

Oportunidades no Sudeste Asiático

Tailândia, Indonésia e Singapura

Dando continuidade ao Informe de Mercado Internacional nº. 11, que destacou oportunidades de mercado para as cooperativas, neste mês exploraremos o Sudeste Asiático. Composta por 11 países, é conhecida por ser altamente populosa e possuir diversas belezas naturais. A região apresenta um expressivo crescimento econômico, refletindo no crescimento da classe média e em novas oportunidades de mercado.

O informe de Mercado Internacional deste mês pretende explorar três países: **Tailândia, Indonésia e Singapura.**

Dados gerais da região:

	Crescimento do PIB (%)			PIB em USD - Bilhões (2021)	População (2021)
	2021	2022	2023		
Brunei	-1,6	1,2	3,3	14,01	441.532
Camboja	3	5,1	6,2	26,96	16.946.446
Filipinas	5,7	6,5	5	394,09	111.046.910
Indonésia	3,7	5,3	5	1.190,00	276.361.788
Laos	2,1	2,2	3,1	18,83	7.379.358
Malásia	3,1	5,4	4,4	372,70	32.776.195
Miamar	-17,9	2	3,3	65,07	54.806.014
Singapura	7,6	3	2,3	396,99	5.453.566
Tailândia	1,5	2,8	3,7	505,98	69.650.844
Timor Leste	1,5	2,3	3	1,96	1.343.875
Vietnã	2,6	7	6,2	362,64	98.168.829
Total				3.349,23	674.375.357

Fontes: IMF, Asian Development Bank, World Bank. Elaboração: GETEC



ASEAN

O principal Bloco Econômico da região é o ASEAN (*Association of Southeast Asian Nations*), composto por 10 países. Foi criado em 8 de agosto de 1967 em Bangkok, Tailândia, com a assinatura da

Declaração da ASEAN pela Indonésia, Malásia, Filipinas, Singapura e Tailândia. Os outros Estados aderiram posteriormente: Brunei em 1984, Vietnã em 1995, Laos e Mianmar em 1997 e Camboja em 1999. A entrada do Timor-Leste no bloco está prevista para 2023, atualmente possui status de observador.

Religião

A maioria da população da região se identifica como islâmica (aproximadamente 40%). De forma prática, há um grande mercado para produtos certificados *halal*. Devido a influência religiosa na região, os consumidores não islâmicos reconhecem a certificação como um diferencial de mercado vinculado a qualidade no processo produtivo e industrial.

Economia

Desde a década de 1950, as estratégias de desenvolvimento econômico de praticamente todos os países da região enfatizaram a industrialização. Entretanto, o sucesso não foi ocorrido da mesma forma em todas as nações. A economia da região, em geral, continuou a ser voltada para produção e exportação de matérias-primas e importação de bens manufaturados. Como exceção, destaca-se a alta industrialização de Singapura.

A agricultura é a principal fonte de subsistência dos outros países da região. Os produtos principais são: arroz, milho, mandioca e leguminosas. Coco e açúcar são culturas importantes nas Filipinas. Outras grandes culturas voltadas para a exportação são cacau, café e especiarias.

A produção de borracha e óleo de palma existe em resposta a uma demanda mundial por essas *commodities*, e suas produções ficam concentrados na Malásia, Indonésia e no sul da Tailândia.

