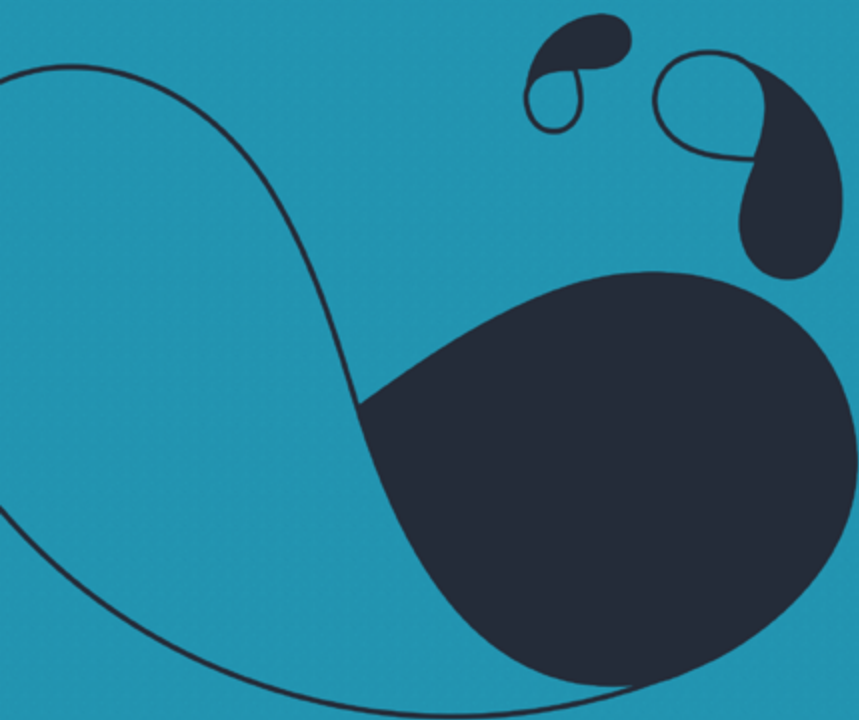


CHINA

OPORTUNIDADES PARA A INDÚSTRIA BRASILEIRA DE CARNE DE FRANGO 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
CARNE DE FRANGO	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.



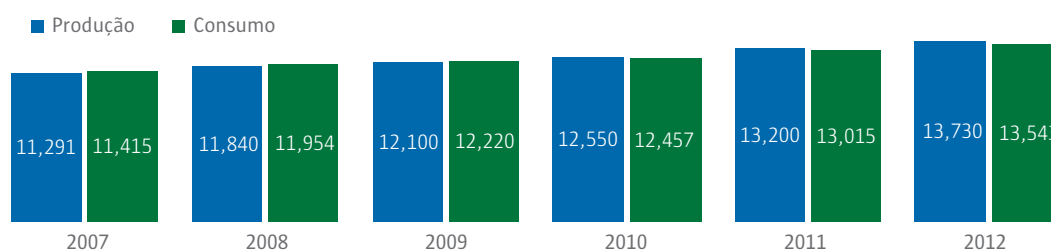
CARNE DE FRANGO

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 EUA e logo à frente do Brasil, e é também o segundo maior consumidor. Observando o , nota-se que a produção e o consumo domésticos são equilibrados.

Gráfico 23

Produção e Consumo de Carne de Aves na China de 2007 a 2012 - mil toneladas

Fonte: Business Monitor International



Entre 2000 e 2012, a produção 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 em que uma grande empresa controla as diversas etapas de produção, inclusive a criação das aves, vêm 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 2013, o Business Monitor estima que a produção alcançou 14 milhões de toneladas, contra 13,9 milhões de toneladas de consumo. Cerca de 70% da produção de aves é carne de frango, e pato é a segunda carne de ave mais comum no país. Prevê-se que a produção cresça 22,5% entre de 2013 até 2018, enquanto o consumo deve crescer mais rapidamente, em 25,9%. Com isso, estima-se que por volta de 2016 a quantidade de carne de aves consumida na China supere a quantidade produzida, como pode ser observado no Gráfico 24. O consumo *per capita* de carne de aves era de aproximadamente 10 kg em 2013, e prevê-se que alcance 12,3 kg até 2018.

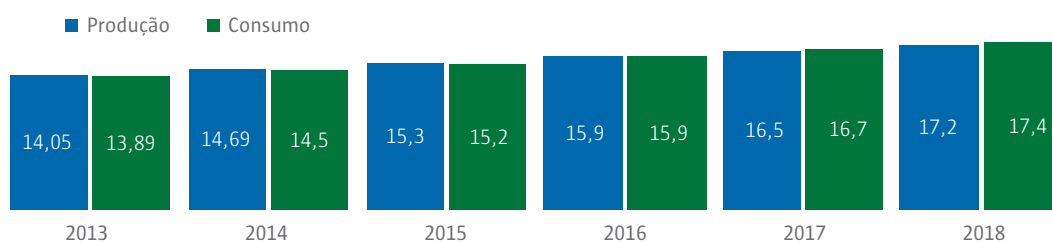


Gráfico 24
Previsão de Produção e Consumo de Carne de Aves na China de 2013 a 2018 - mil toneladas
Fonte: Business Monitor International

A demanda por carne de aves é bastante sensível a preços. A elasticidade-preço da demanda é a maior dentre as principais proteínas animais – 0,45, contra 0,4 da carne suína e 0,15 da carne bovina. 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 no consumo de aves. Já a crescente preocupação dos chineses com hábitos alimentares saudáveis favorece a demanda por carne de frango, considerada mais saudável que a carne suína e que a carne 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 país¹. 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.

