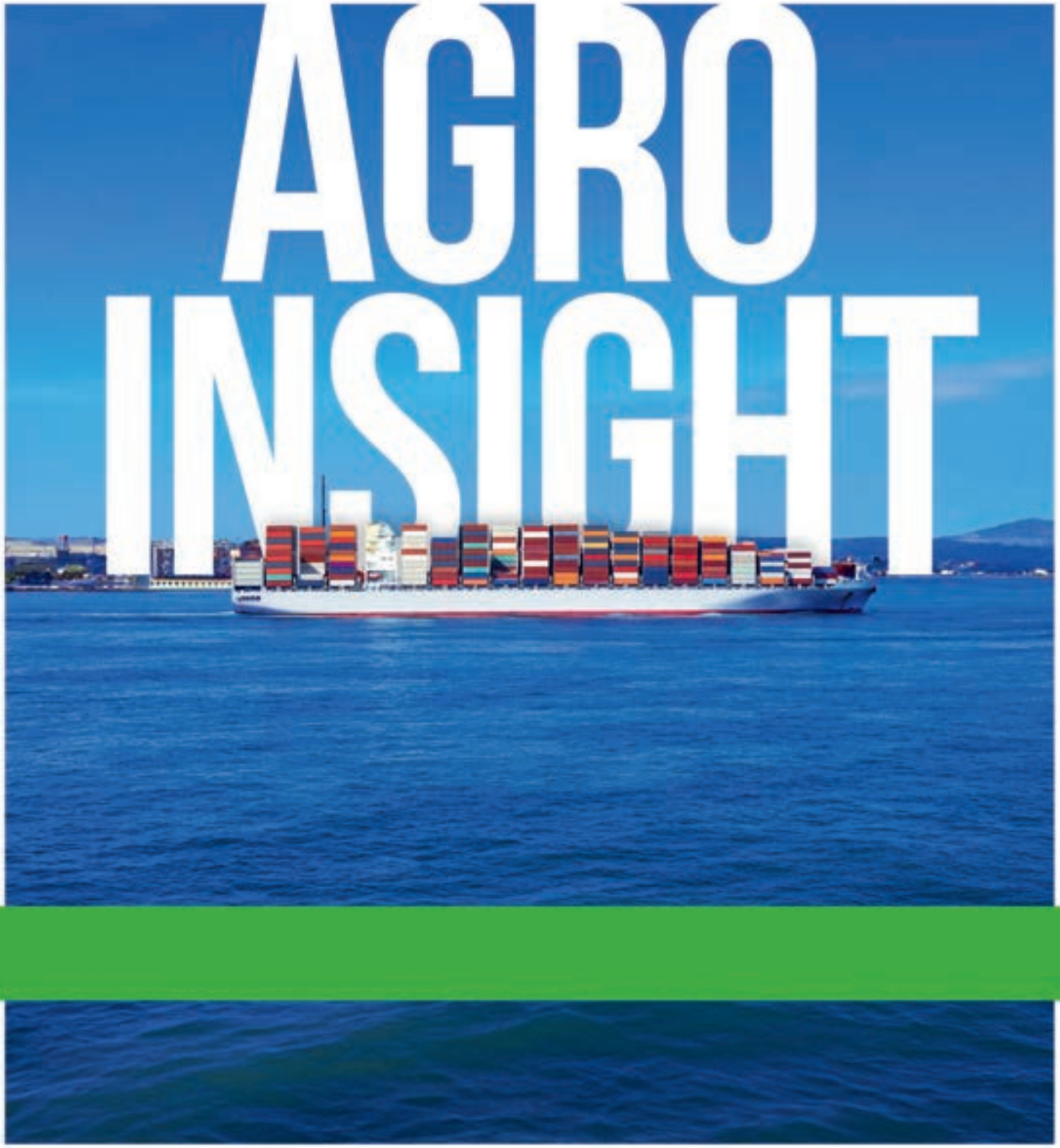
Um
mundo de
oportunidades

Volume 5

Origem: animal

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

PEDRO ALVES CORRÊA NETO
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

4ª edição. Ano 2025
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:
Marcel Moreira
Carolina Eufemia Aquino de Sá
Ângela Pimenta Peres
Estella R.Borges de Brito
Jennifer Santos Costa
Jennya Silva Brito
Manoel Augusto Soares Junior
Filipe Guerra

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 Morais
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
Virginia 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 Efrem 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
Leandro Antunes

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).

Catalogação na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo

O AgroInsight 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.

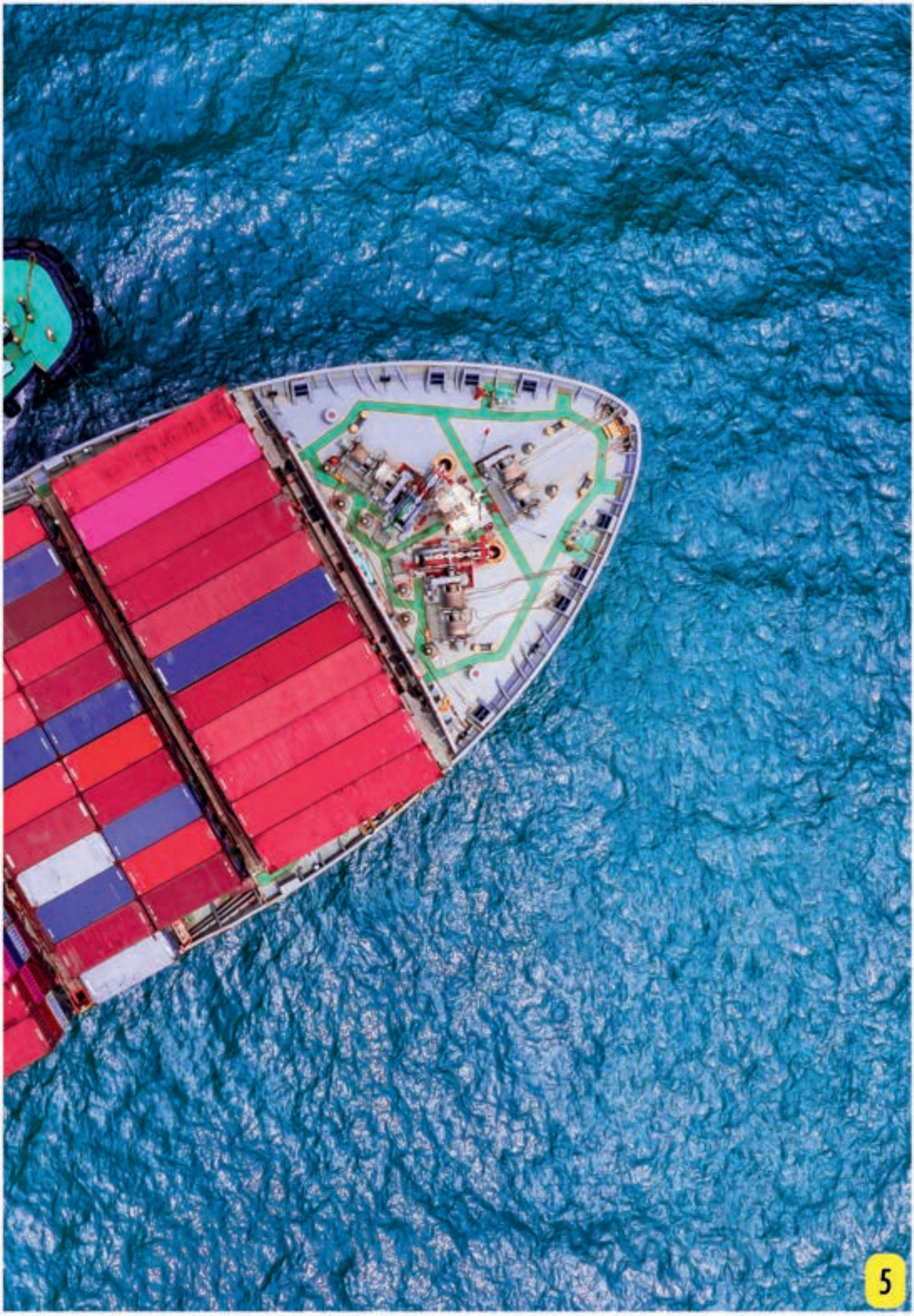
Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgroInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.
Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.

Sumário

06 ÁFRICA DO SUL
11 ALEMANHA
24 ANGOLA
29 ARÁBIA SAUDITA
34 ARGÉLIA
38 ARGENTINA
41 AUSTRÁLIA
46 BANGLADESH
56 CANADÁ
59 CHILE
63 CHINA
92 COLÔMBIA
97 COREIA DO SUL
100 COSTA RICA
104 EGITO
111 EMIRADOS ÁRABES UNIDOS
115 ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA
122 ETIÓPIA
128 FILIPINAS
139 ÍNDIA
144 IRÃ

Sumário

154 ITÁLIA
158 JAPÃO
170 MALÁSIA
200 MARROCOS
202 MÉXICO
206 NIGÉRIA
212 OMC
226 PERU
231 REINO UNIDO
237 RÚSSIA
240 SINGAPURA
244 TURQUIA
249 UNIÃO EUROPEIA
255 VIETNÃ



ANÁLISE DO MERCADO DE CAMARÕES NA ÁFRICA DO SUL

Data: 15/05/2025
Posto: Pretória/África do Sul
Palavras-chave: carne; mercados; produtos cárneos; Polony.
Responsável: Carlos Vitor Müller – Adido Agrícola

SUMÁRIO:

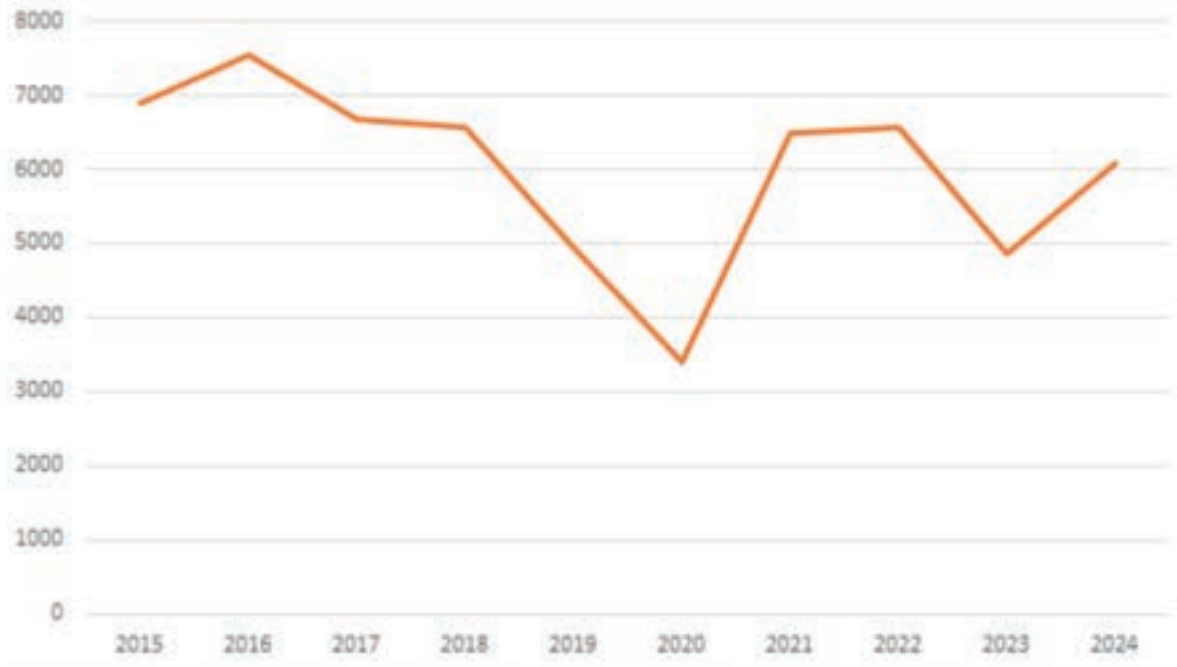
Apesar do consumo per capita relativamente baixo de pescado na África do Sul (6.5 kg/hab/ano), camarões representam uma parcela significativa totalizando aproximadamente 19 mil toneladas anuais, das quais 6 mil toneladas foram importadas em 2024, com um valor de US$ 33.2 milhões. As importações, lideradas por Equador e Índia, demonstraram volatilidade na última década, influenciadas por fatores econômicos como a pandemia de COVID-19. O mercado sul-africano de camarões apresenta um potencial de importação de US$ 55 milhões, com uma taxa de realização de 67%. A recente publicação do Certificado Sanitário Internacional específico para exportações de pescado do Brasil para a África do Sul abre oportunidades para o país se tornar um fornecedor relevante, mediante a obtenção de permissão de importação e o cumprimento dos requisitos técnicos e sanitários estabelecidos pela norma VC 8031:2024.