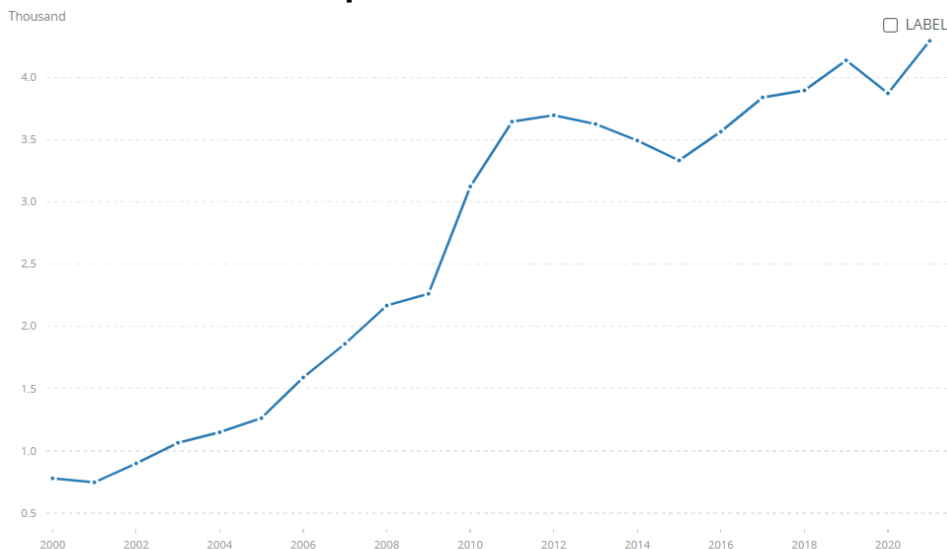


Indonésia

IDH: 0,705 - 114º no ranking (2021)

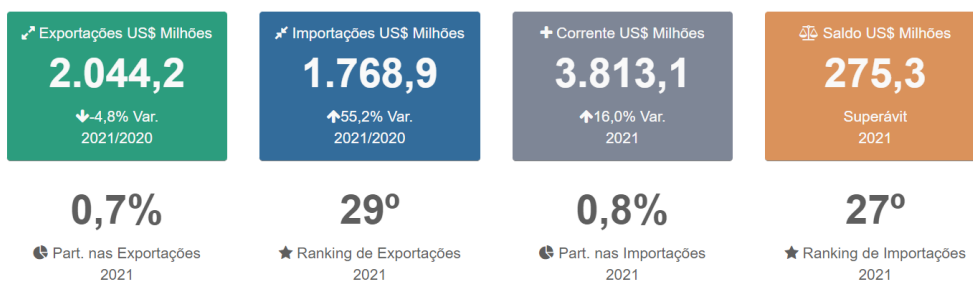
Renda per capita: USD 4,291.8 (2021)

Crescimento da Renda Per Capta (2000 - 2021)



Fonte: World Bank

Balança Comercial – Brasil x Indonésia (2021)



Exportações – Brasil x Indonésia (2021)



Importações – Brasil x Indonésia (2021)

Total: US\$ 1,77 Bilhão

<p>Gorduras e óleos vegetais, em bruto, refinados ou fracionados (excluídos "soft")</p> <p>29%</p> <p>Equipamentos de telecomunicações, incluindo peças e acessórios</p> <p>11%</p>	<p>Fios...</p> <p>6,8%</p>	<p>Produtos laminados planos, de ligas de aço</p> <p>2,8%</p>	<p>Calçados</p> <p>2,7%</p>	<p>Alcoois, fenóis, ésteres-alcoois, e seus derivados: halogenados, sulfonados, nitrados ou nitrosados</p> <p>2,6%</p>	<p>Compostos orgânicos inorgânicos, compostos heterocíclicos, ácidos nucleicos e seus sais e sulfonamidas</p> <p>1,9%</p>	<p>Látex, borracha natural, balata, guta-percha, guaiúle, chiclé e gomas naturais</p> <p>7,2%</p>	
	<p>Partes e acessórios dos veículos automotivos</p> <p>4,6%</p>	<p>Primas de borracha, bandas de rodagem intercambiáveis, fape e...</p> <p>1,5%</p>	<p>Produtos semiacabados, ligados e outras formas primárias de ferro ou aço</p> <p>1,3%</p>	<p>Fibras artificiais adequadas para fição</p> <p>1,2%</p>	<p>Cacau em pó, manteiga ou pasta de cacau</p> <p>1,0%</p>		<p>Motores de pistão, e suas partes</p> <p>0,94%</p>
	<p>Demais produtos - Indústria de Transformação</p> <p>4,4%</p>	<p>Alumínio</p> <p>1,4%</p>	<p>Instalações e equipamentos...</p> <p>0,92%</p>	<p>Aparelhos</p> <p>0,67%</p>	<p>Chapas, folhas...</p> <p>0,56%</p>		<p>Máquinas e aparelhos elétricos</p> <p>0,56%</p>
	<p>Motocicletas, bicicletas motorizadas ou não e veículos para inválidos</p> <p>3,3%</p>	<p>Máquinas para escritórios</p> <p>1,3%</p>	<p>Máquinas e aparelhos elétricos</p> <p>0,66%</p>	<p>Instrumentos e...</p> <p>0,66%</p>	<p>Matas, pastas, colítes e sacos...</p> <p>0,63%</p>		<p>Outros...</p> <p>0,63%</p>
			<p>Máquinas para escritórios</p> <p>1,3%</p>	<p>Matas, pastas, colítes e sacos...</p> <p>0,63%</p>	<p>Monitores</p> <p>0,63%</p>		<p>Frutas e nozes não...</p> <p>0,63%</p>