1 Euromonitor International



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 consumidores², 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 locais³. 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.

Figura 11

Venda de frango resfriado da marca Tyson (à esquerda) e sem marca (à direita)



As vendas de frango processado congelado no varejo são estimadas 460,3 milhões de toneladas em 2013, e RMB 11,2 milhões, segundo o Euromonitor International. Até 2018, o volume vendido deve aumentar 20%, e alcançar 552 milhões de toneladas. O produto congelado de frango mais vendido são asas temperadas, que representaram 32% do valor da categoria em 2013. *Nuggets* de frango concentraram 22% das vendas no mesmo ano, e coxinhas da asa apimentadas representaram 16,5% do valor total. Hambúrgueres de frango e peito de frango temperado representaram, cada um, cerca de 13% das vendas de produtos congelados de frango. O volume de produtos de frango congelados vendidos ao *foodservice* também é significativo, com 372 milhões de toneladas em 2013. Até 2018, as vendas desses produtos para esse canal devem aumentar 47,1%, e atingir 547 milhões de toneladas.

Apesar de a produção manter-se ainda ligeiramente superior ao consumo, a China é um importador líquido de carne de aves desde 2002. Ao todo, o país importou 522 mil toneladas de carne de aves em 2012, das quais 473 mil toneladas são carne de frango in natura. Já as exportações chinesas de carne de aves alcançaram de 481 mil toneladas, com destaque para as exportações de carne de frango industrializada, com 264 mil toneladas.

- 2 Frozen Processed Food in China (2014). Euromonitor International
- 3 Chilled Processed Food in China (2014). Euromonitor International



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”. A Tabela 16 mostra os dados de importações chinesas e exportações brasileiras referentes a esse produto.

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
020714	Pedaços e miudezas comestíveis de galos e galinhas da espécie doméstica, congelados	869.748.819	548.568.958	23,03	63,07	USA	21,97	-14,95	Expressivo

Tabela 16
Oportunidades para
Carne de Frango
na China

Fonte: UN Comtrade

A queda das importações chinesas de concorrentes entre 2007 e 2012 foi significativa, alcançando uma taxa de quase 15% ao ano. Simultaneamente, as exportações brasileiras cresceram em ritmo acelerado no período, a 23% ao ano. A explicação para esses movimentos opostos está em uma disputa comercial que se desenrolou no período entre China e Estados Unidos, o principal concorrente do Brasil naquele mercado.

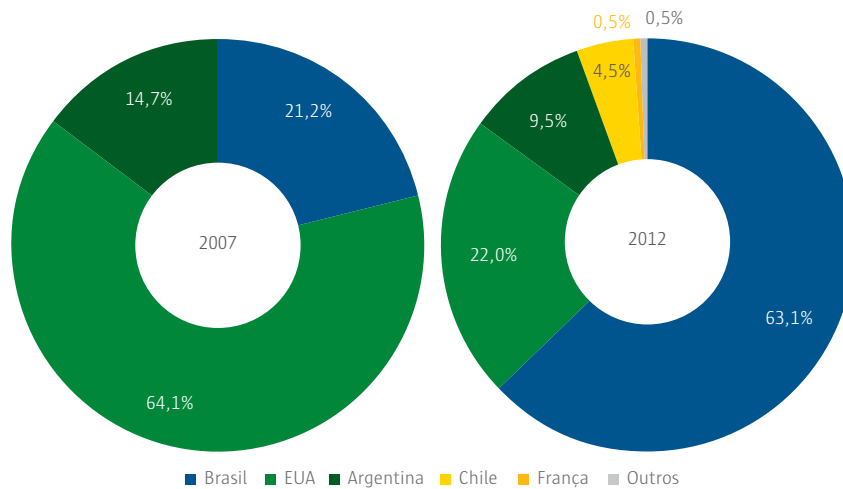
Como se observa no Gráfico 25, os Estados Unidos eram o maior fornecedor no início do período, com grande vantagem sobre o Brasil. No entanto, em 2010 os Estados Unidos suspenderam as importações de carne de frango processada da China. O país contra-atacou e impôs tarifas *anti-dumping* sobre as importações de partes de carne de frango in natura dos Estados Unidos, alegando que o país concedia subsídios ilegais a seus produtores. Claramente, essa disputa favoreceu o Brasil, que já 2010 passou a ser o maior fornecedor da China do produto 0207.14. Mas no segundo semestre de 2013 os Estados Unidos obtiveram decisão favorável sobre a questão junto à OMC, e a China acatou sem recorrer. Isso pode representar uma ameaça ao atual posicionamento brasileiro no mercado chinês.