CONTEXTO

Camarões são um item bastante presente da dieta sul-africana, apesar do relativamente baixo consumo per-capita de pescados no país, em torno de 6.5 kg/hab/ano, crustáceos, em sua maioria camarões constituem 5% deste consumo. Este consumo total pode ser estimado, considerando os 63.2 milhões de habitantes em cerca de 19 mil toneladas anuais. Destas, cerca de 6 mil toneladas foram importadas em 2024, 32% do total consumido no país. Estas importações de camarões congelados somaram 33,2 Milhões de dólares em 2024. Conforme a metodologia do International Trade Centre (OMC/ONU), isto significa 67% de realização de seu potencial de importação destes produtos estimado em 55 Milhões de dólares.

Estas importações têm variado significativamente na última década, com o pico de 7500 toneladas anuais em 2016, e uma considerável retração em 2020 quando as importações somaram 3409 toneladas. Esta retração causada pelo impacto econômico da pandemia de Covid-19 denota o perfil de consumo de camarões no país, muito relacionado ao consumo em restaurantes e bares e bastante influenciado pela capacidade de compra dos consumidores.

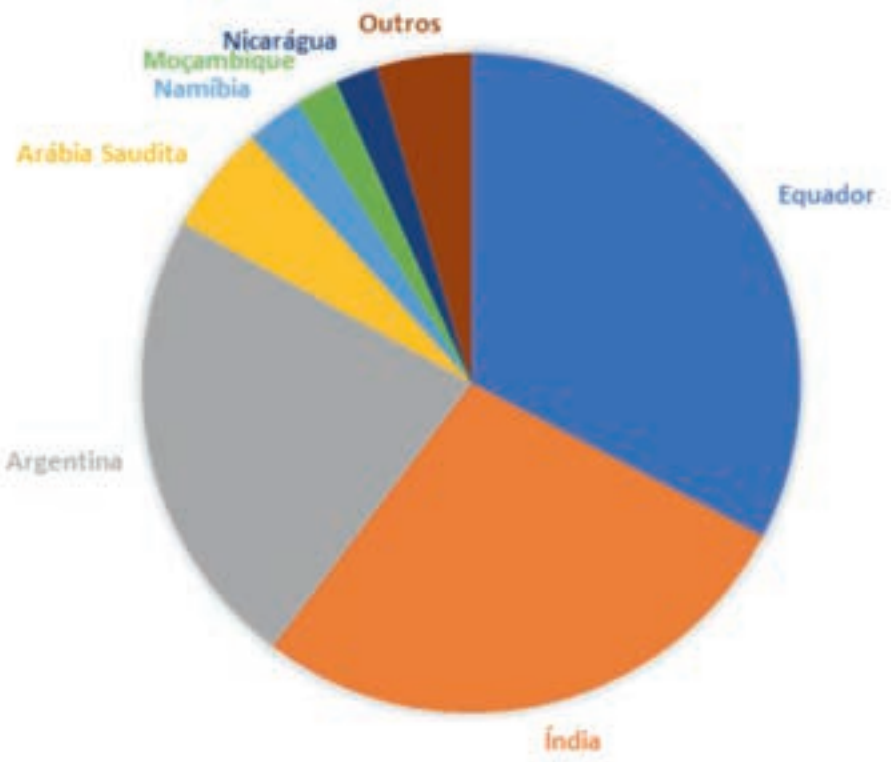
Gráfico 1: Variação das importações de camarões congelados pela África do Sul, em toneladas.



Fonte: UN TradeMap, 2024.

Os principais fornecedores de camarões a África do Sul são o Equador e Índia, cada um destes países detém cerca de 30% do mercado local, seguidos por Argentina, Arábia Saudita e Vietnã.

Gráfico 2: Origem das importações de camarões congelados pela África do Sul em 2024, em valor.



Fonte: UN TradeMap, 2024.

O Brasil não tem figurado como um fornecedor relevante destes produtos ao mercado sul-africano, apesar destas exportações serem possíveis. Em 2024 foi publicado o Certificado Sanitário Internacional específico para exportação de pescados e derivados de cultivos aquícolas do Brasil para a África do Sul. Este certificado permite a exportação de diversas espécies oriundas da pesca ou cultivo, incluindo produtos derivados de seu processamento.

Requisitos Gerais de Importação

O importador de pescados na África do Sul precisa obter uma permissão de importação junto ao Departamento de Florestas, Pesca e Meio Ambiente (DFFE), esta autorização só pode ser obtida pela empresa sul-africana devidamente cadastrada no Departamento de comércio local (DTIC).
Os requisitos técnicos e sanitários aplicáveis aos crustáceos importados são definidos pela norma VC 8031:2024, disponível em:
https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/202406/50749rg11709gen2546.pdf

Potenciais importadores

Na tabela estão dispostos potenciais importadores e distribuidores de camarões na África do Sul.
Cabe destacar 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 1: Principais importadores de camarões e pescados da África do Sul.

Companhia	website	contato
Atlantis Seafood pty	https://atlantisfoods.co.za/	info@atlantisfoods.co.za
Bidfood pty	https://www.bidfood.co.za/	info@bidfood.co.za
Sea Harvest Corporation (Pty) Ltd	https://www.seaharvestgroup.co.za/	info@seaharvest.co.za
Hendy Bros Seafood	https://hendy-bros.co.za/	info@hendy-bros.co.za
Tacoma Foods	https://www.tacoma.co.za/	info@tacoma.co.za

PANORAMA DO MERCADO DE PETFOOD NA ALEMANHA

Data: 15/05/2025
Posto: Berlim/Alemanha
Palavras-chave: Alemanha; exportação; ração animal; pet food; petiscos; ingredientes funcionais; subprodutos animais.
Responsável: Ana Paula Chaves de Araujo Kraus; Eduardo Sampaio Marques

SUMÁRIO:

A Alemanha, um dos mercados mais desenvolvidos no setor pet da Europa, abriga uma população significativa de cães e gatos. Em 2024, o setor pet como um todo movimentou quase 7 bilhões de euros, com destaque para alimentos úmidos e petiscos. O mercado valoriza produtos "naturais", funcionais e diferenciados por tipo de proteína, inclusive alternativas como insetos e carnes exóticas. Apesar de ser grande produtora e exportadora líquida, a Alemanha importa volumes expressivos. O Brasil possui cerca de 40 empresas registradas para exportação de pet food para a União Europeia, mas ainda tem participação muito baixa nas vendas para os países do Bloco. Os requisitos regulatórios europeus são rigorosos, estabelecendo conformidade técnica e sanitária além da adequação às exigências comerciais. Em vista da relevância e crescimento deste mercado, petiscos e produtos naturais podem representar segmentos promissores para o Brasil.

O uso de subprodutos de origem animal na indústria alemã

A Alemanha é reconhecida como um dos países mais pet friendly do mundo. É notória a presença de animais em companhia de seus tutores em praticamente todos os espaços: no transporte público, em praças, parques, restaurantes, eventos culturais e até festas privadas.

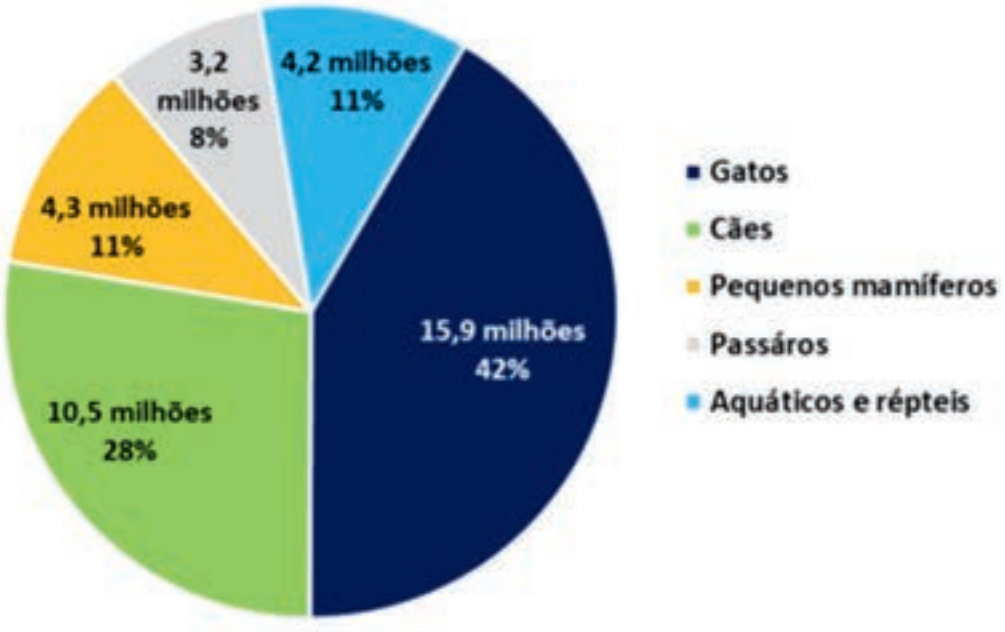
A presença dos animais de estimação aparenta ser uma extensão natural do cotidiano nas cidades alemãs, reforçando a integração natural dos pets à rotina da sociedade, ainda que a posse de um pet esteja sujeita ao pagamento de um imposto obrigatório.

Em Berlim, por exemplo, estima-se que cerca de 80% da população viva em apartamentos — o que não impede que os animais vivam em espaços mais restritos, inclusive não limita a raça ou o porte, incluindo as raças grandes alemãs, como o Pastor Alemão, o Dobermann e o Rottweiler.

De acordo com a Associação Central das Empresas Especializadas em Produtos Zoológicos (ZZF), em 2024, aproximadamente 44% dos lares alemães possuíam ao menos um animal de estimação — o que corresponde a cerca de 15,9 milhões de gatos e 10,5 milhões de cães (Fig.1), ou o equivalente a um pet para cada 3,3 habitantes. Esses dados refletem o crescimento consistente da população pet no país ao longo da última década, com um aumento de aproximadamente 35% no número de cães e 54% no de gatos, entre 2014 e 2024.