Devido ao crescimento da renda da população e da presença de jovens, o mercado consumidor tem apresentado mudanças, abrindo a oportunidade para alimentos de maior valor agregado e que ressaltem a origem dos alimentos em aspectos sanitários e voltados para a saudabilidade.

Oportunidades:

- Concentrado de proteínas e substâncias proteicas texturizadas (NCM 210610) e Geleias, doces, purês e marmeladas de outras frutas (NCM 200799) apresentam espaço para o Brasil.
- Suco (sumo) de qualquer outra fruta ou produto hortícola (NCM 200989) também é caracterizado como o produto com melhor oportunidade.
- Farinhas de origem animal: o mercado está aberto para o Brasil.

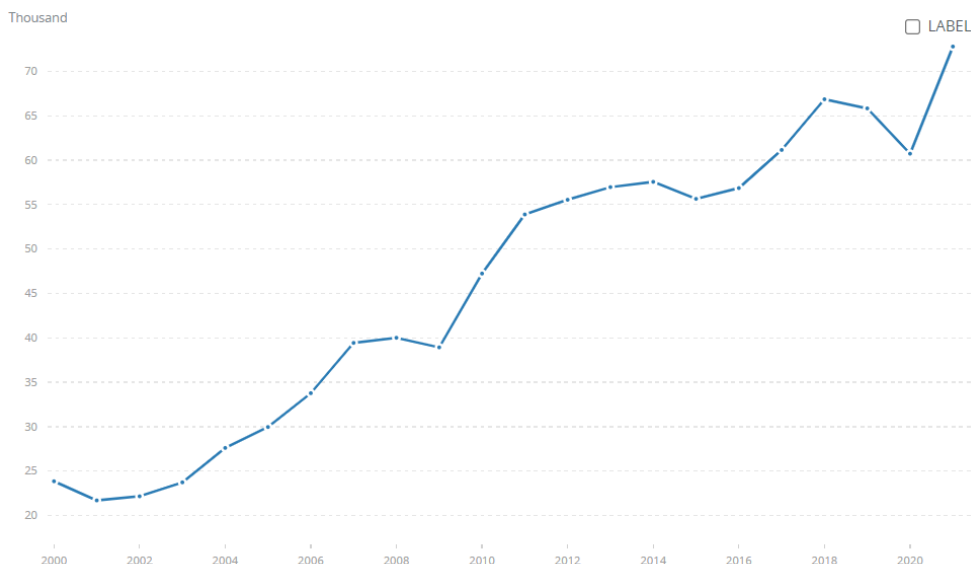


Singapura

IDH: 0,939 - 12º no ranking (2021)

