

Um
mundo de
oportunidades

Volume 11
Origem: vegetal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

MARCELO NARVAES FIADEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo



O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.



ANÁLISE DO POTENCIAL DE MERCADO DE SUCOS DE FRUTAS NA ÁFRICA DO SUL

Data: 15/12/2025

Posto: Pretória/África do Sul

Palavras-chave: Sucos, Concentrados, FCOJ, Bebidas, África do Sul.

Responsável: Carlos Vitor Müller – Adido Agrícola

SUMÁRIO:

A África do Sul possui uma indústria de bebidas robusta, mas a demanda por sucos e concentrados excede a oferta local em períodos de entressafra e para variedades específicas, gerando importações anuais superiores a US\$ 80 milhões. A "Health Promotion Levy" (taxa sobre o consumo de açúcar) tem remodelado o mercado, impulsionando a demanda por sucos 100% integrais e concentrados para blends sem adição de açúcares. O mercado apresenta oportunidades pontuais para sucos de frutas tropicais e misturas de sucos e néctares.

Introdução e Análise de Mercado

África do Sul é um produtor relevante de frutas frescas, especialmente cítricos, maçãs e uvas. No entanto, o mercado de sucos prontos para beber e a indústria de processamento enfrentam déficits pontuais devido à sazonalidade, secas periódicas e ao direcionamento da fruta fresca local para o mercado de exportação que historicamente oferece maior rentabilidade ao produtor sul-africano.

O consumo per capita de sucos e néctares na África do Sul mantém-se estável em torno de 12-15 litros por ano, mas observa-se uma mudança qualitativa no perfil de consumo. Há uma migração de bebidas carbonatadas açucaradas para sucos 100% frutas e misturas de frutas e vegetais, impulsionada por uma maior conscientização de saúde e pela taxaço de bebidas açucaradas (*Health Promotion Levy*), implementada nos últimos anos.

Este cenário cria uma dependência de importação de bases e concentrados para a indústria de processamento local. As grandes processadoras sul-africanas operam frequentemente com blends, utilizando suco de maçã ou uva local como base e importando concentrados de maior valor ou não produzidos localmente em volume suficiente, como o suco de laranja e frutas tropicais, para conferir sabor e perfil ao produto.

O mercado de sucos é altamente competitivo e sensível a preço, mas a demanda por produtos "Clean Label" (rótulo limpo) e sem adição de conservantes tem aberto espaço para produtos premium e tecnologias de processamento asséptico que dispensem o uso de aditivos conservadores.

Comércio Exterior e Participação Brasileira

Em 2024, o mercado de importação de sucos de frutas (código SH 2009) na África do Sul movimentou 168 milhões de dólares. O Brasil tem participação discreta neste mercado fornecendo cerca de 657 mil dólares, em sucos de frutas variadas e suco de laranja concentrado. A indústria sul-africana, embora situada em um país produtor de laranjas, utiliza o produto brasileiro para garantir a padronização do *Brix* e da relação acidez/doçura), além de suprir o mercado durante a entressafra local. O Brasil disputa este mercado específico com as exportações da Espanha, que gozam de acesso sem tarifas ao mercado local, de Israel e da China.

Além da laranja, oportunidades crescentes são identificadas para sucos tropicais e ingredientes para *blends*. Polpas e concentrados de frutas como açaí, acerola e goiaba são cada vez mais utilizados em *smoothies* e produtos com apelo funcional. A água de coco brasileira também encontra nicho no varejo de alto padrão, competindo com produtos do sudeste asiático.

O mercado sul-africano de sucos de frutas (Código SH 2009) apresenta uma dinâmica de complementariedade de oferta. Enquanto o país é excedentário na produção de sucos de frutas cítricas, ele é estruturalmente deficitário em sucos de frutas de clima temperado, notadamente maçã e uva, que servem como base edulcorante e de volume para a maioria dos sucos mistos e néctares comercializados no varejo local.

Em 2024, as importações totais da categoria SH 2009 atingiram o patamar recorde de ZAR 3,07 bilhões. A desvalorização cambial do Rand não foi suficiente para frear a demanda, dada a essencialidade destes concentrados para a indústria de bebidas não alcoólicas.

Análise por Categoria de Produto

Suco de Maçã (SH 2009.79): É o principal item da pauta importadora. A China detém uma posição de quase monopólio neste segmento, fornecendo mais de 90% do volume importado. O produto chinês entra com preços extremamente competitivos, difíceis de serem igualados por outros produtores. Este concentrado é utilizado extensivamente como base neutra para outros sucos (blends).

Suco de Uva (SH 2009.69): O segundo item mais relevante. O mercado é disputado principalmente pela Espanha e Argentina. A demanda concentra-se em mosto de uva e concentrados com Brix >30. A Argentina, concorrente direto do Brasil no Mercosul, tem ampliado sua participação, aproveitando-se da proximidade logística relativa e competitividade de preços.