Gráfico 25

Principais fornecedores de “Pedacos e miudezas comestíveis de galos e galinhas da espécie doméstica, congelados” em 2007 e 2012

Fonte: UN Comtrade



Atualmente, as importações são motivadas principalmente pela diferença de preços entre a carne de frango importada, mais barata, e a produzida domesticamente. Outro elemento 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.

O último surto de gripe aviária ocorreu em março de 2013, afetando principalmente províncias do sudeste chinês, e causou 45 mortes até o fim do ano. Com esse episódio, as cidades de Xangai, Nanjing e Hangzhou ordenaram o fechamento de mercados de aves vivas. Embora a princípio estimule as importações, um surto mais sério de gripe aviária pode reduzir as previsões de consumo de carnes de frango de modo geral, e impactar negativamente até nas importações, já que nem sempre o consumidor tem certeza da origem informada do produto.

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 da China de asas, com 83% de participação nas importações desse produto em 2012. Já as exportações brasileiras de pés de galinha declinaram desde abril de 2011, e foram 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 desses produtos. Ademais, a China impõe uma tarifa de importação de 15%, que dificulta ainda mais a competir 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.

Segundo informações de fontes do mercado, a carne de frango importada também entra ilegalmente no território chinês via Hong Kong. Como se nota na Tabela 17, suas importações do SH6 020714 são 35% maiores que as da China, apesar de sua população ser muito inferior.

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
020714	Pedaços e miudezas comestíveis de galos e galinhas da espécie doméstica, congelados	1.176.791.017	496.143.013	1,0	42,16	EUA	32,50	23,60	Expressivo

Tabela 17
Importações de Carnes de Frango em Hong Kong

Fonte: UN Comtrade

A partir de Gráfico 26, de principais fornecedores, nota-se que, mesmo sem haver restrições a países fornecedores como no caso de China, Brasil e Estados Unidos também são os maiores fornecedores em Hong Kong. O fato de o Brasil ser o maior fornecedor também em Hong Kong sinaliza que, mesmo somando o contrabando de carne de frango, o produto brasileiro possui uma posição dominante no mercado chinês do produto.

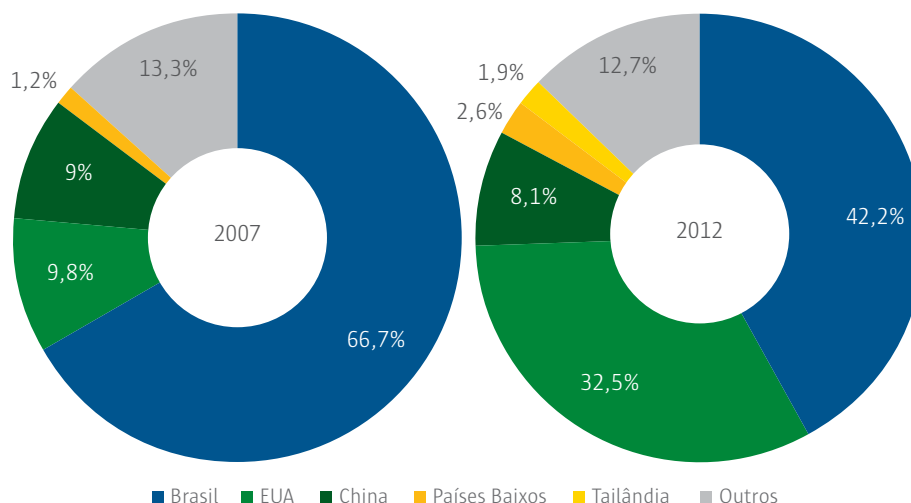


Gráfico 26
Principais fornecedores de Hong Kong de "Pedaços e miudezas comestíveis de galos e galinhas da espécie doméstica, congelados" em 2007 e 2012

Fonte: UN Comtrade

É interessante observar que o Brasil manteve-se como maior fornecedor de Hong Kong mesmo



após a suspensão da China de importações de partes de frango dos Estados Unidos. Era de se esperar que a carne de frango americana fosse redirecionada para Hong Kong, o que de fato parece ter ocorrido. A participação dos Estados Unidos cresceu consideravelmente entre 2007 e 2012, e houve queda de participação brasileira. Mas isso ocorreu em magnitude muito inferior ao aumento da participação brasileira na China. Se somadas as importações de China e Hong Kong, o Brasil já seria o maior fornecedor do mercado chinês em 2007, com 41,1% de participação, mas com margem muito pequena em relação aos Estados Unidos, que teriam 40,4% do mercado. Em 2012, o Brasil teria ampliado a vantagem para mais de vinte pontos percentuais, já que teria participação de 51%, contra 28,1% de participação americana.



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