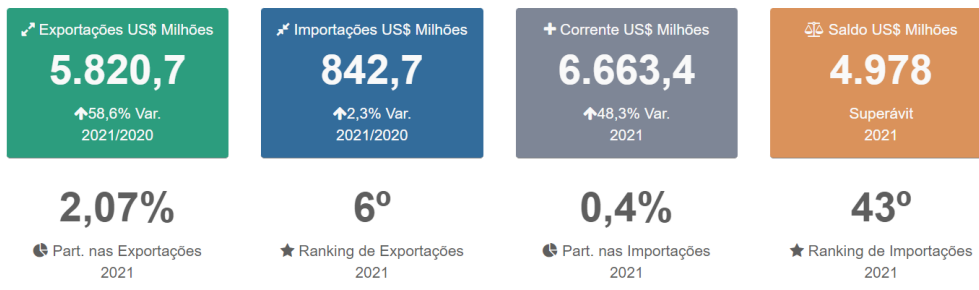
Renda per capita: USD 72,794.0 (2021)

Crescimento da Renda Per Capta (2000 – 2021)

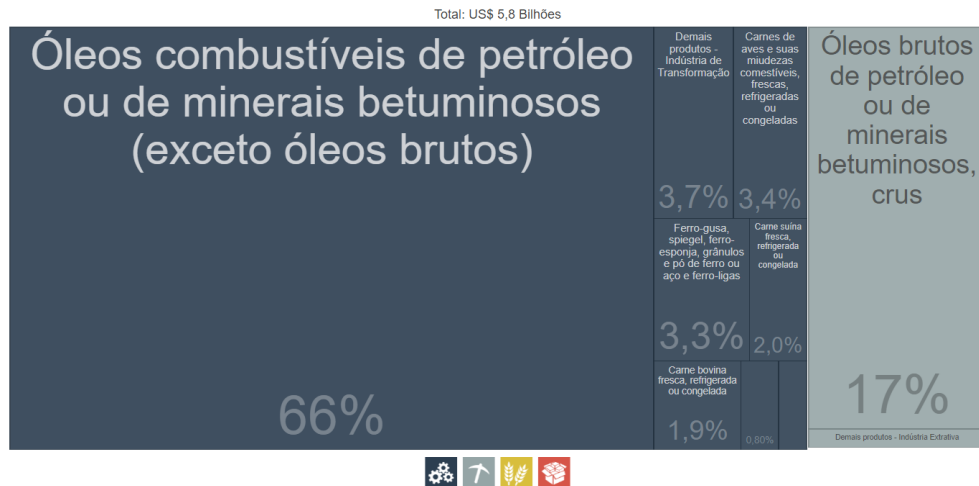


Fonte: World Bank

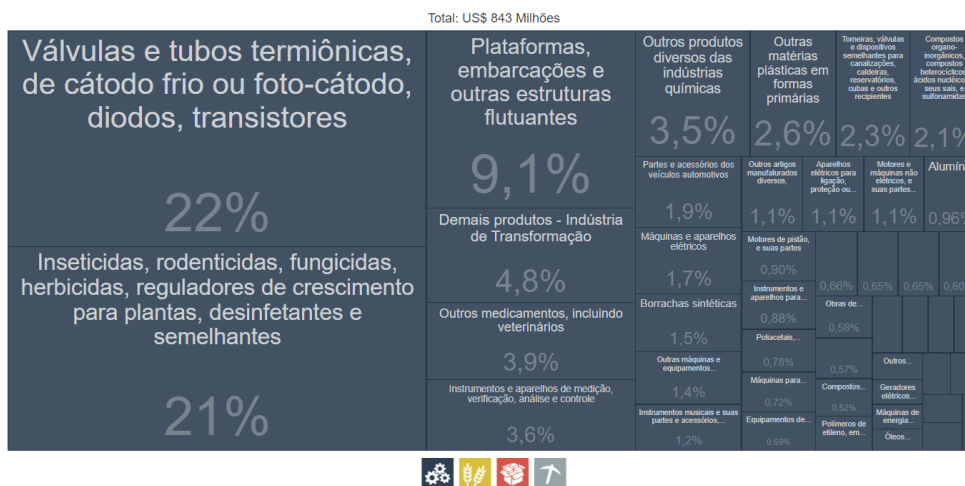
Balança Comercial – Brasil x Singapura (2021)



