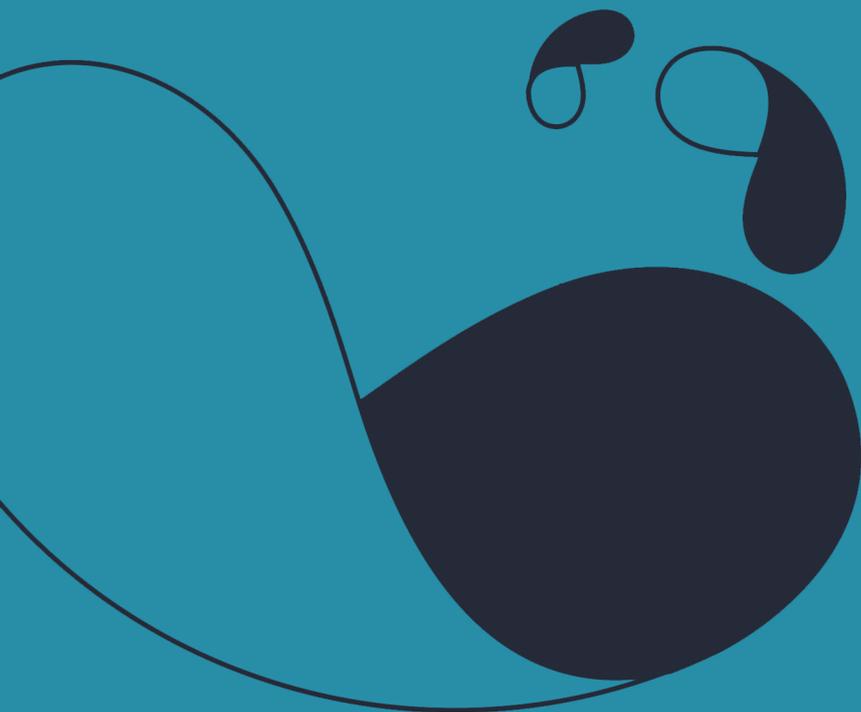


CHINA

**OPORTUNIDADES
PARA A INDÚSTRIA
DE CARNES 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
CARNES	6
CARNE BOVINA	7
CARNE DE FRANGO	10
CARNE SUÍNA	15



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

CARNES

A urbanização, o aumento da renda da população e a modificação da dieta do consumidor chinês com a adoção de hábitos ocidentais ocasionou um aumento no consumo de proteína animal. Esse crescimento estimulou não somente as importações de carnes como também as de grãos como soja e milho para a produção de rações animais.

Para suprir a demanda de carnes, a China importa principalmente carne bovina, suína e de frango. Em termos de valor, a carne bovina é a mais importada, já que a produção doméstica é a mais ineficiente entre todas as proteínas animais. Com a abertura do mercado chinês de carne bovina, a expectativa é que a China se torne o principal destino das exportações brasileiras. Atualmente, o Brasil também é o maior fornecedor de carne de frango para o país.

Além disso, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) vem negociando com o governo chinês uma mudança no modo de habilitação de estabelecimentos exportadores de carnes. Pelo novo método, o Brasil teria a prerrogativa de habilitar os estabelecimentos produtores de carne de aves, suínos e bovinos que pretendem exportar à China conhecido como pre-listing ou listas pré-autorizadas. O Brasil pretende também negociar protocolos para exportação de produtos cárneos processados.



CARNE BOVINA

A carne bovina não faz parte do dia a dia da alimentação dos chineses, representando apenas cerca de 8% do consumo de carnes. O consumo per capita do país ainda é baixo – 5,4 kg em 2015. No entanto, o nível atual de consumo é alto para os padrões históricos chineses – em 2001, o consumo per capita de carne bovina era de apenas 4 kg/ano¹⁸, o que representou um crescimento de 35% de 2001 a 2015. No Brasil, o consumo per capita de carne bovina varia entre 35 e 40 quilos. Com uma população de 1,3 bilhão de pessoas, a China representa um grande mercado para as exportações de carne brasileira.