O crescente número de animais associado à cultura de bem-estar animal e a valorização dos seus cuidados impulsionam um mercado em constante crescimento. O faturamento de todo o setor pet foi de quase 7 bilhões de euros em 2024 (Fig.2).

Figura 1 - Número de animais de estimação na Alemanha em 2024 (em milhões)



Fonte: Statista/ZZF, 2025

Figura 2 - Faturamento do setor pet na Alemanha – varejo físico e e-commerce entre 2014 e 2024 (em bilhões de euros).

Fonte: 1 - Statista/IVH/ZZF, 2025

A presença de grandes redes de varejo, marcas consolidadas e eventos setoriais como a Interzoo reforça o papel do país na cadeia de valor do petfood na Europa e globalmente. Aliás, a feira é considerada a maior do mundo no segmento de suprimentos para animais de estimação, reunindo, em sua última edição, mais de 2.150 expositores de 68 países e visitantes profissionais de mais de 140 nacionalidades.

O mercado pet do país é amplamente atendido por lojas especializadas e possui canais de vendas amplamente diversificado (Fig. 3). O Fressnapf é considerado o maior grupo varejista do setor na Europa, seguido por Das Futterhaus, que operam com foco em produtos premium e serviços especializados. Além dessas, conhecidas redes de supermercado como o Rewe, Edeka, Aldi e Lidl e drogarias, como a DM e Rossmann oferecem rações e petiscos de menor custo, mas de maior escala. Apesar do consumidor ainda preferir comprar nas lojas físicas, o e-commerce também está se expandido, liderado também pela Fressnapf, seguido pela Zooplus, maior loja online no segmento pet na Europa.

Figura 3- Participação nas vendas de alimentos para animais de estimação por canal na Alemanha em 2024.

Fonte: Lebensmittelzeitung, 2025

Para o Brasil, pode haver oportunidades para a oferta de ingredientes, assim como também para o mercado de petiscos naturais e alimentos considerados funcionais. Considerando o alinhamento com práticas sustentáveis e normas internacionais, o setor brasileiro pode ocupar nichos de alto valor no mercado alemão, o que permitiria o acesso à União Europeia, desde que esteja preparado para atender às exigências sanitárias, técnicas e comerciais do Bloco.

PANORAMA DO MERCADO DE PET FOOD NA ALEMANHA

Em 2024, as vendas de alimentos secos para gatos na Alemanha totalizaram aproximadamente 377 milhões de euros. No entanto, a maior parte do faturamento no segmento felino vem dos alimentos úmidos, que superaram 1,5 bilhão de euros. Para cães, os alimentos secos geraram cerca de 414 Euros milhões, enquanto os úmidos movimentaram aproximadamente 600 milhões euros. Já os petiscos para cães se destacaram, com um faturamento de cerca de 800 milhões de euros— o dobro da ração seca (Fig. 4).

Figura 4 - Vendas de ração e petiscos para cães e gatos na Alemanha por tipo de alimento e espécie em 2024

Fonte: ZZZF; IVH (2025)

De acordo com a FEDIAF, a humanização dos animais de estimação é vista como tendência que impulsiona o mercado de alimentos. Muitos tutores buscam rações que reflitam seu gosto ou que estejam de acordo com suas preferências pessoais. Como resultado, houve um aumento no consumo de produtos premium, classificados como "naturais", crus e orgânicos (Fig.5).

Figura 5- Produtos dispostos na seção de "alimentação natural", com formulações minimamente processadas, livres de aditivos artificiais e, em alguns casos, com certificações de origem ou sustentabilidade.

Fonte: Levantamento de campo realizado pela Adidância Agrícola em Berlim

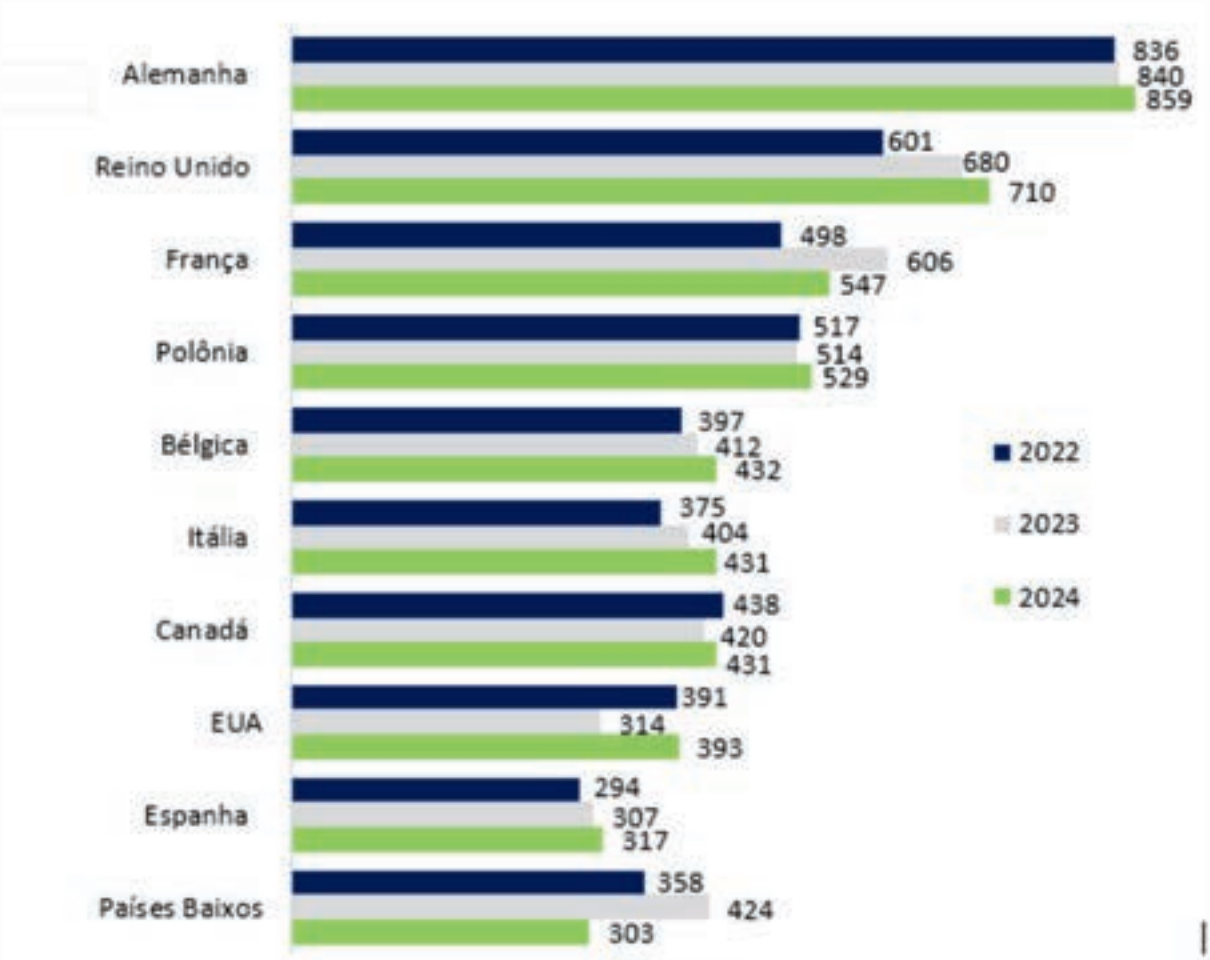
Os fabricantes alemães, além disso, vêm ampliando o uso de proteínas alternativas às carnes convencionais de frango e bovina (Fig.6). Ingredientes como proteínas vegetais, insetos, proteínas obtidas por fermentação e carnes de outras espécies — como cavalo, veado e até canguru — são incorporados para oferecer uma diferenciação de mercado, inovação tecnológica e alternativas para dietas específicas, como as hipoalergênicas. Esta tendência também espelha o comportamento do próprio cliente em relação aos seus hábitos diante do consumo de carnes e produtos de origem animal.

Figura 6 – Variedade de fontes de proteínas em ração premium para cães

Exemplo de segmentação por proteína e ingredientes funcionais em linha de rações premium. Os produtos destacam o uso de fontes diferenciadas de proteína (pato, peru, frango, coelho e cavalo), além de ingredientes como óleo de salmão, batata-doce e cranberry. Fonte: Levantamento de campo realizado pela Adidância Agrícola em Berlim

O COMÉRCIO INTERNACIONAL DE RAÇÕES E PETISCOS NA ALEMANHA

Embora a Alemanha seja grande produtora e exportadora de rações e petiscos para cães e gatos, importou o equivalente a 2,4 bilhões de dólares e mais de 800 mil toneladas desses produtos em 2024 (Fig.7 e Tabela 8). De acordo com dados do Trademap, pelo menos nos últimos 20 anos ela ocupa a primeira posição no ranking mundial de países importadores para essa categoria de produtos com um crescimento anual de 2% desde 2020 e um saldo comercial de cerca de 847 milhões de dólares (Tabela 1). Embora apresente um saldo positivo, o elevado volume de importações mostra o papel estratégico da Alemanha como um hub industrial e logístico altamente consolidado e líder em valor agregado industrial na Europa.



Fonte: Trademap, 2025

Tabela 1 - Importações da Alemanha de alimentos para cães e gatos (SH 2309.10) em 2024 – Valor, saldo comercial e crescimento nos últimos 4 anos.

Produto		Importações 2024	Balança comercial 2024	% crescimento anual (2020-2024)	
SH	Descrição	(US$ bi)	(US$ bi)	Valor	Quantidade
230910	**Ração para cães ou gatos para venda no varejo**	**2,44**	**0,85**	**10,0**	**2,0**

Fonte: Trademap, 2025

Tabela 2 - Exportações e importações da Alemanha em 2024 de alimentos para cães e gatos de acordo com a classificação de produtos para estatística de comércio exterior (WA) do Departamento de Estatísticas Federal da Alemanha

Código tarifário*	Descrição	Exportações		Importações	
		Peso (t)	Valor (mil €)	Peso (t)	Valor (mil €)
23091011	Ração para cães e gatos, embalagem ≤10 kg, teor de leite <10%	316.056	1.028.934	477.010	1.272.858
23091013	Ração para cães e gatos, embalagem ≤10 kg, teor de leite entre 10% e 50%	1.188	7.531	620	6.440
23091015	Ração para cães e gatos, embalagem ≤10 kg, teor de leite entre 50% e 75%	656	2.029	6	91
23091019	Ração para cães e gatos, embalagem ≤10 kg, teor de leite >75%	3.135	7.702	1.221	3.326
23091031	Ração para cães e gatos, embalagem de 10 a 30 kg, teor de leite <10%	193.623	518.028	111.145	306.785
23091033	Ração para cães e gatos, embalagem de 10 a 30 kg, teor de leite entre 10% e 50%	100	2.162	340	2.123
23091035	Ração para cães e gatos, embalagem de 10 a 30 kg, teor de leite >50%	4	4	3	27
23091051	Ração para cães e gatos, embalagem >30 kg, teor de leite <10%	415.666	846.618	113.118	244.204
23091053	Ração para cães e gatos, embalagem >30 kg, teor de leite entre 10% e 50%	29	100	0	4
23091059	Ração para cães e gatos, embalagem >30 kg, teor de leite >50%	17	2	2	2
23091070	Ração para cães e gatos com d[Área do Gráfico] lácteos	3.091	22.952	1.152	6.238
23091090	Outras rações para cães e gatos	175.476	593.549	172.971	498.930

Fonte: Escritório Federal de Estatística da Alemanha (DESTATIS), 2025

*Classificação baseada na nomenclatura combinada (CN) da União Europeia.

