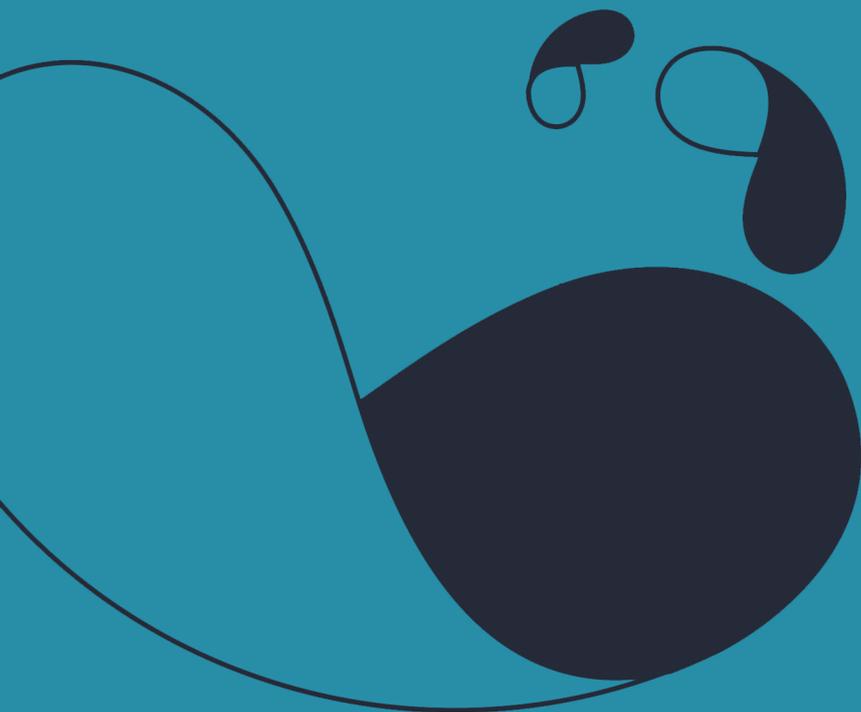


**CHINA**

**OPORTUNIDADES  
PARA A INDÚSTRIA  
DE PESCADOS  
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
PESCADO	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.

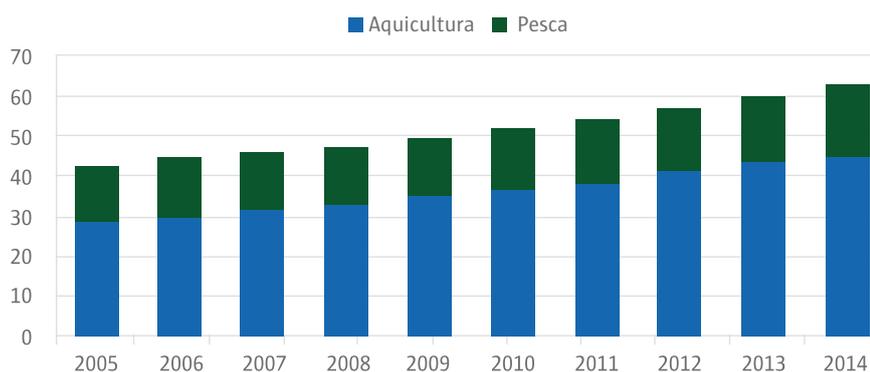
Com uma população de 1,3 bilhão de pessoas, a expectativa é que as exportações aumentem, já que as negociações sanitárias e fitossanitárias entre Brasil e China vêm se intensificando a cada ano.



# OPORTUNIDADES SELECIONADAS DE ALIMENTOS E BEBIDAS PARA A CHINA

## PESCADO

A produção chinesa de peixes, crustáceos e moluscos representou 37% da produção mundial em 2014, com 62,6 milhões de toneladas. Entre 2005 e 2014, a produção aumentou 46,5%, principalmente graças ao desenvolvimento da aquicultura, cuja produção cresceu 61,7%. A aquicultura chinesa somou 45,5 milhões de toneladas, concentrando 60% de toda a aquicultura mundial. Já a pesca chinesa alcançou 17,1 milhões de toneladas, e também é líder mundial, com volume quase três vezes maior que o segundo produtor, a Indonésia.<sup>38</sup> Mas rápida expansão da produção chinesa vem trazendo consequências ambientais relevantes que podem restringir sua expansão futura, especialmente por seu impacto sobre os estoques e a diversidade de peixes não só na costa chinesa, mas em nível global.