Entre os principais setores de produção de carnes da China, o de carne bovina é o mais ineficiente. Os lucros são baixos em comparação com outras atividades agropecuárias e diminuíram mais em anos recentes com o aumento dos custos, especialmente custos de ração animal. Ademais, a consolidação do setor de pequenas propriedades para fazendas comerciais ocorre mais lentamente que a criação de porcos ou de frangos. Em termos de padrões de produção, qualidade da carne, sistemas de classificação, testes e sistemas de monitoramento, o país está significativamente atrasado em relação a outros mercados mundiais. Com dificuldades estruturais, a demanda superou a produção a partir de 2013, como pode-se observar no Gráfico 8.

¹⁸ Business Monitor International

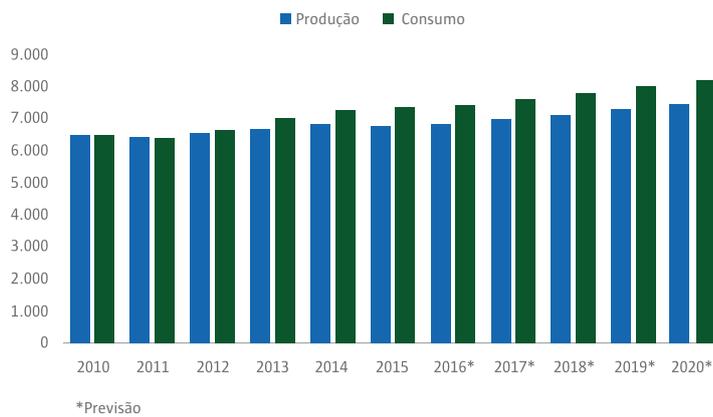


Gráfico 8

Produção e consumo de carne bovina na China – mil toneladas (2010-2020)

Fonte: Business Monitor International

Para os próximos quatro anos, a previsão é de aumento moderado tanto da produção quanto do consumo de carne bovina, mas o consumo continuará a superar significativamente a quantidade produzida, como pode ser visto no Gráfico 8. A produção continuará a ser estimulada pela crescente demanda e também pelo suporte do governo chinês para melhoramento genético e expansão de fazendas comerciais.

A modificação da dieta do consumidor chinês, a urbanização e o aumento da renda da população são fatores importantes para estimular o aumento da demanda por carne bovina. Por outro lado, episódios de segurança alimentar associados à carne de frango e à carne bovina contribuíram para decréscimo das vendas de cadeias de fast-food, principalmente KFC e McDonald's devido ao fornecimento de carne com prazo de validade expirado pela Shanghai Husi Food Co Ltd. Apesar dos escândalos, as franquias de restaurantes tipo fast-food crescerão em média 8,2% de 2015 a 2020 segundo dados do Euromonitor.

O gasto do consumidor com carne bovina per capita na China em 2015 foi de US\$ 175,50 dólares e deve chegar a US\$236,90 em 2016, apresentando um crescimento de 6,18%. Em termos totais, o gasto do consumidor deve passar de US\$240 bilhões em 2015 para US\$ 332 bilhões em 2020.

Contudo, a incapacidade da produção doméstica de acompanhar o crescimento da demanda vem estimulando o aumento das importações. Atualmente, a China é o quarto maior importador mundial de carne bovina. Em 2015, as importações de carne bovina somaram US\$ 2,39 bilhões. Em quantidade, a China importou 497 mil toneladas de carne bovina, das quais 473 mil toneladas de carne in natura, e 21 mil toneladas de miudezas, línguas e fígados e 2 mil toneladas de carne de boi industrializada.



Embora a China esteja com crescimento econômico menor, suas compras de carne bovina subiram 119,9% em 2015 em comparação a 2011, graças à ascensão da classe média e novos hábitos de consumo.

