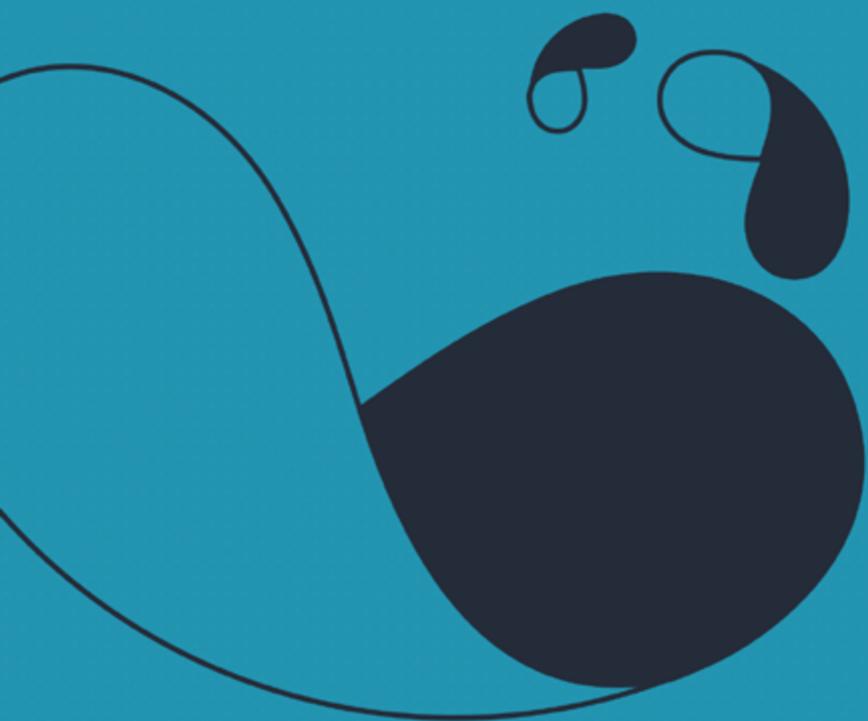


CHINA

OPORTUNIDADES PARA A INDÚSTRIA BRASILEIRA DE COURO 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
COURO	6



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.



COURO

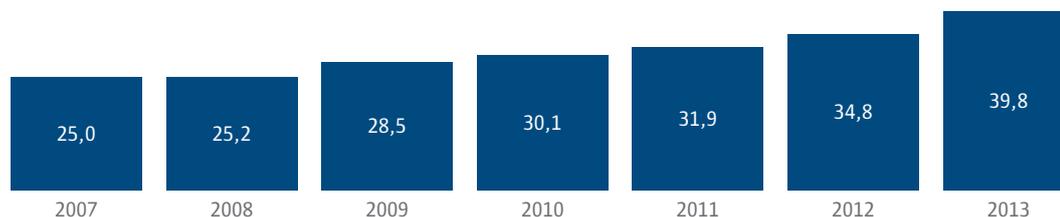
A indústria do couro é muito importante na economia chinesa, tendo em vista sua contribuição para o emprego, crescimento e exportações. Mesmo após 30 anos de desenvolvimento contínuo, essa indústria continua trabalho-intensiva, empregando cerca de 6 milhões de pessoas no país¹.

A China é o maior produtor, consumidor e exportador de couro e produtos de couro do mundo. O valor da produção de couro no país em 2013 foi de US\$ 39,8 bilhões, o que significa aproximadamente cinco vezes o valor do segundo maior produtor mundial, a Itália (US\$ 8 bilhões). A taxa de crescimento média anual do período entre 2007 e 2013 foi de 8,1% ao ano, revelando alto dinamismo, como pode ser visualizado no Gráfico 16

Valor da Produção de Couro na China

(US\$ bilhões). Apesar de ser o maior produtor mundial, a China ainda necessita das importações dessa matéria-prima para suprir suas indústrias de artigos de couro como a de calçados e bolsas. Em 2012 o valor total de importações de peles e couros do país foi de US\$ 7,1 bilhões.

Gráfico 16
Valor da Produção de
Couro na China
(US\$ bilhões)



Fonte: Euromonitor

A produção de artigos de couro da China equivale a mais da metade da produção mundial, e suas exportações chegam a 75% das exportações mundiais². A produção anual de calçados chega a aproximadamente 14 bilhões de pares, equivalente a cerca de 70% da produção mundial. Quanto a roupas de couro, são 70 milhões de peças produzidas por ano, o que corresponde a 35% do total mundial.³ Na indústria de couro chinesa existiam 26.520 empresas atuando nos diversos segmentos da cadeia em 2011, e no processamento de peles e curtimento e processamento do couro eram 5.417 empresas, como pode-se observar no Gráfico 17.