**Gráfico 24**

Produção chinesa de peixes, moluscos e crustáceos (milhões de toneladas)

Fonte: FAO Yearbook - Fishery and Aquaculture Statistics.

Em termos de demanda, a China é o maior mercado mundial do setor, com um consumo estimado pelo Euromonitor em 38,5 milhões de toneladas em 2015 – quase 40% do consumo global. O consumo chinês de pescado fresco é alto também em termos per capita, alcançando 28,1 kg em 2015, muito acima da média mundial (13,7 kg/per capita), e também da média asiática (19,1 kg/per capita).<sup>39</sup> Em comparação com outras proteínas animais, o consumo de peixes e frutos do mar só é superado por carne suína. O consumo do setor é também um dos

<sup>38</sup> FAO Yearbook - Fishery and Aquaculture Statistics.

<sup>39</sup> Euromonitor International.



mais dinâmicos em comparação com outras proteínas animais, tendo crescido em média 4% ao ano entre 2010 e 2015. Apenas o consumo de carne bovina cresceu mais, mas sua base de consumo é muito inferior à de pescados frescos.<sup>40</sup>

As variedades mais consumidas na China destacam-se também como algumas de maior produção na aquicultura e são ofertadas a preços acessíveis no mercado chinês. Carpas é a variedade de peixes e frutos do mar mais consumida e de maior produção na aquicultura, a qual destina-se basicamente ao mercado doméstico.<sup>41</sup> Camarões se destacam entre os mais consumidos. Por outro lado, pescados processados vêm ganhando popularidade entre consumidores de grandes cidades por sua maior conveniência, especialmente filés de tilápias, camarões e mariscos. Nos últimos anos cresceu também o consumo de variedades mais caras, consideradas alimentos de alto status, como opção para alimentação fora de casa. Entre estas se destacam crustáceos, como lagosta e caranguejo. Segundo o Euromonitor, o consumo de crustáceos aumentou 27% entre 2010 e 2015, contra 22% de peixes e 19,8% de moluscos. Mas o consumo de variedades mais caras foi impactado pelos cortes do governo chinês em gastos públicos com entretenimento a partir de 2014, o que incluiu cortes em gastos com jantares. Assim, a previsão de crescimento do consumo de crustáceos entre 2015 e 2020 (18,8%) é menor que o para peixes (23,1%) ou moluscos (19,3%).

Atualmente, 28% do pescado é consumido em restaurantes e outros canais de foodservice, e 14% é direcionado a compras institucionais. Os 57% restantes são distribuídos no varejo, com predomínio da distribuição em pequenas bancas especializadas em mercados abertos. Entre outros fatores, esses pequenos varejistas ganham a preferência dos consumidores chineses sobre supermercados e hipermercados por serem mais qualificados no manejo e conservação corretos dos produtos que os funcionários de grandes varejistas, despertando maior confiança dos compradores.

A China é também o maior exportador mundial de peixes, moluscos e crustáceos (congelados, refrigerados ou frescos), com 3 milhões de toneladas em 2014. O volume exportado aumentou 73% entre 2005 e 2014, e 25% apenas entre 2010 e 2014. As importações foram de 2,8 milhões de toneladas em 2014, e não avançaram na mesma rapidez: cresceram 44% entre 2005 e 2014, e 14% no período mais recente. Em valor, as importações de peixes e frutos do mar alcançaram

<sup>40</sup> Euromonitor International.

<sup>41</sup> The role of China in world fisheries (2012), Parlamento Europeu.



US\$ 6,6 bilhões em 2014, aos quais se somam ainda US\$ 243 milhões em importações de preparações de peixes e crustáceos (Tabela 12). Nenhum subgrupo desse setor foi identificado entre as oportunidades segundo a metodologia de análise desenvolvida pela Apex-Brasil.