Subgrupos	Importações totais em 2015 (US\$)	Crescimento médio das importações 2011-2015 (%)	Exportações brasileiras em 2015 (US\$)	Crescimento médio das exportações brasileiras 2011-2015 (%)	Participação brasileira em 2015 (%)	Oportunidade
Carne de "boi in natura"	2.320.232.497	119,9	286.550.846	144,43	12,35	Consolidação
Carne de boi industrializada	5.837.830	110,2			0,00	
Carnes salgadas bovinas	1.476	67,4			0,00	
Demais carnes bovinas	69.429.114	143,2		-100,00	0,00	
Carnes-Total geral	2.395.500.917	210,5	286.550.846	139,32	11,96	

Tabela 5

Oportunidades para carne bovina na China. Fonte: GTIS

Desde o fim do embargo das exportações brasileiras de carne bovina em 2015, o preço médio das importações subiu para US\$ 5 dólares em comparação a 2011, quando a média de preço era de US\$ 3,83. Em 2015, o Brasil exportou 56 mil toneladas, e a expectativa é que a China se torne um dos maiores destinos de carne bovina brasileira desde a abertura do mercado. O embargo à carne bovina brasileira teve início em dezembro de 2012, após a divulgação do caso atípico de EEB (encefalopatia espongiforme bovina) e foi liberado em maio de 2015.

O Gráfico 9 mostra os principais fornecedores de carne bovina in natura para a China em 2011 e 2015. A Austrália permanece como principal fornecedor, porém sua participação diminuiu de 52,78% para 34,16%. O país possui vantagem, um vez que pode exportar cortes frescos e resfriados, o que ainda representa um dos nichos que mais cresce. A Austrália também assinou um acordo comercial em 2014 que visa reduzir as tarifas de carne e um protocolo em 2015 para exportar gado vivo e carne para a China.

O segundo principal concorrente foi o Uruguai, com 21,11% participação. Outros fornecedores foram Nova Zelândia, Brasil e Argentina. A desconcentração de países mostra que a China está diversificando os fornecedores de carne principalmente para a América Latina. Países como o Uruguai e Brasil conseguem oferecer preços competitivos e irão se beneficiar das importações chinesas. No Brasil existem 16 estabelecimentos de abate habilitados pela China para exportação de carne bovina proveniente da zona livre de febre aftosa.

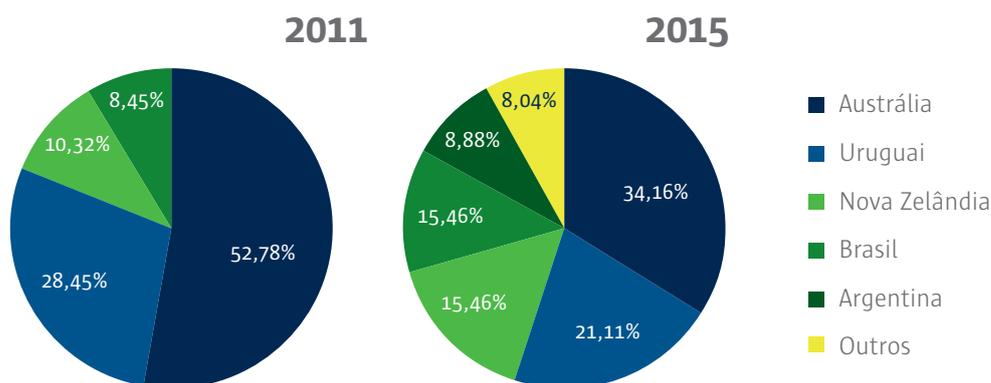


Gráfico 9

Principais fornecedores de carne bovina in natura em 2011 e 2015

Fonte: UN Comtrade.

A expectativa é que as exportações continuem elevadas e que o Brasil supere as 200 mil toneladas de exportações para a China em 2016, tornando-se um dos maiores fornecedores do produto ao mercado chinês. Com isso, as exportações brasileiras de carne bovina para Hong Kong devem diminuir. Em 2015, Hong Kong foi o principal destino das exportações brasileiras de carne bovina in natura, com exportações no valor de US\$657,6 milhões. Porém, a China continuará absorvendo um volume de carne brasileira de Hong Kong, já que o acordo entre Brasil e China não autoriza a exportação de miúdos e carnes com osso.