Em 2024, as principais empresas responsáveis pelas importações alemãs de produtos classificados sob o código SH 2309.10, incluem a Berg + Schmidt GmbH & Co. KG, Hagen Deutschland GmbH & Co. KG, HELM AG, Nungesser GmbH e Welding GmbH & Co. KG. Essas empresas podem atuar como fabricantes e distribuidores mas não são possuem marcas finais de petfood. Podem ser elos estratégicos, que importam produtos para redistribuir, reprocessar ou embalar ou utilizar como novos produtos destinados ao mercado europeu.

A Polônia se destaca como o principal fornecedor de pet food para a Alemanha, com exportações que superaram 200 mil toneladas anuais nos últimos três anos. No entanto, países terceiros como China, Reino Unido e Tailândia também mantêm presença nesse mercado, evidenciando que há espaço para a entrada de fornecedores de fora da União Europeia (Tabela 3).

Tabela 3 - Principais países exportadores de ração para cães ou gatos, acondicionada para venda no varejo (SH 230910) para a Alemanha.

Origem	2020	2021	2022	2023	2024
	US$ milhões				
Mundo	**1.684,6**	**1.993,9**	**2.098,6**	**2.415,0**	**2.435,2**
Polônia	356,6	445,4	440,0	533,6	545,3
Países Baixos		235,0	228,8	285,3	265,9
Suíça	189,5	215,7	219,7	292,5	280,9
França	180,0	209,3	195,0	243,4	273,5
China	156,0	209,4	235,5	217,9	252,1
Áustria	107,8	123,9	150,9	183,2	176,6
Reino Unido	103,5	83,2	113,9	124,4	83,9
Tailândia	61,5	76,6	109,0	97,7	122,4
República Tcheca	64,8	79,8	74,1	85,2	92,6
Hungria	43,0	49,4	60,4	79,8	70,7

Área do Gráfico

Fonte: Trademap, 2025

Embora cerca de 40 estabelecimentos brasileiros estejam registrados na lista oficial da Comissão Europeia (IMSOC) sob a categoria ABP-PET - Fábricas de alimentos para animais de estimação (incluindo estabelecimentos que fabricam petiscos mastigáveis para cães e palatabilizantes à base de vísceras), isso não garante o cumprimento, de todos os requisitos exigidos por importadores europeus privados, como certificações adicionais. O Brasil ocupa apenas a 39ª posição entre os países exportadores de pet food para a Alemanha, com média anual de aproximadamente 390 mil dólares e 50 toneladas nos últimos cinco anos.

REQUISITOS REGULATÓRIOS E CONDIÇÕES ESPECÍFICAS PARA ACESSO AO MERCADO DA UE

De forma geral, o marco regulatório da União Europeia para alimentos destinados a animais de estimação tem elevado grau de detalhamento técnico. Baseada em regulamentos diretamente aplicáveis a todos os Estados-Membros, a legislação europeia estabelece regras minuciosas sobre rotulagem, uso de aditivos, higiene, rastreabilidade, seleção de ingredientes e segurança alimentar.

Exige-se, por exemplo, que matérias-primas — especialmente as de origem animal — sejam provenientes de estabelecimentos previamente aprovados e sigam critérios rigorosos definidos pelo Regulamento (CE) nº 1069/2009. Além disso, há proibições expressas de certos ingredientes e aditivos ainda permitidos no Brasil, bem como exigências claras para alegações nutricionais. Um ponto central é a exigência de um sistema formal de segurança nas fábricas baseado em HACCP e a manutenção de registros que garantam rastreabilidade completa.

Empresas interessadas em exportar alimentos para animais de estimação à Alemanha devem estar atentas, portanto, ao abrangente arcabouço regulatório que rege o setor. A FEDIAF, entidade que representa a indústria de pet food na Europa, disponibiliza uma compilação[1] das principais normas aplicáveis, incluindo o Regulamento (CE) nº 183/2005, sobre higiene na produção de alimentos para animais, e o Regulamento (CE) nº 767/2009, relativo à comercialização e uso de rações. A lista inclui ainda regulamentações específicas sobre limites de contaminantes, subprodutos de origem animal, organismos geneticamente modificados, rotulagem nutricional, entre outros temas relevantes. Também são destacados documentos técnicos da EFSA e diretrizes da OCDE para práticas laboratoriais e dossiês de autorização de aditivos.

Além das exigências legais, o setor europeu adota padrões técnicos adicionais. Estes requerimentos podem ser acessados no guia "Guide to Good Practice for the Manufacture of Safe Pet Foods"[2], compilado pelo setor privado e também publicado pela FEDIAF e reconhecido pela Comissão Europeia, inclusive utilizado para auditorias. O guia oferece orientações práticas sobre higiene, rastreabilidade, controle de perigos e gestão da qualidade ao longo de toda a cadeia produtiva — da seleção das matérias-primas à distribuição do produto final. O documento ainda apresenta diretrizes específicas para diferentes tipos de produtos, como alimentos secos, úmidos, semiúmidos e petiscos mastigáveis.

DESTAQUES

Pequenos snacks, grandes faturamentos

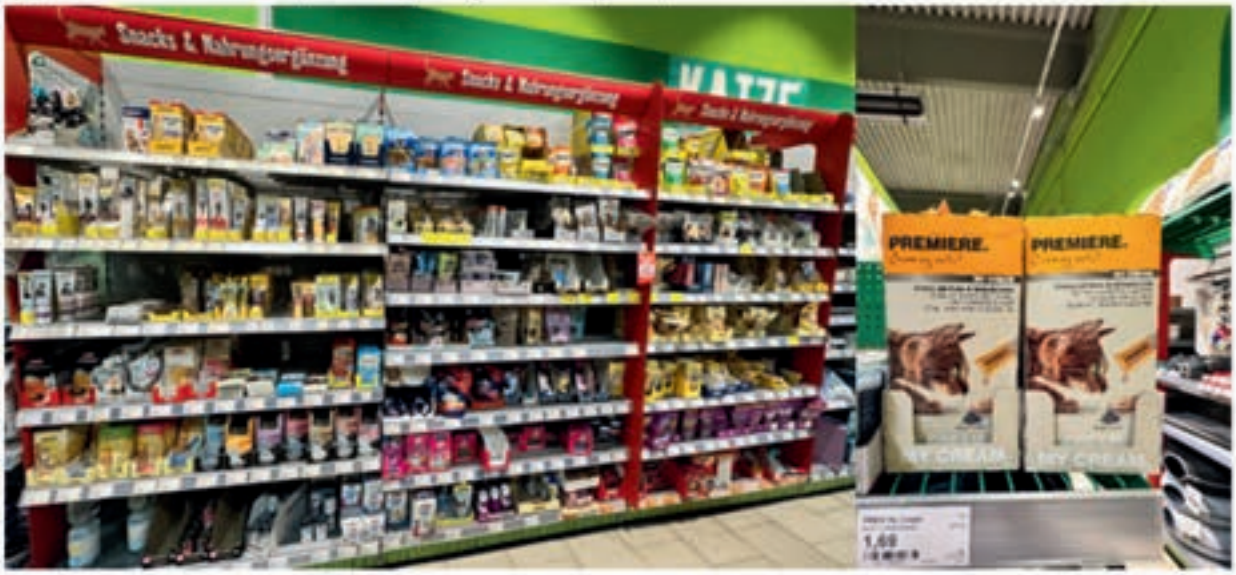
É estimado que mais de 90% dos tutores na Alemanha ofereçam petiscos regularmente aos seus cães e gatos. Como anunciado em uma revista no país: "pequenos snacks, grandes faturamentos".

Conforme já relatado no tópico de mercado, eles representam o dobro do faturamento da ração seca para cães na Alemanha. Em lojas especializadas, as seções de petiscos são significativamente grandes (Figura 8 e 9) e é oferecida uma ampla categoria de produtos, de acordo com o ingrediente ou propósito: tiras e palitos, bifinhos, lanches para treino, snacks crocantes ou macios, salsichas, petiscos líquidos para gatos, pastas e cremes, mastigáveis naturais, entre outros. A rede Fressnapf oferece diversidade de 542 produtos classificados como "snacks" para cães e 247 para gatos.

[1] https://europeanpetfood.org/wp-content/uploads/2022/03/List_of_EU_legislation_and_other_rules_applicable_to_or_of_relevance_for_pet_food__Status_26-08-2020.docx

[2] https://europeanpetfood.org/wp-content/uploads/2022/03/FEDIAF_Safety_Guide_February_2018_online.pdf

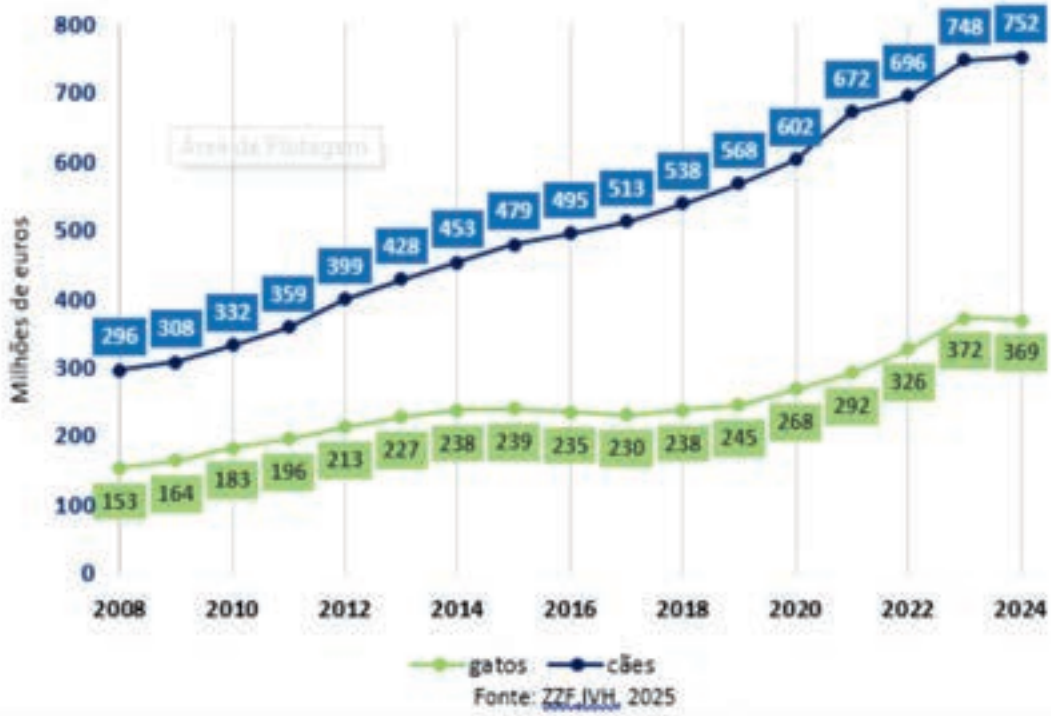
Figure 8 – Variedade de petiscos para gatos em loja especializada em Berlim



Variedade de apresentações para gatos: petiscos secos, pastosos e líquidos. Fonte: Levantamento do Adido Agrícola

Petiscos com propriedades específicas, como suporte articular, cuidado dental, efeito calmante e função imunológica têm ganhado espaço no mercado e tendem a crescer em participação de vendas.