Exportações – Brasil x Singapura (2021)



Importações – Brasil x Singapura (2021)



O país importa 90% dos alimentos que consome, por esse motivo estão sempre buscando diversificar seus compradores, e possuem regras claras para acesso ao mercado. O principal ponto de atenção deve ser a logística: o tempo de transporte e o valor podem inviabilizar as negociações.

Destacamos ainda o protagonismo de Singapura como hub logístico. De acordo com estudo realizado pelo Banco Mundial, três fatores influenciaram esse posicionamento.

O primeiro é a adoção de políticas comerciais expansionistas, que fazem com que empresas optem por operar suas cadeias logísticas em Singapura devido ao fácil acesso para outros mercados.

O segundo fator é a inovação na infraestrutura e nos processos. Até 2030, espera-se que o porto de Singapura poderá processar 65 milhões de containers, se tornando o maior do mundo. A estrutura conta com veículos autônomos, sensores para garantir a segurança e inteligência artificial para prever eventuais congestionamentos. Além disso, o aeroporto de Singapura possui infraestrutura para atender cargas resfriadas que demandam rapidez e linhas expressas regionais voltadas para e-commerce.

Por fim, o último fator é a participação do setor privado. Atualmente, 20 das 25 maiores empresas logísticas do mundo estão presentes em Singapura, com suas operações globais ou regionais. Há incentivos fiscais e estímulo a participação do setor privado na tomada de decisão de investimentos conjuntas com o Estado.

Oportunidades:

- Proteína animal: já há bastante inserção dos produtos brasileiros, mas houve nos últimos meses ampla expansão de estabelecimentos habilitados, com ênfase na ampliação do escopo de exportação, incluindo miúdos e carne com osso para os estabelecimentos que pleitearam habilitação. Além disso, há oportunidade para produtos termo processados (nuggets, salsichas, costela suína), que apresentam grande valor agregado.
- Castanhas: o mercado está aberto e há um enorme potencial. Ênfase na castanha do Brasil e nas nozes pecã.
- Gergelim: alta demanda importadora, especialmente para gergelim com alto teor de lipídeos, para extração do óleo.
- Produtos lácteos: mercado aberto para todos os produtos lácteos. A inserção do Brasil é mínima ou inexistente. Oportunidades para queijos maturados e manteiga.
- Suco integral de uva: há um grande potencial no mercado para esse produto. Existem duas marcas no país e o consumo de suco pela população é alto.