Os concorrentes do Brasil realizam um forte trabalho de imagem no mercado chinês. Em supermercados de alto padrão, a carne geralmente é vendida com um selo indicando seu país de origem, reforçando que se trata de um produto importado. Isso favorece as vendas, uma vez que o consumidor de carne bovina, em geral, possui renda média-alta. Esses consumidores aceitam pagar mais pela carne importada, que é percebida como de melhor qualidade e, principalmente, mais segura. As carnes australiana, uruguaia e argentina possuem uma imagem forte de alta qualidade.

CARNE DE FRANGO

Carne de aves é a segunda proteína animal mais consumida na China após carne suína, e representa cerca de 21% do consumo total de carnes. O país é o segundo maior produtor mundial após os Estados Unidos e logo à frente do Brasil, e é também o segundo maior consumidor. Observando o Gráfico 10, nota-se que produção e consumo domésticos são equilibrados. O consumo per capita de carne de frango em 2015 foi de 9,4 quilos e a previsão é chegar a 10,9 em 2020.¹⁹

¹⁹ Business Monitor International

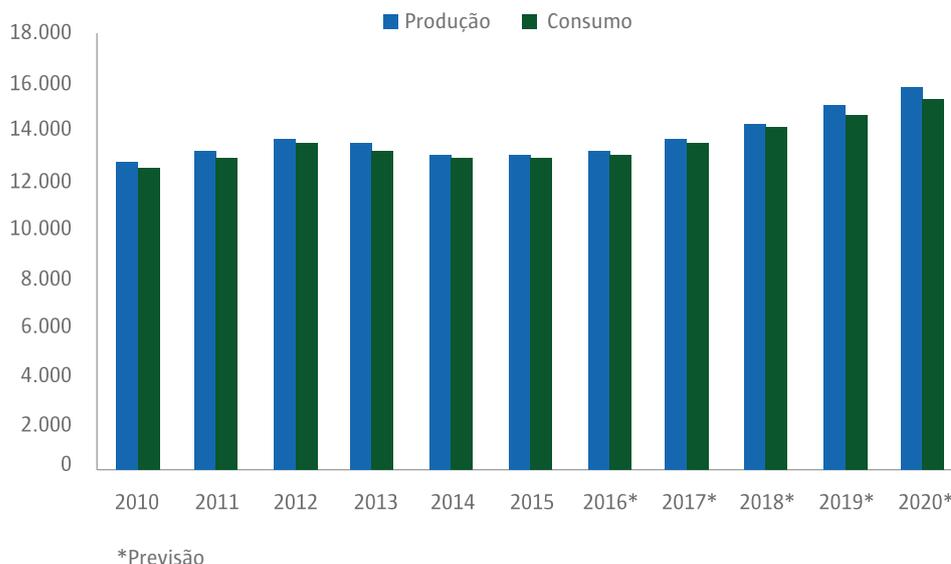


Gráfico 10

Produção e consumo de carne de aves na China – mil toneladas (2010-2020)

Fonte: Business Monitor International.

Entre 2010 e 2015, a produção de frango cresceu 48,1%, contra 31,9% de crescimento da produção de carne suína. A produção doméstica de carne de aves cresceu mais rapidamente principalmente em razão da consolidação do setor e da evolução da industrialização da produção. O modelo de integração vertical no qual uma grande empresa controla as diversas etapas de produção, inclusive a criação de aves, vem ganhando espaço. No entanto, ainda é mais comum a criação de aves por pequenos e médios produtores, e não se vislumbra que a produção verticalmente integrada se torne o modelo dominante no setor num futuro próximo. As principais empresas com produção integrada na China são as chinesas Fujian Sunner e Shandong Nine-Alliance, e a tailandesa CP.

Em 2015, o Business Monitor estima que a produção alcançou 13 mil toneladas contra 12,8 mil toneladas de consumo. Prevê-se que a produção cresça 22,5% entre 2015 e 2020, enquanto o consumo deve crescer mais rapidamente, 25,9%. O consumo per capita de carne de aves era de aproximadamente 9,4 kg em 2015, e prevê-se que alcance 10,9 kg até 2020.