Gráfico 1- Faturamento da venda de petiscos para cães e petiscos e leite para gatos de 2008 a 2024.



Fonte: ZZF,IVH, 2025

Figura 9 - Petiscos de treinamento e mastigáveis naturais para cães em lojas especializada na Alemanha

Exposição de petiscos voltados ao adestramento, ao lado de snacks mastigáveis naturais ("dog chews"), em formatos lúdicos, incluindo pães e o tradicional Bretzel alemão. Fonte: Levantamento da Adidância Agrícola em Berlim

A Alemanha acompanha a tendência europeia de valorização dos petiscos, com destaque para aqueles com apelo funcional, ingredientes naturais, livres de grãos, formulados com proteínas exóticas ou alternativas e com formatos específicos — seja para promover a saúde bucal, das articulações ou da pelagem.

A demanda de mercado juntamente com o fato de as rações completas precisarem comprovar equilíbrio nutricional e atender a normas estritas de composição (proteína, fibras, minerais etc.), estabelecidas por órgãos como a EFSA (Autoridade Europeia para Segurança Alimentar), tornam os petiscos especialmente potenciais para exportações do Brasil, desde que não se alegue propriedades terapêuticas.

Apesar da ausência de estatísticas específicas para os petiscos mastigáveis naturais — como ossos prensados, cartilagens e produtos à base de couro bovino — devido à amplitude da classificação tarifária, trata-se de um segmento com presença consolidada no varejo especializado alemão. Esses produtos são amplamente utilizados como itens de entretenimento e higiene bucal para cães, apresentando formatos variados e apelo natural. Ainda que os dados sejam limitados, aparentemente trata-se de um nicho promissor para produtos brasileiros, sobretudo considerando a disponibilidade local de matéria-prima e a tradição nacional na industrialização de subprodutos animais.

É importante a identificação de potenciais parceiros comerciais e é recomendável que empresas brasileiras interessadas em acessar o mercado alemão de pet food estabeleçam contato com entidades setoriais locais. Duas associações de destaque são a Industrieverband Heimtierbedarf (IVH) e. V., que representa os fabricantes de alimentos e produtos para animais de estimação na Alemanha, e a Zentralverband Zoologischer Fachbetriebe Deutschlands e. V. (ZZF), que reúne empresas do comércio especializado, incluindo distribuidores e varejistas do setor pet. Ambas as instituições são fontes relevantes de informações regulatórias, tendências de mercado e oportunidades de aproximação com o setor privado alemão.

A Interzoo, feira bienal realizada em Nuremberg, é um dos principais pontos de encontro da indústria global de pet food e representa uma oportunidade para empresas brasileiras estabelecerem contatos comerciais, acompanhar tendências de consumo e conhecer de perto as exigências do mercado europeu. Participar como expositor ou visitante pode facilitar o acesso a parceiros, distribuidores e potenciais compradores no setor.

CONCLUSÃO

O mercado alemão de pet food demonstra maturidade, alto valor agregado e diversificação crescente, com demanda consistente por produtos "naturais", funcionais e diferenciados. Embora o Brasil ainda não possua participação relevante para esse mercado, há espaço para avanço, especialmente em nichos como petiscos e ingredientes de origem animal. A presença de empresas brasileiras registradas para exportar à União Europeia é um ponto de partida, mas o acesso efetivo depende do alinhamento com os requisitos técnicos, sanitários do Bloco e dependendo do caso, investimento em diferenciação de portifólio. A consolidação de parcerias com distribuidores locais, a participação em eventos setoriais e o diálogo com associações especializadas são caminhos relevantes para ampliar a inserção de produtos brasileiros no setor.

EXPORTAÇÃO DE CARNE DE PERU PARA ANGOLA – SITUAÇÃO ATUAL DO MERCADO

Data: 14/05/2025
Posto: Luanda/ Angola
Palavras-chave: carne de aves; Peru.
Responsável: José Guilherme Tollstadius Leal

SUMÁRIO:

Angola importou US$ 4 milhões de carne de peru em 2024. O Brasil é o principal fornecedor. Foram introduzidas recentemente alterações e restrições que podem vir a exigir adaptações para a continuidade das exportações.

O consumo de carne de aves faz parte do hábito alimentar do angolano. Dentre as carnes de aves, a de frango é a mais consumida, seguida da de peru e de pato.
O mercado de Angola para carne de peru é abastecido por produtos importados.
Alterações recentes nos códigos de classificação (SH) dos produtos importados e nos procedimentos para licenciamento das importações poderão exigir adaptações por parte dos exportadores para manter os embarques para Angola.

DESENVOLVIMENTO

Angola importou 2.266 toneladas de carne de peru em 2024, ao valor de US$ 4 milhões.
O Brasil aparece como principal fornecedor, com 49% do valor das importações, seguido pelo Canadá (12%), Estados Unidos da América (7%) e Espanha (7%), conforme dados da Administração Geral Tributária (AGT) referentes ao ano de 2024.

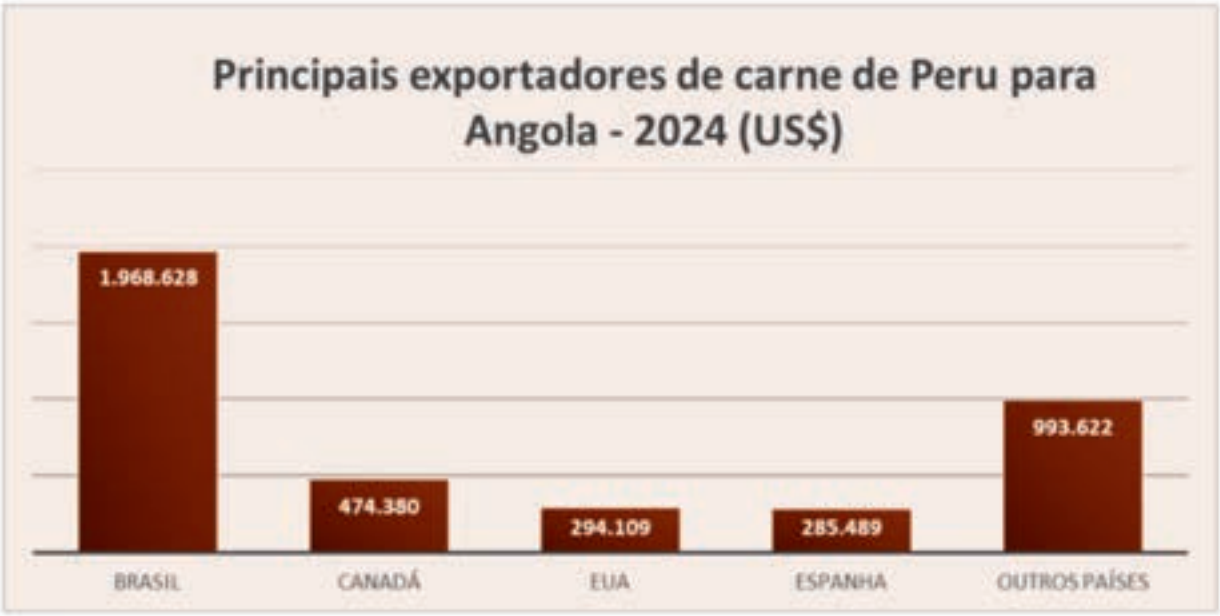


Gráfico 1

O gráfico 2 indica as principais origens das importações, por quantidade:

Gráfico 2

Analisando os dados das importações em 2024, coxas e pedaços e coxas representaram 40% do valor importado. Pedaços e miudezas congelados (classificação genérica) responderam por 35%. As aves inteiras (não cortadas em pedaços congeladas) alcançaram 16%, correspondendo a US$ 637 mil.

código	descrição	quantidade (ton)	valor (US$)
0207.25.00	Não cortadas em pedaços, congeladas	188	637.003,97
0207.26.60 0207.27.60	Coxas e pedaços de coxas	1.006	1.599.795,36
0207.27.00	Pedaços e miudezas congelados	784	1.393.292,59
0207.26.30 0207.27.30	Asas inteiras, mesmo sem ponta	156	176.015,51
0207.26.50 0207.27.50	Peitos e pedaços de peitos	102	158.013,73
	Outros códigos	29	52.106

Tabela 1 – importação de carne de peru, por grupo de produtos - 2024

O gráfico 3 demonstra a quantidade importada por mês, ao longo do ano de 2024, segundo dados da Administração Geral Tributária (AGT). Pode-se inferir que o mercado de Angola apresenta demanda distribuída ao longo do ano, com um pico no período das festas do final do ano.

Gráfico 3

O mercado de Angola está aberto para carne de peru do Brasil, sendo necessária a emissão de Certificado Sanitário Internacional (CSI BR). Para exportar produtos de origem animal se faz necessário obter licença de importação junto ao Instituto dos Serviços de Veterinária (ISV), órgão vinculado ao Ministério da Agricultura e Florestas da República de Angola (MINAGRIF).
O Direito de Importação (tarifa de importação) está em 10% para as posições com maior quantidade importada: coxas e pedaços de coxas (0207.26.60 - 0207.27.60), pedaços e miudezas congelados (0207.27.00), não cortadas em pedaços, congeladas (0207.25.00).

O Governo de Angola promoveu atualização da pauta aduaneira em 2024, com a edição do Decreto Legislativo Presidencial nº 1/2024, trazendo proibição de importação de algumas partes de perus. Por meio da Lei nº 18/2024, foram introduzidas algumas alterações mais recentes na pauta aduaneira, que passou a vigorar em janeiro de 2025. Foram criados novos códigos para classificar pontas de asas (0207.27.49), patas (0207.27.81), peles comestiveis (0207.27.82) e cabeça, cristas e rabos (0207.27.83). Na mesma Lei 18/2024, estão incluídas na tabela de importação proibida as seguintes partes de peru: patas, pontas de asas, cabeça, cristas e rabos. Foram classificadas como produtos de importação restrita as peles comestíveis. Existe ainda um trabalho em curso no Ministério da Agricultura e Florestas e Ministério da Indústria e Comércio, que pode resultar em ampliação das proibições de importação para outras partes, como asa inteira e a retomada da proibição de importação do dorso de peru.

CONCLUSÃO

O Brasil é o principal fornecedor de carne de peru para Angola, com fatia de 49% do valor importado em 2024.

O Governo de Angola promoveu alterações recentes da pauta aduaneira, introduzindo restrições às importações de algumas partes de peru, o que tem ocasionado problemas nos licenciamentos de importação.

As empresas brasileiras que exportam carne de peru para Angola poderão ser demandadas pelos importadores locais para adequação dos cortes ou mudanças na apresentação dos produtos, diante das restrições impostas pelo governo angolano.

لا إله إلا الله محمد رسول الله

O IMPORTANTE PAPEL DO BRASIL NA EXPORTAÇÃO DE BOVINOS VIVOS PARA ABATE NA ARÁBIA SAUDITA E O POTENCIAL PARA MAIOR PARTICIPAÇÃO NO MERCADO SAUDITA.