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
Camarão	551.470.669	37,79	-		0,00	
Demais peçados	2.078.917.776	11,85	331.853	74,55	0,02	
Lagosta	6.787.155	7,91	-	-100,00	0,00	
Peixes congelados, frescos ou refrigerados	3.946.552.526	0,51	1.935.335	9,07	0,05	
Demais preparações de peixes e crustáceos	243.252.861	11,40	-		0,00	
Total - Pescados e preparações	6.826.979.977	5,83	2.267.188	11,40	0,03	

**Tabela 12**

T- Importações chinesas de peixes congelados, refrigerados ou frescos e preparações de peixes e crustáceos. Fonte: UN Comtrade. Elaboração: UICC Apex-Brasil.

Predominam as importações de peixes, moluscos e crustáceos de água salgada, com destaque para importações de várias espécies de alto valor como lagostas, salmão e caranguejo. Os dez produtos listados no Gráfico 25 (listados por código SH6) já representam mais da metade do valor importado pela China de produtos do grupo “peixes congelados, frescos ou refrigerados” (que não inclui “demais preparações de peixes e crustáceos”).



**Gráfico 25**

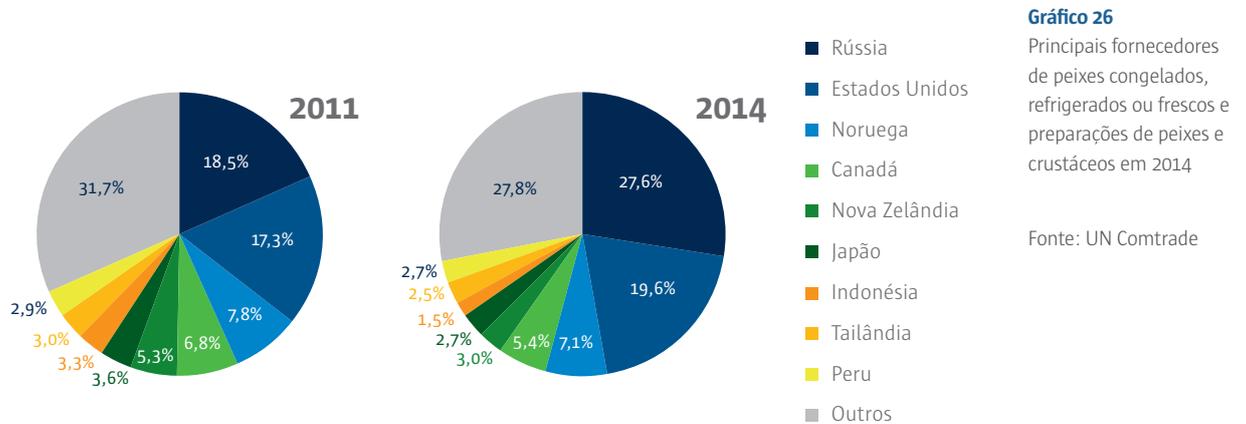
Pescados e preparações mais importados em 2014 (participação em US\$)

Fonte: UN Comtrade

Entre os principais fornecedores da China destacam-se Rússia e Estados Unidos, embora ambos tenham perdido participação entre 2011 e 2014. Coreia do Sul também se destaca nesse sentido. O país figurava como quinto maior fornecedor em 2011, com 4% de participação, mas



com 1,8% de participação em 2014 não figurava nem entre os dez principais. Já Nova Zelândia, Indonésia e Canadá foram os fornecedores que mais ganharam mercado no período. De modo geral, nota-se uma tendência de maior diversificação de fornecedores.



Como se nota pela Tabela 12, o Brasil exporta valores muito pequenos de produtos do setor – apenas US\$ 2,2 milhões em 2014, que estão concentrados no código SH6 0303.89 (outros peixes, exceto fígados, ovas e sêmen). Ao todo, 109 estabelecimentos brasileiros estão habilitados a exportar pelo menos um de 43 produtos relacionados a pescados e preparações. Há algumas dificuldades para as exportações relacionadas a dificuldades na definição de nomes científicos de espécies aceitas pelo governo chinês, uma vez que não há listagem oficial. Também há dificuldades dentro da burocracia brasileira. Fiscais de Santa Catarina exigem que toda matéria-prima de uma planta com exportações destinadas ao mercado chinês seja enviada para análise em um laboratório autônomo, enquanto fiscais no Ceará e Pará não o fazem. Além do custo da análise, é necessário aguardar que os resultados sejam protocolados no MAPA para prosseguir com a exportação.



MINISTÉRIO DAS  
RELAÇÕES EXTERIORES