A demanda por carne de aves é bastante sensível a preços. Ademais, a carne de aves é normalmente vista como uma substituta à carne suína, que é a preferida do consumidor chinês, e por isso seu preço é fortemente correlacionado ao preço da carne suína. Assim, o aumento do preço da carne suína tende a elevar o consumo de carnes de aves. Por outro lado, se os preços de carne suína caem isso impacta negativamente o consumo de aves. Já a crescente preocupação dos chineses com hábitos alimentares saudáveis favorece a demanda por carne de frango, considerada mais saudável que carne suína e bovina.



A carne de frango é distribuída para quatro canais principais: varejo, foodservice, compradores institucionais e companhias de processamento. No foodservice, o principal vetor da demanda são os restaurantes fast-food. A rede americana KFC, cujo principal produto é o frango frito, é a maior rede de fast-food da China, com cerca de quatro mil estabelecimentos em 2011 e dominando 39% desse mercado no país.²⁰ Redes de fast-food locais também cresceram rapidamente, e muitas destacam refeições com carne de frango em seus cardápios. Porém, estima-se que o crescimento das redes de fast-food na China já tenha atingido um pico, e com isso esse segmento deixará de ser a maior fonte de crescimento da demanda por carne de frango.

Por outro lado, o avanço da urbanização, o aumento da renda e a adoção cada vez maior de padrões de consumo ocidentalizados devem elevar o consumo de carnes processadas, o que eleva a importância dos processadores na demanda por carne de frango *in natura*. Alguns processadores possuem sua própria cota de importação, mas a maioria compra carne de frango de grandes importadores devido a restrições orçamentárias. Empresas chinesas dominam o mercado de produtos processados de frango, como Da Yong, Xi Wang Liu He, Yong Da, e Hua Du.

A venda de frango congelado no varejo ainda é pouco desenvolvida e pode liderar o crescimento do consumo de frango nos próximos anos. As vendas de frango congelado ainda são pequenas, principalmente devido a limitações de infraestrutura dos varejistas chineses, mas também pela resistência dos consumidores,²¹ que tendem a preferir alimentos frescos em relação a resfriados ou congelados. Em supermercados, vende-se principalmente partes de carne de aves resfriadas, sem embalagem ou marca específica, e em geral são produtos locais²². Porém, as pessoas tendem a fazer compras com menos frequência por falta de tempo, e com isso devem gradualmente consumir mais carnes congeladas. O frango congelado normalmente é vendido ao consumidor em pacotes pequenos, de meio quilo.

Apesar de a produção manter-se ainda ligeiramente superior ao consumo, a China é o segundo maior importador de carne de frango. Ao todo, o país importou 468,8 mil toneladas de carne de aves em 2014, das quais 440,2 mil toneladas são carne de frango *in natura*.

As oportunidades para as exportações brasileiras concentram-se no código SH6 0207.14, “pedaços e miudezas comestíveis de galos e galinhas de espécie doméstica, congelados”, o que representa 99,98% das importações de carne de ave *in natura*. A Tabela 6 mostra os dados de importações chinesas e exportações brasileiras referentes a esse produto.

²⁰ Euromonitor International

²¹ Frozen Processed Food in China (2014). Euromonitor International

²² Chilled Processed Food in China (2014). Euromonitor 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 (%)
Carne de frango <i>in natura</i>	818.386.605	0,59	547.472.354	-2,74	66,90
Carne de frango industrializada	147.074	-34,22	0	0	0
Carne Frango - Total	818.533.679	0,58	547.472.354	-2,74	66,90

Tabela 6

Oportunidades para carne de frango na China em 2014. Fonte: UN Comtrade

De 2011 a 2014, as importações chinesas se mantiveram alcançando uma taxa com aumento de 0,59%. As exportações brasileiras de carne de frango *in natura* sofreram queda de 2,74%. A explicação para esse movimento está relacionada com a disputa comercial entre China e Estados Unidos, o principal concorrente do Brasil naquele mercado.