Data: 12/05/2025
Posto: RIADE/ARÁBIA SAUDITA
Palavras-chave: bovinos vivos; abate; Arábia Saudita.
Responsável: Adriano Perrelli Pestana de Castro

SUMÁRIO:

O Brasil é um dos maiores exportadores mundiais de bovinos vivos, especialmente para a Arábia Saudita. Em 2024, a Arábia Saudita importou cerca de US$ 60 milhões em bovinos vivos, com a Colômbia liderando o mercado com aproximadamente US$ 25 milhões (41%), seguida pelo Brasil com US$ 19 milhões (31%). O Brasil foi o principal exportador para a Arábia Saudita entre 2020 e 2021, mas a Colômbia assumiu a liderança em 2022, aproveitando acordos comerciais na região. Em 2024, as exportações brasileiras aumentaram significativamente para o Reino. A demanda saudita por bovinos vivos é alta devido à cultura, religião e limitações na produção local, que não consegue atender ao consumo interno. O mercado é altamente regulado, exigindo conformidade com requisitos de qualidade, saúde animal e preceitos religiosos islâmicos (Halal), incluindo procedimentos específicos de abate e certificação. Apesar da concorrência, o Brasil mantém uma posição importante devido à sua capacidade de produção e infraestrutura, além de atender aos requisitos do mercado saudita e apresentar potencial para maior participação.

Importações sauditas de bovinos vivos no comércio internacional

O Brasil é historicamente um dos maiores exportadores mundiais de bovinos vivos, incluindo para a Arábia Saudita.

De acordo com os dados do Sistema ITC Trademap, a Arábia Saudita importou, em valores, US$ 60 milhões de bovinos vivos no comércio internacional no ano de 2024.

Observa-se que as exportações de bovinos vivos ao mercado saudita em 2024 foram lideradas pela pela Colômbia, com valores próximos de US$ 25 milhões e participação de 41% no mercado saudita, seguida pelo Brasil com valores totais de US$ 19 milhões e participação de 31% (Tabela 1).

Com uma tarifa zero aplicada pela Arábia Saudita na importação de bovinos vivos, vale destacar que o Brasil possui certificado zoossanitário acordado com a Arábia Saudita para exportação desses animais destinados a abate no Reino.

Product: 010229 Live cattle (excl. pure-bred for breeding)

Exporters	Select your indicators				
	Value imported in 2024 (USD thousand)	Share in Saudi Arabia's imports (%)	Quantity imported in 2024	Quantity unit	Average tariff (estimated) applied by Saudi Arabia (%)
World	60168	100	26649	Tons	
Colombia	24705	41.1	10466	Tons	0
Brazil	18859	31.3	11366	Tons	0
United States of America	9783	16.3	1827	Tons	0
Oman	3084	5.1	845	Tons	0
Romania	1889	3.1	1144	Tons	0
Spain	1385	2.3	828	Tons	0

Tabela 1. Tabela 1. Importações de bovinos vivos pelo Reino da Arábia Saudita em 2024. Valores (mil dólares), quantidades (tons) e participação (%). Fonte: ITC Trademap

Vale destacar que o Brasil foi o principal exportador de bovinos vivos ao mercado saudita entre os anos de 2020 e 2021. Em 2022, a Colômbia tornou-se o principal exportador de gado vivo ao Reino, diante da abertura de mercado conquistada no ano anterior (Final de 2021) – Tabela 2.

Atualmente, a Colômbia lidera o fornecimento de gado vivo ao mercado saudita, seguida pelo Brasil. Nota-se que a Colômbia tem aumentado sua participação na exportação de bovinos vivos, aproveitando os acordos comerciais na região (Figura 1).

Imagem 1 – Dados presentes no Website da Saudi Pet & Vet Expo - https://www.petvet-expo.com/

Product: 010229 Live cattle (excl. pure-bred for breeding)

Exporters	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023	Imported value in 2024
World	75949	65348	101869	89292	60168
Colombia	0		50262	57175	24705
Brazil	38479	44337	30463	4149	18859
United States of America	0			19897	9783
Oman	0			88	3084
Romania	19666	8434	4410	1442	1889
Spain	11802	11033	9967		1385

Tabela 2. Importações de bovinos vivos pelo Reino da Arábia Saudita de 2020 a 2024. Valores (mil dólares). Fonte: ITC Trademap

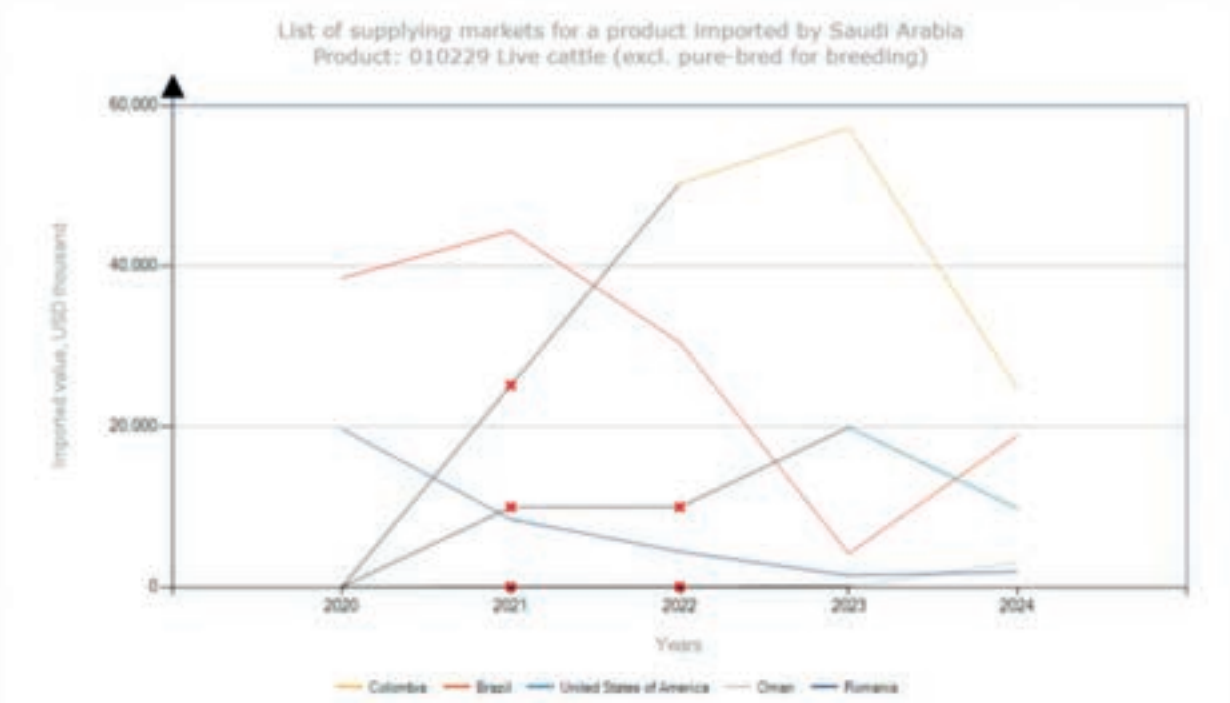


Figura 1. Gráfico de importações de bovinos vivos pelo Reino da Arábia Saudita de 2020 a 2024. Valores (mil dólares). Fonte: ITC Trademap.

Imagem 2 – Dados presentes no Website da Saudi Pet & Vet Expo - https://www.petvet-expo.com/

Participação brasileira no mercado saudita – bovinos vivos para abate:

Dados recentes do Sistema Agrostat (Tabela 3) apontam um aumento bastante significativo das exportações brasileiras de bovinos vivos ao Reino no ano de 2024 (US$ 24 milhões), em comparação ao ano de 2023 (US$ 3 milhões), correspondendo uma variação positiva de 880% nos valores.

	Ano	2023		2024	
Produto	Bloco/País	Valor(US$)	Peso(Kg)	Valor(US$)	Peso(Kg)
Totais		2,521,740	1,189,500	24,720,098	11,785,610
(3º Nível) BOVIN(	(PAIS) - ARABIA S.	2,521,740	1,189,500	24,720,098	11,785,610

Tabela 3. Exportações de bovinos vivos do Brasil ao no Reino da Arábia Saudita em 2023 e 2024. Valores (dólares) e quantidades. (Kg).
Fonte: Agrostat.

Mercado de Bovinos Vivos na Arábia Saudita - Informações gerais:

A Arábia Saudita possui uma demanda significativa por bovinos vivos destinados ao abate, impulsionada por fatores culturais, religiosos e de consumo interno.
O país importa uma grande quantidade de bovinos vivos devido às limitações na produção local de gado de corte, que é insuficiente para atender à demanda nacional.
O mercado é altamente regulado, com requisitos específicos relacionados à qualidade, saúde animal e conformidade com os preceitos religiosos.

Segundo os preceitos do Islamismo e as normas Halal, o abate deve ser realizado por um muçulmano devidamente treinado, que siga os preceitos religiosos, utilizando uma lâmina afiada para minimizar o sofrimento do animal. O sangue deve ser completamente drenado do corpo do animal, pois seu consumo é proibido no islamismo. Os animais devem estar saudáveis, livres de doenças transmissíveis, maus-tratos ou condições que possam comprometer sua conformidade halal.

Além disso, procedimentos de inspeção sanitária e de bem-estar animal são obrigatórios antes, durante e após o abate, sendo os estabelecimentos certificados por autoridades islâmicas e sanitárias reconhecidas. Para garantir a conformidade religiosa, os produtos finais devem possuir certificação halal emitida por entidades reconhecidas internacionalmente ou pelo governo saudita.

Considerações:

Vale destacar que o Brasil mantém uma posição relevante no mercado internacional de exportação de bovinos vivos, especialmente para a Arábia Saudita, devido à sua capacidade de produção e infraestrutura consolidada. Apesar de a Colômbia ter assumido temporariamente a liderança nas exportações ao mercado saudita em 2022, o Brasil demonstrou um crescimento expressivo em 2024, em relação ao ano anterior, refletindo uma recuperação e fortalecimento de sua participação nesse mercado. A demanda saudita por bovinos vivos é impulsionada por fatores culturais, religiosos e pela insuficiência da produção local, o que garante uma demanda contínua e significativa para os fornecedores internacionais. Assim, o Brasil permanece como um ator estratégico na cadeia de exportação de gado vivo para a Arábia Saudita, com potencial de expansão futura diante das oportunidades geradas pelos acordos comerciais regionais e pelo aumento da demanda interna saudita.

AGROINSIGHT ARGÉLIA – O WHEY (SORO DE LEITE) NA ARGÉLIA E SEU POTENCIAL DE MERCADO

Data: 13/05/2025
Posto: Argel/Argélia
Palavras-chave: Argélia; mercado; soro de leite; consumo.
Responsável: Luciana Pich Gomes – Adida Agrícola em Argel

SUMÁRIO:

O mercado argelino de suplementos alimentares registra uma expansão vertiginosa, impulsionada pelo interesse crescente em práticas de condicionamento físico e aumento de desempenho esportivo. 95% dos suplementos consumidos no país são importados, em um comércio de suplementos alimentares estimado em 500 milhões de euros.

Para um observador inexperiente, o mercado fitness ou de produtos funcionais em um país de maioria muçulmana não parece atraente, mas os números e a paisagem de uma grande cidade como Argel pode surpreender.

O mercado argelino de suplementos alimentares registra uma expansão vertiginosa, impulsionada pelo interesse crescente em práticas de condicionamento físico e aumento de desempenho esportivo. Cerca de 25% dos adolescentes matriculados em academias consomem suplementos para ganho muscular ou redução de gordura corporal. Entre atletas profissionais adultos, a taxa atinge 99%, principalmente entre os praticantes de modalidades de força.