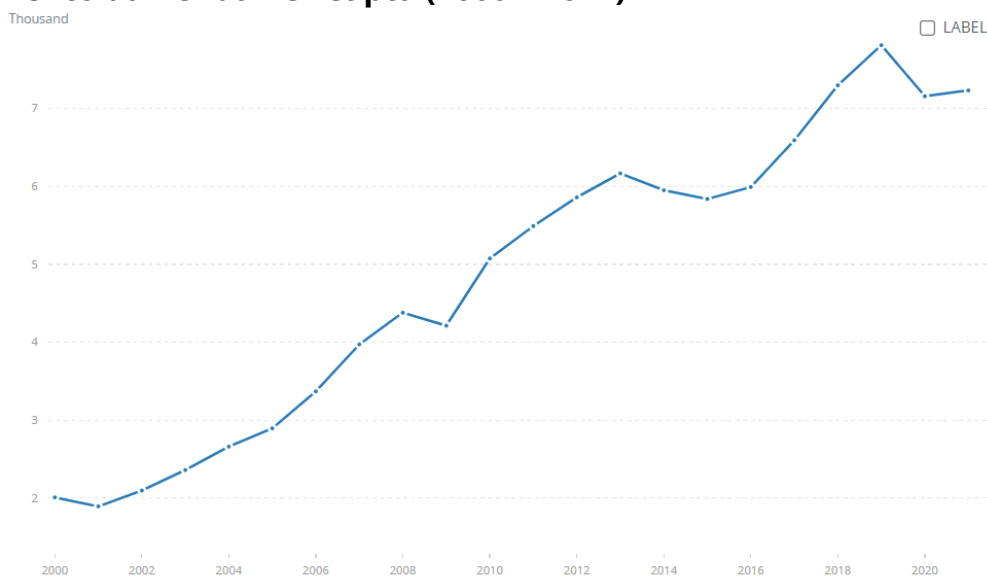


Tailândia

IDH: 0,800 - 66º no ranking (2021)

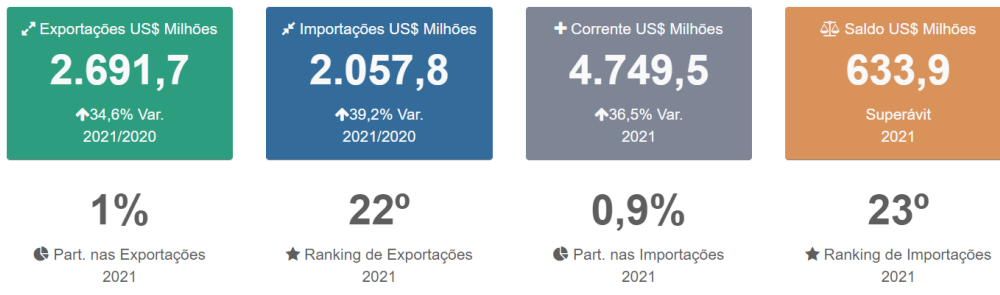
Renda per capita: USD 7,233.4 (2021)

Crescimento da Renda Per Capta (2000 - 2021)