Como se observa no Gráfico 11, o Brasil é o maior fornecedor de carne de frango *in natura* e o principal fornecedor de carne de frango desde 2010. Os Estados Unidos eram o maior fornecedor até 2009, com grande vantagem sobre o Brasil. No entanto, em 2010 os Estados Unidos suspenderam as importações de carne de frango processada da China e os chineses contra-atacaram com tarifas antidumping sobre as importações de partes de carne de frango *in natura* americana, alegando que o país concedia subsídios ilegais a seus produtores. Claramente, essa disputa favoreceu o Brasil, mesmo considerando que em 2013 os Estados Unidos obtiveram decisão favorável sobre a questão junto à OMC, e a China acatou sem recorrer. O Gráfico 11 mostra que os Estados Unidos se recuperaram, uma vez que houve aumento de 7,18% de participação em 2011 para 20,37% de participação em 2014.

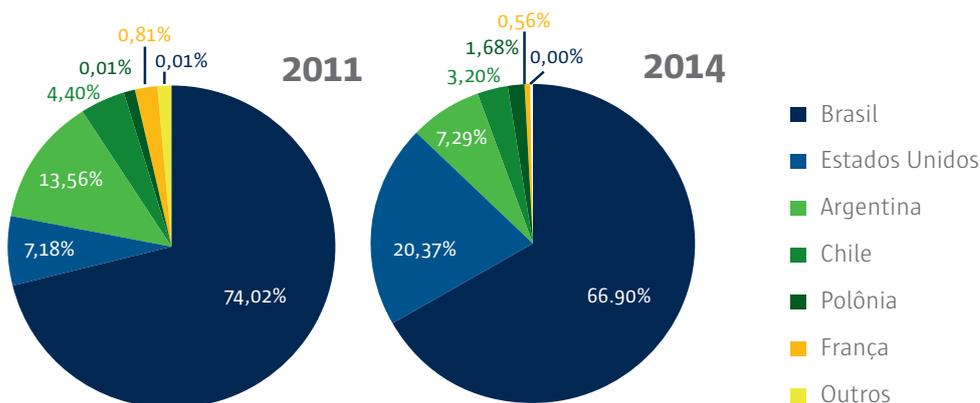


Gráfico 11

Principais fornecedores de frango in natura em 2011 e 2014

Fonte: UN Comtrade

Um dos elementos que estimula as importações é a demanda por carnes de maior qualidade. A carne de frango produzida domesticamente foi objeto de alguns dos principais episódios de problemas de segurança alimentar que a China enfrentou na última década. Os maiores problemas são os surtos de gripe aviária e também preocupações com o uso de antibióticos e aditivos para crescimento.

Para os exportadores, o mercado chinês é complementar em relação ao resto do mundo, pois tem preferência por cortes pouco consumidos em outros mercados, especialmente asas e pés. O Brasil é o maior fornecedor de asas da China, com 83% de participação nas importações desse produto em 2012. Já as exportações brasileiras de pés de galinha declinaram a partir de abril de 2011, sendo suplantadas pelos Estados Unidos.

As importações chinesas de carne de frango processada são muito pequenas. A produção local é competitiva, tanto que a China exporta grandes volumes desse produto. Ademais, a China impõe uma tarifa de importação de 15%, o que dificulta ainda mais a competição com os preços dos produtos locais. Por essa razão, muitas companhias estrangeiras optaram por estabelecer plantas de processamento no país, como a americana Tyson e a tailandesa CPF. A brasileira Marfrig já possui plantas em território chinês. A BRF estabeleceu uma joint venture com a companhia chinesa Dah Hong Chong para atuar no mercado chinês, e também pretende investir em produção local.

A carne de frango importada também entra ilegalmente no território chinês via Hong Kong. As importações de carne de Hong Kong somaram US\$ 1,5 bilhão e o país possui uma população bem menor que a China. O Brasil exportou US\$548 milhões, participação de 35,62% no mercado. As importações de frango in natura em Hong Kong caíram 6,03% e as exportações brasileiras tiveram queda de -4,34%. Atualmente há 39 plantas de carne de frango habilitada e a expectativa é que seis outras sejam habilitadas em breve.