De acordo com um estudo realizado em 2022 pela Faculdade de Ciências Naturais e da Vida da Universidade de Constantine, na Argélia, 95% dos suplementos consumidos no país são importados, principalmente da China e da Índia. Esses produtos são comercializados principalmente por meio de farmácias (48%), comércio eletrônico (21%) e lojas especializadas (17%).

O principal produto procurado é o soro de leite, ou o famoso Whey Protein. Em uma simples busca em sites de comércio eletrônico na Argélia são encontradas diversas opções:

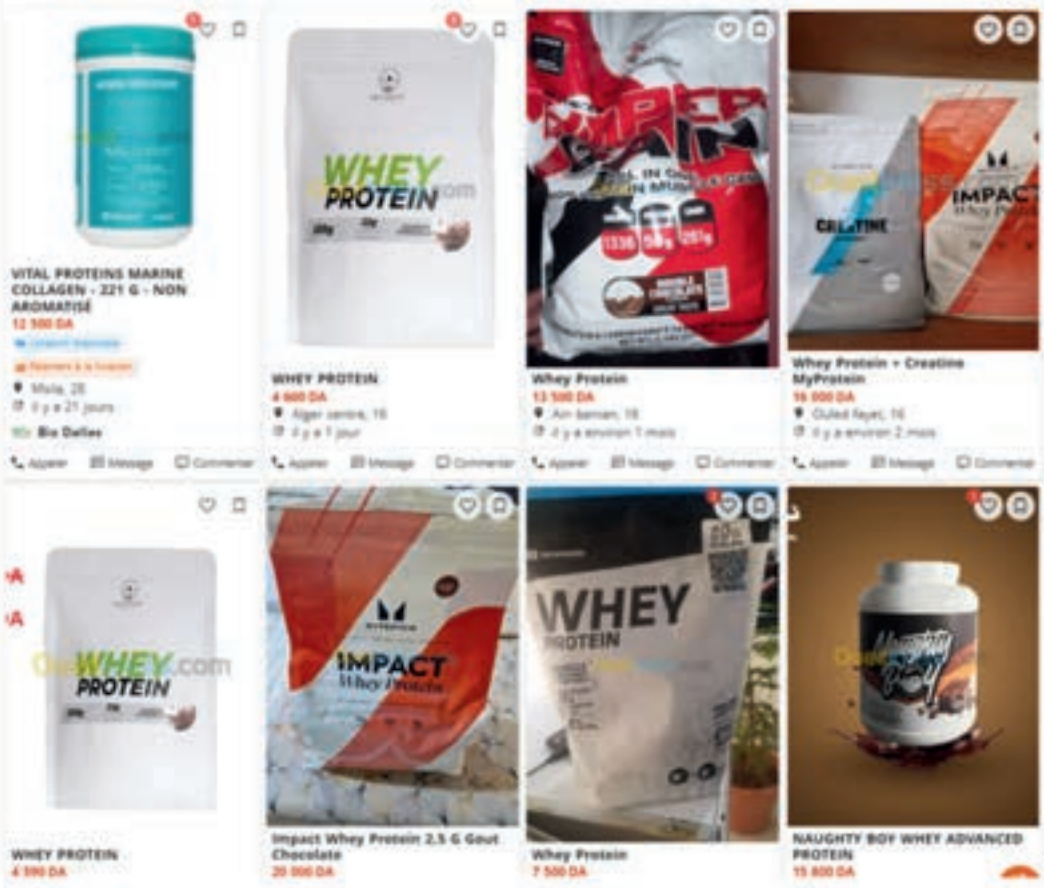


Figura 1: diferentes marcas de whey protein à venda no comércio eletrônico argelino em pesquisa realizada em maio de 2025.

O comércio de suplementos alimentares na Argélia é estimado em 500 milhões de euros e possui atualmente alta demanda. De acordo com dados do TradeMap® em 2024 a Argélia importou US$ 9,5 milhões de Soro de leite (SH 040410), com um crescimento de 24% quando comparado ao ano de 2023. Os principais fornecedores são Turquia e França, conforme gráfico abaixo:

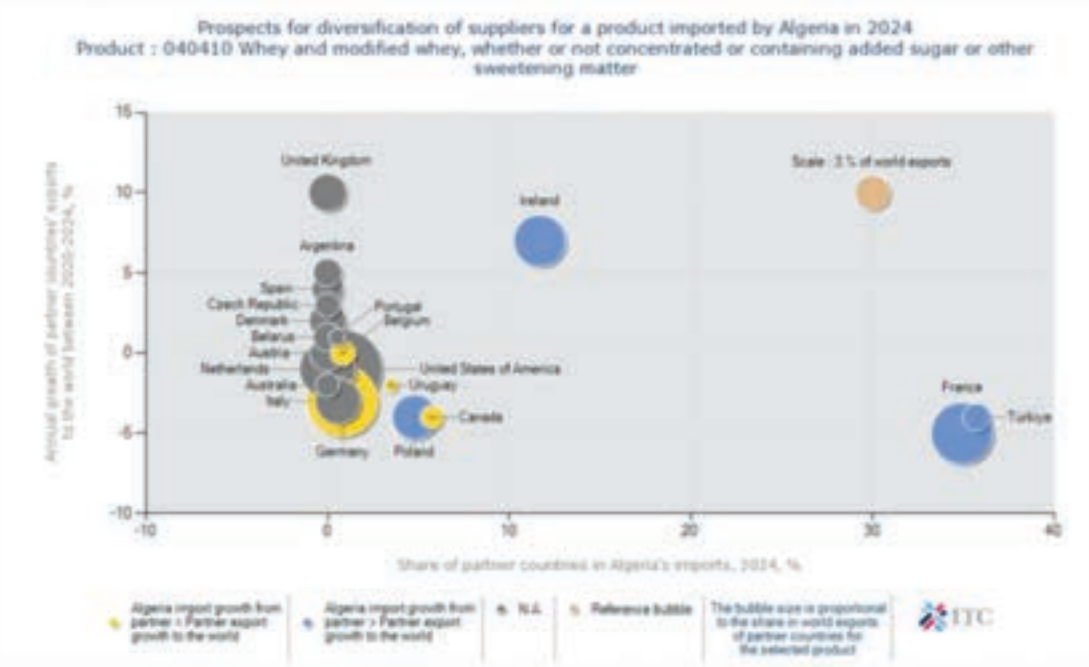


Gráfico 1: fornecedores de soro de leite importado pela Argélia em 2024. Fonte: TradeMap®
A tarifa média cobrada para importação desse produto pela Argélia é de 15%.

Com um mercado potencial expressivo, o setor de suplementos poderia representar uma oportunidade econômica importante, desde que rigorosamente regulamentado e fiscalizado, garantindo a proteção da saúde pública e a legalidade nas operações comerciais.

REGULAMENTAÇÃO

- Decreto Executivo nº 12-214 de 15 de maio de 2012, que estabelece os termos e condições de uso de aditivos alimentares em gêneros alimentícios destinados ao consumo humano.
- Decreto Executivo nº 92-25, de 13 de janeiro de 1992, referente às condições e termos de uso de aditivos em alimentos.
- Ordem de 14 Jumada Ethania 1416, correspondente a 7 de novembro de 1995, relativa a especificações técnicas e regras para a importação de produtos alimentícios.
- Decreto Executivo nº 91-53, de 23 de fevereiro de 1991, sobre as condições de higiene no processo de fabricação de alimentos.
- Ordem interministerial de 19 de outubro de 2017, que estabelece os termos e condições aplicáveis à rotulagem nutricional de gêneros alimentícios.
- Ordem de 22 Rabie El Aouel 1441, correspondente a 19 de novembro de 2019, que complementa a ordem de 16 Rabie Ethani 1427, correspondente a 14 de maio de 2006, que define os espécimes e o conteúdo dos documentos relacionados ao controle de fronteira da conformidade de produtos importados.

OPORTUNIDADES PARA A CARNE SUÍNA NA ARGENTINA

Data: 15/05/2025
Posto: Buenos Aires/Argentina
Palavras-chave: exportação; carne suína; Argentina.
Responsável: Andrea Claudia Parrilla – Adida Agrícola em Buenos Aires

SUMÁRIO:

As recentes facilitações do atual governo argentino para favorecer e ampliar o comércio exterior na Argentina aliada a queda nacional do consumo de carne bovina está favorecendo a importação de carne suína brasileira em 2025.

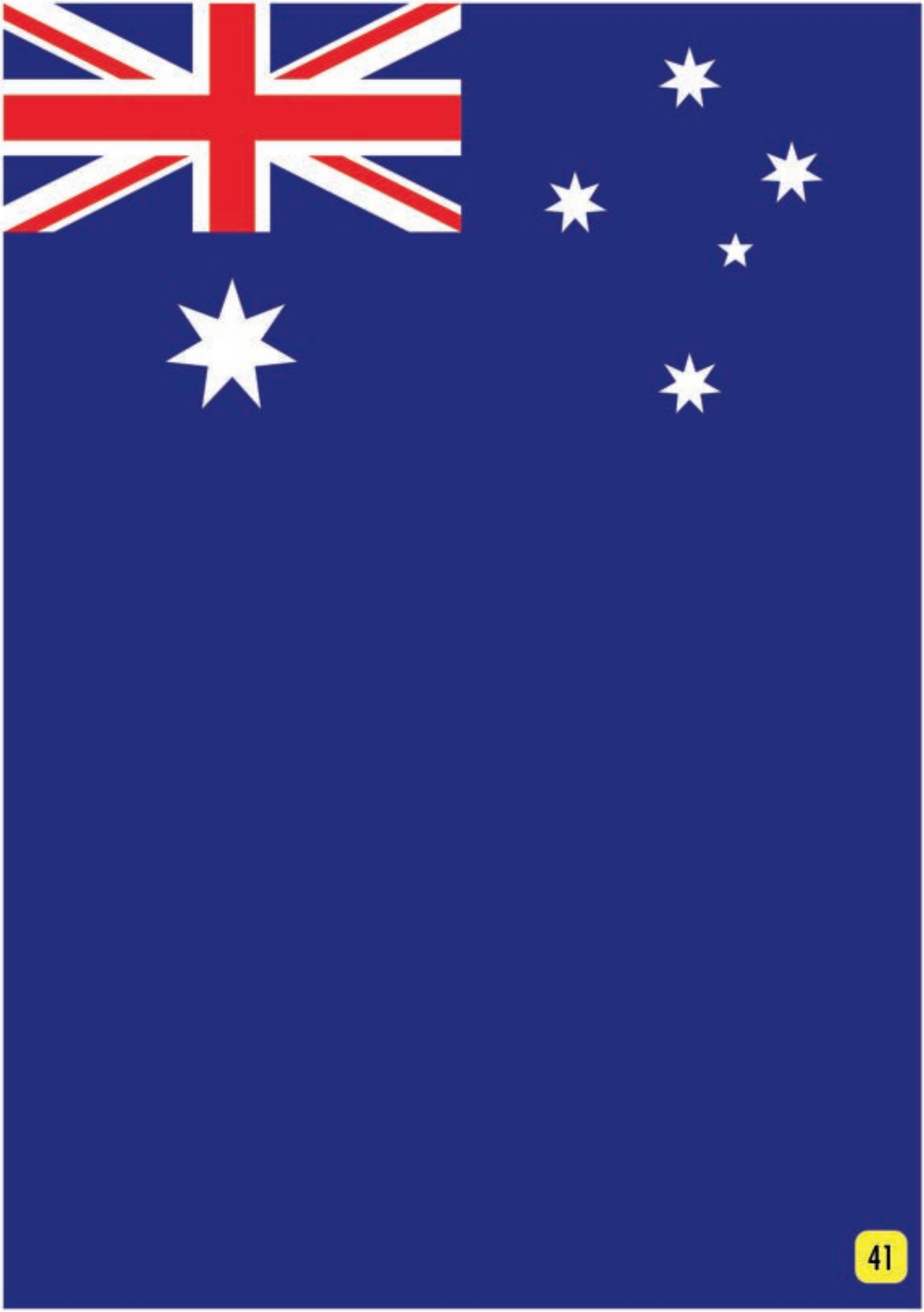
A importação argentina de carne suína brasileira apresentou um crescimento expressivo em 2025 quando comparada a 2024. Os dados indicam um aumento significativo proporcionando oportunidades para esse setor no Brasil.

