

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.



POTENCIAL DE EXPANSÃO DA PRESENÇA BRASILEIRA NO MERCADO DE SUCOS FRESCOS DE SINGAPURA

Data: 15/1/2025

Posto: Singapura

Palavras-chave: exportação; sucos frescos; Singapura

Responsável: Luiz Claudio Caruso; Camila D'Aquino

SUMÁRIO:

Singapura, devido ao seu clima tropical quente e úmido, apresenta um mercado dinâmico e em expansão para bebidas frescas e resfriadas, especialmente sucos, cujo consumo está associado à hidratação, conveniência e à busca por opções percebidas como mais saudáveis. O país combina a presença de quiosques de sucos frescos e máquinas automáticas de extração com uma forte demanda por sucos prontos para consumo, amplamente distribuídos em supermercados, hipermercados, lojas de conveniência, plataformas de comércio eletrônico e estabelecimentos especializados em produtos saudáveis. A oferta abrange diferentes tipos de embalagens, com destaque para garrafas, embalagens tetrapak e latas, além de formatos pouch e apresentações a granel voltadas ao food service. Diante da limitada produção agrícola local, Singapura depende fortemente de importações para suprir esse mercado, que opera sob elevados padrões de segurança alimentar, qualidade e rastreabilidade. Em 2024, o país importou mais de USD 80 milhões em sucos de frutas (NCM 2009), principalmente da Indonésia, Tailândia, Malásia e Estados Unidos. Apesar de o Brasil já participar desse mercado, com exportações superiores a USD 2 milhões no mesmo período, há potencial para ampliação da presença brasileira no mercado singapuriano.

Singapura apresenta clima tropical quente e úmido, com temperaturas médias entre 24 °C e 31 °C, o que a posiciona como um mercado potencial e em expansão para bebidas frescas e resfriadas, como sucos. O consumo desses produtos está associado à necessidade de hidratação, conveniência e à busca por opções percebidas como mais saudáveis no cotidiano urbano. É comum encontrar pequenos quiosques de sucos frescos e máquinas automáticas de extração, especialmente de laranja, amplamente distribuídas pela cidade-estado, além de sua presença em *hawker centres*, shoppings, academias e lojas de conveniência.



Figura 1. Exemplo de comercialização de sucos frescos em Singapura. A) Quiosque e B) vending machine. Fonte: HappyCow e iJooz

Além do consumo de sucos frescos, destaca-se a forte demanda por sucos prontos para consumo, impulsionada pela conveniência e amplamente atendida por grandes redes de varejo e lojas de conveniência. Dada à limitada produção agrícola local, Singapura depende fortemente de importações para suprir esse mercado, há grandes oportunidades para fornecedores externos. Segundo dados do **TradeMap**, o país importa anualmente mais de USD 80 milhões em sucos de frutas (NCM 2009), com destaque para Indonésia (33,7%), Tailândia (13%), Malásia (9,3%) e Estados Unidos (5,9%) como principais fornecedores. Produtos brasileiros já estão presentes no varejo local, evidenciando a aceitação e o espaço para ampliação da participação brasileira no mercado singapuriano. No entanto, trata-se de um mercado com potencial de expansão para o Brasil, que exportou para Singapura pouco mais de USD 2 milhões na categoria em 2024.

O mercado de sucos em Singapura é segmentado por diferentes tipos de embalagens, com destaque para sucos engarrafados, envasados em embalagens tetrapak e latas, que dominam o varejo devido à praticidade, vida útil prolongada e adequação ao consumo *on-the-go*. Embalagens *pouch* vêm ganhando espaço, especialmente para o público infantil e para porções individuais, enquanto formatos a granel são direcionados principalmente ao *food service*, como hotéis, restaurantes, cafés e serviços de catering. Em termos de canais de distribuição, supermercados e hipermercados concentram o maior volume de vendas, seguidos por lojas de conveniência. O comércio eletrônico apresenta crescimento consistente, impulsionado por plataformas digitais, especialmente Amazon, Lazada e Shopee, e pela preferência por compras recorrentes e entrega em domicílio. Lojas especializadas em produtos saudáveis têm menor relevância para sucos, mesmo com apelo funcional, e operam em menor escala. Exemplos de comercialização de sucos frescos estão abaixo.



Figura 2. Exemplos de sucos embalados comercializados no varejo em Singapura. Fonte: própria.

Singapura é um país de livre comércio, onde não se aplicam tarifas de importação para a maioria dos produtos, incluindo sucos frescos.

Do ponto de vista regulatório, potenciais exportadores devem atentar-se ao *Sale of Food Act*, legislação que estabelece os requisitos de segurança alimentar, padrões de rotulagem e outras normas relacionadas à comercialização de produtos destinados ao consumo humano. Além disso, Singapura adota padrões internacionais de qualidade e rastreabilidade, com forte preocupação quanto à inocuidade alimentar, embalagens adequadas e informações nutricionais.

Todos os alimentos pré-embalados comercializados em Singapura devem cumprir os requisitos de rotulagem previstos no *Food Regulations*. As diretrizes completas podem ser consultadas no portal da Singapore Food Agency (SFA), disponível em: <https://www.sfa.gov.sg/regulatory-standards-frameworks-guidelines/food-labelling-packaging-guidelines/labelling-requirements-for-food>.

A regulamentação sobre rotulagem é supervisionada pelo Ministério da Saúde (MOH) e pela *Health Promotion Board* (HPB). Caso os exportadores tenham dúvidas quanto à aplicação das normas aos seus produtos, o site da SFA disponibiliza contatos de consultores especializados que podem prestar orientação técnica.

A fim de facilitar a entrada de produtos brasileiros, segue contato de alguns importadores de Singapura:

- KAISER FOODS, enquiries@kaiserfoods.biz, +65 6841 4747
- Fresh N' Natural Foods, enquiry@freshnnatural.com.sg, +65 6547 4222
- Provenance, enquiries@provenance.com.sg, +65 6887 5209

Caso os exportadores brasileiros encontrem dificuldades para estabelecer contato com as empresas listadas, poderão encaminhar um portfólio eletrônico dos produtos, em inglês, para o e-mail adido.singapura@agro.gov.br