CARNE SUÍNA

A carne suína é a preferida dos chineses, respondendo por 65% do consumo total de carnes. O país é o maior produtor de carne suína e responsável por 50% da produção mundial. De acordo com dados do Business Monitor, a produção em 2015 foi de 52,3 milhões de toneladas. A previsão é que produção e consumo aumentem gradativamente nos próximos anos, como mostra o Gráfico 12.

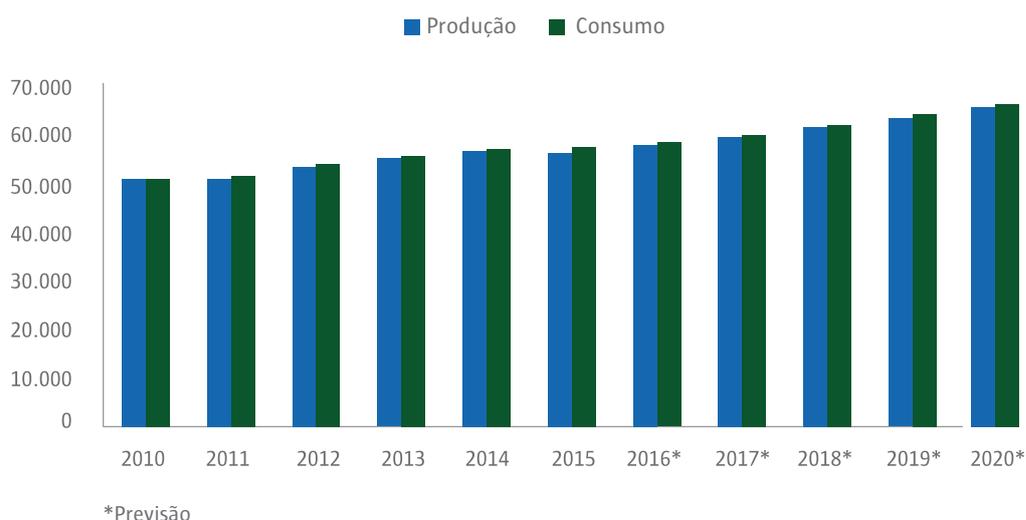


Gráfico 12

Produção e consumo de carne suína na China – mil toneladas (2010-2020)

Fonte: Business Monitor International

Entre 2010 e 2015, a produção de carne suína cresceu 11,2%. A criação de porcos e a indústria de abate passam por reestruturação, com investimentos em industrialização e padronização. O Business Monitor estimou que, em 2015, a produção alcançaria 56,4 milhões de toneladas contra 57,5 milhões de toneladas de consumo. Assim, apesar do aumento, a produção não será suficiente para atender o consumo, como mostra o Gráfico 12.

A carne suína é considerada alimento de primeira necessidade e, por isso, o governo controla o preço para conter a inflação. Segundo dados do Euromonitor, as metas de produção de carne para 2015 do 12º plano quinquenal do governo (2010-2015) foram alcançadas em 2014. Investimentos foram feitos em melhoramento genético, processo de mecanização e modernização da cadeia refrigerada. Devido a otimização capacidade de abate e alcance precoce das metas, houve excesso de produção, o que resultou na queda de preço da carne suína em 2015.



Mesmo assim, a expectativa é que as importações cresçam moderadamente, já que a produção não acompanhará a crescente demanda. Consoante dados do Business Monitor, os chineses consumiram, em 2015, 41,8 quilos de carne suína por pessoa. A previsão é que o consumo aumente 13,16 % até 2020, chegando a 47,3 quilos.

A principal oportunidade para o exportador brasileiro de carne suína no mercado chinês foi o subgrupo “carne suína in natura”, que somou US\$ 847 milhões em 2014 e cresceu 7,38% entre 2011 e 2014. As exportações brasileiras foram de US\$2,07 milhões em 2014, porém houve um decréscimo de -48,38% no período de 2011-2014. A participação brasileira ainda é pequena, em torno de 0,20%.

