanina em 2008 – fizeram que os pais perdessem a confiança nas marcas locais e procurassem por marcas internacionais que oferecessem segurança. Isso aumentou a demanda por leite em pó infantil de marcas internacionais. Além disso, outros escândalos recentes fizeram que muitos pais aumentassem as compras de leite em pó pela internet. De acordo com dados do Business Monitor, as importações de leite em pó cresceram em média 30,5% ao ano.

Outro fator que pode influenciar o aumento do consumo de leite em pó é o término da política do filho único. Há expectativas que o número de crianças por casal aumente, apesar de que muitos casais já se acostumaram com a ideia de um só filho e outros consideram muito caro as despesas com duas crianças. Após o primeiro relaxamento da política do filho em 2013, a China testemunhou um aumento apenas marginal em nascimentos. Por isso, acredita-se que demore um tempo até que os casais chineses comecem a ter mais filhos.



O setor também passa por um momento de consolidação. A recente mudança na legislação em relação à segurança alimentar deverá reduzir o número de marcas de leite infantil, levando à consolidação de produtores domésticos. De acordo com a lei de segurança alimentar chinesa proposta pela China Food and Drug Administration (CFDA), publicada em dezembro de 2015, uma empresa não deverá ter mais de três séries de produtos e no máximo nove produtos. Esse é o esforço do governo para aumentar a segurança e qualidade do produto. Cada fabricante, nacional ou importado, poderá vender somente três marcas que devem estar registradas no CFDA. A legislação proposta está em análise na Organização Mundial, e a implementação deverá acontecer no primeiro semestre de 2016.

As principais empresas que operam no mercado são China Mengniu Dairy Co, Inner Mongolia Yili Industry Group, Bright Dairy & Food Co e Beijing Sanyuan Group. Essas quatro empresas representam 40% do mercado. Além das locais, as multinacionais Danone e Fonterra investiram no desenvolvimento de fábricas no país e conseguiram aumentar a produção.

A recessão da economia e a alta demanda por produtos lácteos levaram ao excesso de oferta no mercado em 2015, já que o país importou grandes quantidades de leite em pó de marcas internacionais com preço elevado no período de setembro de 2013 a junho de 2014³⁶, o que causou aumento no preço interno do leite e acabou incidindo na queda da demanda. Em 2015, as importações caíram, mas a expectativa para 2016 é que a demanda comece a aumentar, já que os estoques acumulados em 2014 estão em queda. Apesar disso, a previsão é que não chegue ao nível de importação em 2013 e 2014. O mercado de leite líquido deve aumentar, uma vez que o leite UHT chegou às cidades menores, aumentando assim o consumo e diminuindo a necessidade de importação de leite em pó.

Em relação às importações dos produtos (SH) que compõe o leite em pó, as importações somaram US\$4,4 bilhões em 2014, o que correspondeu a 68,3% do total de leite e derivados importados. A China é o maior importador mundial de leite em pó e suas importações cresceram 39,20% nos últimos anos.

³⁶ Business Monitor International



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
Leite em pó	4.438.199.633	39,20	0	0	0	
Leite e derivados- Total	6.496.891.298	34,42	3.967.543	16,16	0,06	

Tabela 11

Oportunidades para leite e derivados. Fonte: UN Comtrade

O Brasil não exportou leite em pó, uma vez que ainda não possui acordo para esse produto. Porém, o MAPA está trabalhando em conjunto com as empresas interessadas, e estas estão em processo de responder aos formulários apresentados pelas autoridades chinesas. Esse processo é a única etapa necessária para a habilitação dos estabelecimentos brasileiros, não havendo a necessidade de o Brasil receber missão chinesa de habilitação. A expectativa é que as exportações brasileiras tenham início ainda em 2016. As exportações do Brasil em relação ao subgrupo “leite e derivados” foram do SH6 “outros produtos de origem animal”, no qual o Brasil exportou a soma de US\$ 3,9 milhões em 2014. Apesar desse SH6 se encontrar no subgrupo de leite e derivados, o Brasil exporta própolis para a China nessa classificação.

O Gráfico 23 mostra os principais fornecedores de leite em pó para a China em 2011 e 2014. A Nova Zelândia permanece como principal fornecedor, porém, sua participação diminuiu de 82,46% para 79,72% e a tendência é de diversificação de fornecedores. Os Estados Unidos aumentaram suas exportações em 2011 de 4,38% para 4,89% em 2014. Em 2015, a Austrália assinou acordo preferencial com a China, o China-Australia Free Trade Agreement (ChAFTA), que reduziu as tarifas de exportação de lácteos para a China. Segundo dados do Global Trade Atlas, as exportações de janeiro a março de 2016 aumentaram de US\$1,97 milhão para US\$17 milhões em relação a 2015.

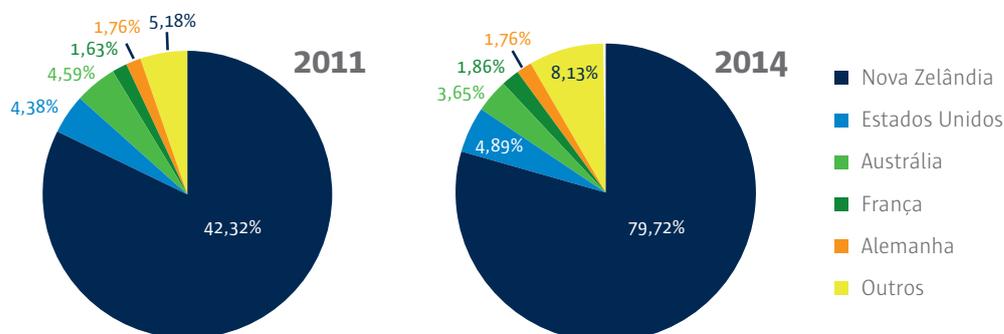


Gráfico 23

Principais fornecedores de leite em pó em 2011 e 2014

Fonte: UN Comtrade



Outros fornecedores foram França e Alemanha. Os países europeus devem exportar mais leite em pó, já que o sistema de cotas chegou ao fim em 31 de março de 2015³⁷. A expectativa é que a produção de leite em pó na Europa aumente para atender demandas crescentes de países asiáticos como China e Vietnã. O leite europeu é considerado de alta qualidade e com preços baixos. Diante disso, a concorrência tende a ficar mais acirrada nos próximos anos.

³⁷ Em 2015 foi abolido o sistema de cotas de leite. O regime foi introduzido pela primeira vez em 1984, quando a produção de leite da UE ultrapassava em muito a demanda.



MINISTÉRIO DAS
RELAÇÕES EXTERIORES