¹ Trade Development Authority of Pakistan, 2011: Leather Market in China. Disponível em: http://www.tdap.gov.pk/doc_reports/TDAP%20REPORT%20ON%20LEATHER%20MARKET%20IN%20CHINA.pdf.

² ICEX, 2011: El mercado de la marroquinería em China. Disponível em: <http://www.icex.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4555914>.

³ Trade Development Authority of Pakistan, 2011: Leather Market in China. Disponível em: http://www.tdap.gov.pk/doc_reports/TDAP%20REPORT%20ON%20LEATHER%20MARKET%20IN%20CHINA.pdf.



Gráfico 17

Estrutura da Indústria de Couro na China – Número de Empresas em cada Segmento em 2011

Fonte:
Trade Development Authority of Pakistan, 2011: Leather Market in China. Disponível em: http://www.tdap.gov.pk/doc_reports/TDAP%20REPORT%20ON%20LEATHER%20MARKET%20IN%20CHINA.pdf.

A indústria de calçados de couro da China está concentrada em quatro províncias: Zhejiang, que tem participação de 37,1%, Guangdong, com 27,9%, Fujian, com 15% e Sichuan com 10%. Na província de Zhejiang está localizada a cidade de Wenzhou, que possui o título de Capital de Sapatos da China. A cidade de Haining (província de Zhejiang) é a Capital do Couro da China e a cidade de Xinji (província de Hebei) é a Capital do Couro e das Roupas de Couro da China, e as duas são as maiores produtoras de vestuário em couro. Já as bolsas de couro são produzidas principalmente nas províncias de Hebei e Guangdong.

O aumento da demanda nos mercados interno e internacional e as mudanças ocorridas na produção mundial fizeram com que a China se tornasse o maior produtor de artigos de couro e conseqüentemente um grande importador dessa matéria-prima. As importações desse setor concentram-se em peles e couros semi-acabados e acabados, com cerca de 75% do total importado pela China do setor, e apenas 25% são de produtos acabados como calçados e bolsas de couro. Ainda, o couro bovino corresponde a cerca de 80% das importações. Relatórios industriais mostram que 74% do total importado de couro pela China é utilizado na indústria calçadista, e os demais 26% são utilizados na produção dos demais produtos de couro.⁴

A Tabela 13 apresenta 13 produtos, na nomenclatura SH6, que possuem as melhores oportunidades para a expansão das exportações brasileiras. Dentre os produtos selecionados pode-se destacar os SH6 410792, 410411 e 410712, que possuem alto valor importado pela China e também alto valor exportado pelo Brasil. Já o produto 410441 destaca-se por alto valor exportado pelo Brasil, alta participação no mercado chinês, com 28,8%, e por um crescimento das exportações brasileiras (24,6%) muito superior ao alcançado pelos demais concorrentes (4,2%). A maior participação brasileira no mercado ocorre em couros *crust* de outros animais (SH6 410692), em que o Brasil possui participação de 58,9%.

4 Trade Development Authority of Pakistan, 2011: Leather Market in China. Disponível em: http://www.tdap.gov.pk/doc_reports/TDAP%20REPORT%20ON%20LEATHER%20MARKET%20IN%20CHINA.pdf.