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
Carne de suíno “in natura”	847.677.030	7,38	2.071.373	-48,38	0,20	
Carnes salgadas suínas	981.326	59,96	-	0	0	
Demais carnes suínas	1.266.691.840	3,56	-	0	0	
Carne Suína - Total	2.115.350.196	5,17	2.071.373	0	0,00	

Tabela 7

Oportunidades para carne suína na China. Elaboração UICC, a partir de dados do UN Comtrade

Para os chineses, a carne importada é de melhor qualidade que a carne nacional e oferece segurança alimentar com procedência segura, oriunda de processos que respeitem normas sanitárias. Apesar dos esforços do governo para controlar doenças, como o uso de vacinas, a produção ainda sofre com moléstias. Em março de 2013, cerca de 16.000 porcos apareceram boiando no rio Huangpu, que passa por Xangai, o que contribuiu para deflagrar mais um escândalo de segurança alimentar no país.

Como se observa no Gráfico 13, houve diversificação dos principais fornecedores de carne suína in natura para a China. Os Estados Unidos vêm perdendo mercado, com redução de 51,13% para 22,42% em 2014, o que abriu espaço para Alemanha, Espanha e Dinamarca aumentarem sua participação de mercado.

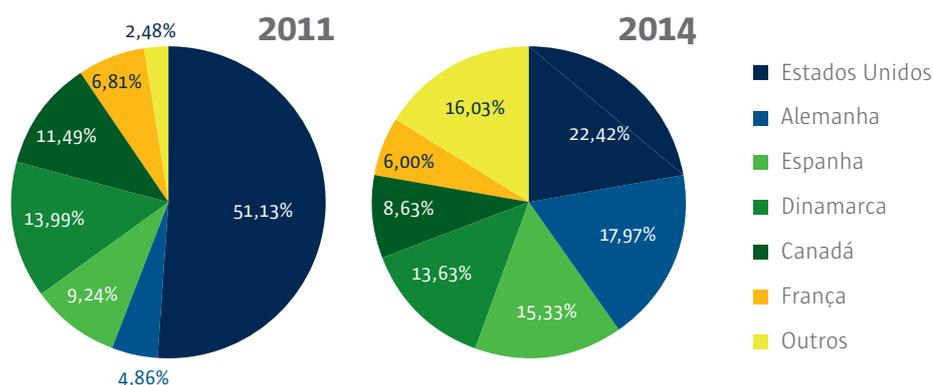


Gráfico 13

Principais fornecedores de carne suína in natura para a China em 2011 e 2014

Fonte: UN Comtrade

O Brasil começou a exportar carne suína para a China apenas em 2012, após a abertura do mercado em 2011. Ao todo, o Brasil foi o 14º fornecedor, com exportações de US\$ 2,02 milhões. Em dezembro de 2008 foi assinado protocolo bilateral para exportação de carne suína entre os dois países. Atualmente existem 11 estabelecimentos brasileiros habilitados à exportação para a China, e dois estabelecimentos no Rio Grande do Sul aguardam autorização para exportar.

Novas habilitações também expandem as oportunidades de comercialização de carne suína pela indústria brasileira, em momento em que o setor sofre com alto custo de produção no mercado interno por causa da alta do milho.

A distribuição de carne suína é realizada por três meios – varejo, restaurantes e órgãos institucionais. Sessenta e três por cento da carne suína é direcionada ao varejo. Já restaurantes e lanchonetes respondem por 25,6% das vendas. Órgãos institucionais incluem hospitais, escolas, cantinas e restaurantes subsidiados pelo governo, os quais representaram parcela menor da distribuição, 7,6%.

O mercado de carne suína é competitivo; as duas principais empresas que atuam no mercado são China Yurun Food Group e Shuanghui Group, proprietária da Smithfield Foods Inc, que se tornou a maior empresa processadora de suínos do mundo em 2013. A estratégia dessas empresas é expandir suas linhas de produção e aumentar a capacidade a fim de controlar toda a cadeia de abastecimento. Outros concorrentes, como Hormel Foods, também pretendem expandir suas operações para aproveitar o aumento do consumo da classe média e da média-alta no mercado.



MINISTÉRIO DAS
RELAÇÕES EXTERIORES