Suco de Laranja (SH 2009.11/19): As importações são marginais, cerca de 3.000 toneladas anuais. Ocorrem de forma pontual quando há quebra na safra local ou preços internacionais muito elevados que incentivam a exportação total da produção sul-africana, desabastecendo temporariamente o mercado interno.

Tabela 1: Origem e valor dos principais sucos importados pela África do Sul.

Código SH	Descrição do Produto	Principais Fornecedores	Valor (Milhões USD)	Part. % Valor
2009.79	Suco de Maçã (Brix >20)	China (~93%)	102,0	60,3%
2009.69	Suco de Uva (Brix >30)	Espanha, Argentina	39,0	23,1%
2009.90	Misturas de Sucus	Brasil, Egito	14,5	8,6%
2009.11/19	Suco de Laranja	Espanha, Itália	7,2	4,2%
-	Outros (Abacaxi, Tomate, etc.)	Diversos	6,3	3,8%
TOTAL	Sucus de Frutas (SH 2009)	--	168	100%

Fonte: SARS.

Tarifas de Importação e Acordos

A estrutura tarifária sul-africana busca proteger a fruticultura local e confere vantagens às importações oriundas da União Europeia e de países membros da Comunidade de Desenvolvimento

da África Austral, pela celebração de acordos econômicos. Estes mercados exportam para a África do Sul com isenção total de tarifas.

Tabela 2: Tarifas aplicadas a linhas tarifárias de sucos de frutas selecionados.

Código SH	Descrição	Tarifa Geral (MFN)	Tarifa Mercosul	Tarifa UE
2009.11	Suco de laranja, congelado	25%	25%	0%
2009.12	Suco de laranja, não congelado	25%	25%	0%
2009.41	Suco de abacaxi	25%	25%	0%
2009.90	Misturas de Sucos	20%	20%	0%
2009.6	Suco de uvas	5%	5%	0%
2009.7	Suco de maçã	0%	0%	0%

Fonte: SARS.

Requisitos Regulatórios

A legislação aplicada à produção, padronização e regulamentação de bebidas na África do Sul é regida por duas Leis, com atribuições regulamentares distribuídas entre os Departamentos do Comércio e Indústria (DTIC), Saúde (DOH) e da Agricultura (DALRRD).

O Foodstuffs Cosmetics and Disinfectants Act 54 de 197 que define requisitos para composição, rotulagem e segurança de alimentos, incluindo sucos e demais bebidas não alcoólicas, este pode ser acessado em:

https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201504/act-54-1972.pdf

e seus regulamentos em: <https://www.health.gov.za/wp-content/uploads/2023/05/R3337-Draft-Labelling-Regulations-21-April-2023-sc.pdf>

O Regulamento 411 de junho de 2013 estabelece as regras de classificação e rotulagem de alguns sucos de frutas, este pode ser acessado em:

https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201409/36544rg9969gon411.pdf

Potenciais Importadores

Na tabela abaixo são listados potenciais importadores e distribuidores de sucos e concentrados na África do Sul. Cabe ressaltar que se trata de uma lista meramente exemplificativa, que pode variar

conforme a localidade e as dinâmicas dos mercados, não representando qualquer tipo de indicação, chancela ou recomendação da adidância.

Tabela 2: Principais importadores do setor de bebidas não alcoólicas da África do Sul.

Empresa	Perfil	Website	Contato
Ceres Fruit Processors	Indústria / Marca Líder	https://www.cfp.co.za/	sales@cfp.co.za
Sir Fruit	Sucos Premium / Smoothies	sirfruit.com	talk2us@sirfruit.co.za
Bevco (The Beverage Company)	Engarrafador / Distribuidor	thebeveragecompany.co.za	info@thebevco.co.za
Rhodes Food Group (RFG)	Processamento / Indústria	https://rfg.com/	info@rfg.com
Bidfood	Food Service	bidfood.co.za	info@bidfood.co.za
Woolworths Food	Varejo (Marca Própria)	woolworths.co.za	custserv@woolworths.co.za
Chill Beverages	Fabricante / Co-packer	chillbev.co.za	info@chillbev.co.za

Perspectivas

O mercado sul-africano para o setor de sucos apresenta-se consolidado, mas com oportunidades claras de expansão para o Brasil. A estratégia deve focar na manutenção da liderança no fornecimento de FCOJ, aproveitando a escala produtiva para competir em preço, e na diversificação para concentrados de frutas tropicais que atendam à demanda por saudabilidade.

A venda de granel para envase local (*bottling*) continua sendo o modelo de negócio mais viável economicamente, dado o custo logístico do transporte de líquidos prontos. Investimentos em parcerias com engarrafadores locais para marcas próprias de supermercados representam um canal de entrada promissor.