Tabela 13

Oportunidades para
Couro na China

Fonte: UN 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
410411	Couros e peles curtidos, de bovinos ou de eqüídeos, depilados, no estado úmido (incluindo wet blue), plena flor, não divididos; divididos, com a flor	788.406.009	256.834.338	-0,05	32,58	USA	27,94	5,43	Expressivo
410419	Outros couros e peles curtidos, de bovinos ou de eqüídeos, depilados, no estado úmido (incluindo wet blue)	285.362.184	63.184.784	0,33	22,14	Itália	17,69	-1,98	Expressivo
410441	Couros e peles curtidos, de bovinos ou de eqüídeos, depilados, no estado seco (crust), plena flor; não divididos; divididos, com a flor	228.943.426	65.842.246	24,65	28,76	Argentina	32,74	4,22	Expressivo
410449	Outros couros e peles curtidos, de bovinos ou de eqüídeos, depilados, no estado seco (crust)	7.810.956	1.768.885	3,13	22,65	Índia	18,45	-13,87	Expressivo
410621	Couros e peles depilados de caprinos, mesmo divididos, no estado úmido (incluindo wet blue)	23.790.878	382.713	-11,59	1,61	Uganda	27,51	18,72	Expressivo
410692	Couros e peles depilados de outros animais, mesmo divididos, curtidos, no estado seco (crust)	3.781.815	2.226.746	-20,66	58,88	Índia	24,04	-16,95	Expressivo
410711	Couros e peles inteiros, de bovinos ou de eqüídeos, preparados após curtimenta ou secagem e couros e peles apergaminhados, depilados, plena flor, não divididos	15.407.407	1.491.185	0,70	9,68	Japão	45,36	-16,28	Expressivo
410712	Couros e peles inteiros, de bovinos ou de eqüídeos, preparados após curtimenta ou secagem e couros e peles apergaminhados, depilados, divididos, com a flor	549.246.263	89.939.078	-4,82	16,38	Itália	34,63	-9,14	Expressivo
410719	Outros couros e peles inteiros, de bovinos ou de eqüídeos, preparados após curtimenta ou secagem e couros e peles apergaminhados, depilados	29.581.079	962.035	-33,46	3,25	Coreia do Sul	39,53	-12,51	Expressivo
410791	Couros e peles, incluídas as ilhargas, de bovinos ou de eqüídeos, preparados após curtimenta ou secagem e couros e peles apergaminhados, depilados, plena flor, não divididos	26.927.381	4.432.750	27,91	16,46	Itália	29,58	-9,29	Expressivo
410792	Couros e peles, incluídas as ilhargas, de bovinos ou de eqüídeos, preparados após curtimenta ou secagem, divididos, com a flor	1.269.210.174	96.982.480	-5,94	7,64	Coreia do Sul	20,55	-1,53	Expressivo
410799	Outros couros e peles, incluídas as ilhargas, de bovinos ou de eqüídeos, preparados após curtimenta ou secagem	230.697.879	3.270.460	-17,62	1,42	Índia	22,63	-0,15	Expressivo
411420	Couros e peles envernizados ou revestidos; couros e peles metalizados	129.877.390	1.994.096	-22,30	1,54	Itália	35,23	5,65	Expressivo



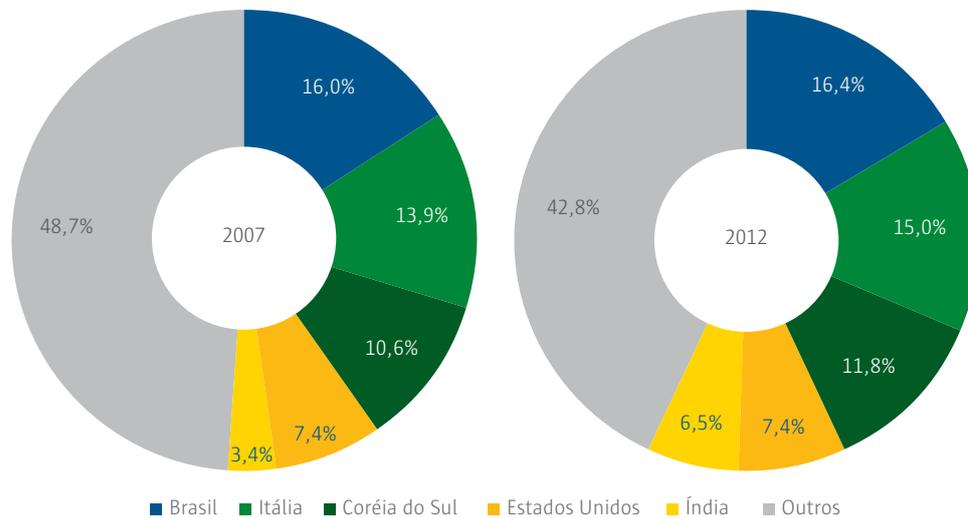
O Brasil é o principal fornecedor dos produtos de couro selecionados para a China, tendo aumentado levemente sua participação entre 2007 e 2012, chegando a 16,4% no último ano. Em seguida, tem-se Itália e Coreia do Sul, com participações de 15% e 11,8%, respectivamente, em 2012, como pode ser observado no Gráfico 18 a seguir.

Gráfico 18

Principais Fornecedores de Couro* para a China

*Dos SH6 selecionados

Fonte: UN Comtrade





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