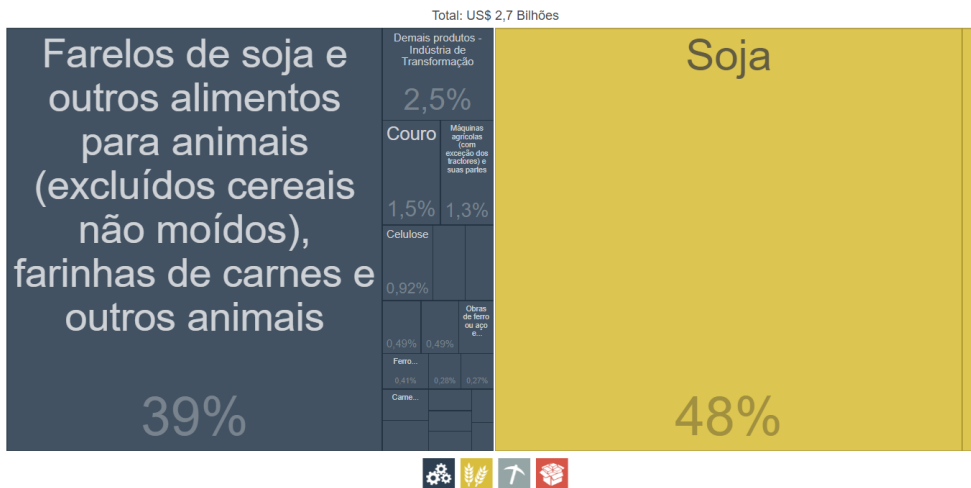


Fonte: World Bank

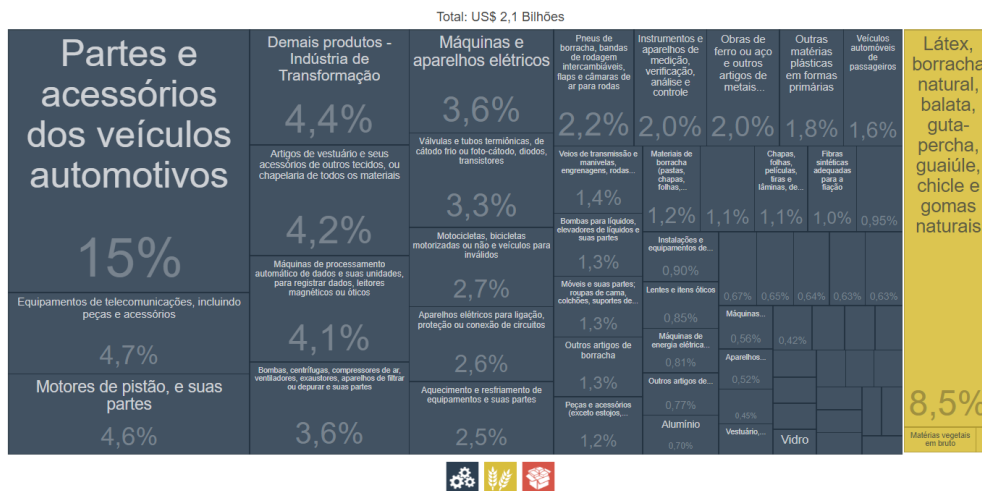
Balança Comercial – Brasil x Tailândia (2021)



Exportações – Brasil x Tailândia (2021)



Importações – Brasil x Tailândia (2021)



Oportunidades:

- **Café:** o país não consegue suprir a demanda interna, ou seja, a importação do produto é alta, principalmente para o café premium que está sendo mais visado pelo público.
- **Carne bovina:** existe oportunidade de exportação para o país, já que a demanda é maior do que a produção. Entretanto, Austrália e Nova Zelândia possuem acordos de livre comércio com a Tailândia, sendo importantes concorrentes.
- **Lácteos:** o mercado está aberto para e apresenta oportunidades para os exportadores brasileiros. No caso de queijos, o Brasil tem se destacado pelos seus queijos artesanais e típicos, como o queijo coalho.
- **Suco de uva integral:** o mercado está aberto e apresenta oportunidades para os exportadores brasileiros.
- **Vinhos e espumantes:** o mercado apresenta oportunidades para os exportadores brasileiros, contudo as tarifas variam entre 54% e 60% a depender do teor alcoólico do produto, o que pode se tornar um impeditivo.
- **Produtos saudáveis e nutritivos** apresentam demanda crescente no mundo, e na Tailândia não é diferente. Açai, castanha do Pará, amendoim e noz pecã apresentam oportunidade por esse motivo.

Fontes e links úteis

Dados comerciais: ComexVis: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>

Dados de crescimento PIB:

<https://www.imf.org/en/Publications/REO/APAC/Issues/2022/10/13/regional-economic-outlook-for-asia-and-pacific-october-2022>

Como exportar – Singapura

<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/artigo/singapura-2019-como-exportar.pdf>

World Bank – *Three factors have made Singapore global logistics hub* -

<https://blogs.worldbank.org/transport/three-factors-have-made-singapore-global-logistics-hub>

Indústria – Sudeste Asiático <https://www.britannica.com/place/Southeast-Asia/Industry>

Como exportar – Tailândia

http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/como_exportar_para_a_tailandia_pwc-embaixada_brasileira_na_tailandia_versao_18.09.2020.pdf



Indonésia: Alimentos e Bebidas 2020 – Apex Brasil

<http://www.apexbrasil.com.br/inteligenciaMercado/EstudosDeOportunidadesDeMercados>