- Abril 2025: A Argentina importou 5,9 mil toneladas de carne suína do Brasil, um aumento de 630,7% em relação a abril de 2024. Em valor corresponde a USD 16.5 milhões de dólares.
- ·Acumulado de jan-abril 2025 As importações argentinas totalizaram 19,7 mil toneladas, representando um aumento de 439,3% em comparação com o mesmo período do ano anterior.

Os primeiros meses de 2025 mostraram que Argentina está voltando a ser um grande mercado potencial para a cadeia da carne suína brasileira. As importações recordes argentinas nesse período podem ser explicadas por alguns fatores, incluindo o crescimento do consumo interno, limitações na produção local e a competitividade do produto brasileiro no mercado internacional.

- 1. Aumento do consumo interno argentino: Em 2024, o consumo per capita de carne suína na Argentina atingiu aproximadamente 17,7 kg, refletindo uma crescente preferência por essa proteína devido ao seu custo-benefício em comparação com a carne bovina.
- 2. Limitações na produção local: Apesar de um crescimento contínuo na produção de carne suína na Argentina, que atingiu 785 mil toneladas em 2024, a demanda interna crescente superou a capacidade de produção, levando à necessidade de importações adicionais para suprir o mercado.
- 3. Competitividade da carne suína brasileira: O Brasil, como um dos principais exportadores globais de carne suína, oferece produtos a preços competitivos, o que torna suas exportações atraentes para países vizinhos como a Argentina.

Os produtos mais relevantes importados são a bondiola e a paleta. O Brasil é um mercado preferencial para a Argentina mas ainda concorre com Chile, Dinamarca e Marrocos.



FEIRA FINE FOOD AUSTRÁLIA 2025

Data: 15/05/2025
Posto: Camberra/Austrália
Palavras-chave:Austrália; carne bovina; projeção 2025.
Responsável: Daniela de Moraes Aviani, Adida Agrícola em Camberra; Uran Joshi, Assistente Técnico

SUMÁRIO:

A Fine Food Australia 2025, maior feira da indústria alimentícia do país, representa uma vitrine estratégica para exportadores brasileiros de alimentos e produtos do segmento. Com rígidas barreiras sanitárias que restringem o ingresso de carnes in natura, a recente abertura do mercado australiano para pescados cultivados, extrativos e camarões posiciona a aquicultura nacional de forma vantajosa. A feira oferece oportunidades de inserção junto a canais de food service e varejo, com forte demanda por produtos sustentáveis, práticos e com valor agregado. Destacam-se o potencial da tilápia para o 'fish and chips', os camarões e produtos porcionados voltados à conveniência. Também há espaço para carnes esterilizadas, como alternativas viáveis às restrições sanitárias. É também excelente oportunidade para exportadores de equipamentos para serviços de alimentação e de cozinha profissional.

A Fine Food Austrália como Vitrine para o Setor de Alimentos e Alimentação

A Fine Food Australia (https://finefoodaustralia.com.au/) é a maior feira da indústria alimentícia no país, voltada exclusivamente ao público profissional da cadeia de alimentos, hospitalidade, food service, panificação, tecnologia de varejo e bebidas. Com mais de 40 anos de história, a feira recebe anualmente cerca de 24 mil visitantes e mais de 900 expositores de mais de 30 países.

A edição de 2025 ocorrerá entre os dias 8 e 11 de setembro em Sydney e contará com 12 segmentos distintos, incluindo categorias especialmente relevantes para produtos brasileiros como: Vida Saudável, Alimentos e Produtos Especiais, Ingredientes para Panificação, Bebidas e Café & Chá. O evento serve como porta de entrada para o varejo australiano, sendo reconhecido por reunir compradores de todo o país e da Nova Zelândia, além de distribuidores asiáticos em busca de fornecedores sustentáveis e inovadores.

Tendências do Mercado Australiano e Oportunidades para Exportadores

Consumidores australianos valorizam produtos com garantia de origem, bem-estar animal, sustentabilidade e conveniência, estabelecendo um cenário exigente para exportadores. Um dos principais entraves ao ingresso de produtos de origem animal são as rigorosas barreiras sanitárias que refletem a abordagem cautelosa adotada pelas autoridades australianas para proteger seu status zoossanitário. Isso sujeita a importação de carnes, lácteos e ovos a longos processos de análise de risco e ao atendimento de exigências técnico-normativas específicas, como equivalência de sistemas de inspeção, rastreabilidade e segregação sanitária. Como consequência, o acesso a esse mercado é concedido apenas a um grupo restrito de países.

O Brasil, até o momento, não está habilitado a exportar carnes bovina, suína ou de aves in natura para a Austrália, devido à ausência de avaliações de risco concluídas. A única exceção é a comercialização de carnes termoprocessadas, geralmente enlatadas, submetidas a processos de esterilização comercial que eliminam riscos sanitários — o que representa uma via alternativa de entrada para produtos cárneos brasileiros.

Diante desse cenário restritivo, a recente abertura do mercado para pescados brasileiros ganha especial relevância e posiciona a aquicultura nacional em vantagem estratégica frente às demais cadeias de proteína animal. Desde 2024, o Brasil está habilitado a exportar pescados cultivados, espécies oriundas da pesca extrativa e diferentes tipos de camarão ao mercado australiano. A tilápia, em particular, desponta como alternativa competitiva para o tradicional fish and chips, prato emblemático e amplamente consumido no país. A combinação entre sabor leve, boa textura e apelo sustentável faz da tilápia uma opção altamente competitiva, com alto potencial de aceitação entre consumidores e operadores do setor de alimentação fora do lar.

Durante a Fine Food Australia, os exportadores brasileiros terão a oportunidade de interagir com diversos segmentos do mercado, em especial com o setor de serviços especializados em refeições - como restaurantes, cafeterias e hotéis - que buscam ingredientes de alta qualidade, seguros e com diferencial de valor. Paralelamente, supermercados e varejistas ficam atentos a lançamentos e à diversidade de produtos com apelo à conveniência, saudabilidade e preparo rápido, atributos em alta nas preferências de consumo local.

Adicionalmente, para além dos alimentos e bebidas, a feira também apresenta soluções industriais para toda a cadeia, sendo uma excelente oportunidade para exportadores de equipamentos para serviços de alimentação e cozinha profissional, tecnologia para varejo e food service, embalagens e ingredientes processados. Entre os destaques, figuram misturas para panificação, molhos, condimentos e ingredientes funcionais, ampliando as possibilidades de inserção comercial para produtos brasileiros com valor agregado.

Aqui surge a oportunidade para ampliar exportações brasileiras de produtos cárneos esterilizados para Austrália, como carne bovina ou de frango enlatada, que atendem aos requisitos de biossegurança australianos por passarem por processos térmicos de alta intensidade (esterilização comercial). O segmento de alimentos de longa vida útil, especialmente voltado a situações de consumo rápido ou em contextos remotos (como escolas, forças de segurança, mineração e eventos esportivos), demonstra demanda crescente por itens proteicos prontos para o consumo, com apelo de praticidade, segurança e redução de desperdício.

Estratégias para Exportadores Brasileiros com Interesse em Expor na Fine Food Australia

Pesquisa de Mercado: Antes da participação na feira, é fundamental realizar uma análise detalhada sobre o mercado australiano, incluindo identificação de nichos promissores, concorrência local e internacional, exigências regulatórias e perfis de consumo.

Adaptação do Produto: Avaliar a necessidade de adequação de rótulos (em inglês, conforme as normas do Food Standards Australia New Zealand) embalagens e até mesmo formulações para atender ao perfil do consumidor australiano. Clareza nas informações — como origem, ingredientes naturais, ausência de alérgenos e certificações — é fator decisivo na conquista de espaço no varejo.

Material Promocional de Qualidade: Investir em catálogos e folhetos em inglês que comuniquem não apenas as características técnicas dos produtos, mas também sua história, sustentabilidade, produção familiar ou impacto social. Relatos de boas práticas e certificações reconhecidas internacionalmente agregam valor intangível e credibilidade.

Participação Ativa: Contatar compradores e distribuidores com antecedência para agendamento de reuniões durante a feira. Participar de eventos paralelos de networking e visitas técnicas também amplia as chances de inserção comercial. Visitar supermercados e empórios locais permite observar o posicionamento de produtos similares nas gôndolas e identificar estratégias de precificação e comunicação visual.

Amostras e Degustação: Oferecer degustações no estande é uma forma eficiente de atrair visitantes e demonstrar a qualidade sensorial dos produtos. Sempre que possível, realizar harmonizações ou apresentar sugestões de preparo pode conectar o público à cultura brasileira de forma memorável e interativa.

Sugestões de Produtos com Potencial – Pescados Brasileiros

• Filés de tilápia congelados, representam excelente alternativa para o setor de food service australiano, especialmente como substituto em preparações tradicionais como o fish & chips. A rastreabilidade, o cultivo sustentável e a ausência de antibióticos são atributos valorizados por compradores institucionais e redes varejistas.

• Camarões de cultivo, reconhecidos pela qualidade sanitária e sabor, podem ser promovidos como alternativa premium aos produtos asiáticos. A valorização de boas práticas aquícolas e certificações ambientais pode destacar o camarão brasileiro no segmento de hospitalidade e em linhas gourmet do varejo.

• Produtos com valor agregado, como empanados, cortes porcionados individuais (IQF - individually quick frozen), cubos e steaks de peixe branco, atendem à crescente demanda por conveniência no preparo, especialmente no canal institucional, como hospitais, escolas e serviços de bordo. A combinação de conveniência com responsabilidade socioambiental pode facilitar a entrada em redes que priorizam compras éticas.

• Apresentações voltadas para nichos étnicos, como tilápia inteira limpa (sem cabeça e sem escamas), camarão com casca ou pescados inteiros eviscerados (sem cabeça), são especialmente demandadas por comunidades asiáticas nas principais cidades australianas e podem ampliar a aceitação em supermercados independentes e lojas especializadas.

Custo e Contato

O investimento para montagem de estandes básicos individuais (9m²) parte de aproximadamente US$ 6 mil. Para mais informações sobre a participação na feira e apoio institucional, entre em contato com a Adidância Agrícola em Camberra: adido.camberra@agro.gov.br

Fonte: ITC, Trademap.

O AMENDOIM BRASILEIRO NO BANGLADESH

Data: 15/05/2025
Posto: DACA/BANGLADESH
Palavras-chave: amendoim; arachis hypogaea; Bangladesh; street food.
Responsável: Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

SUMÁRIO:

O consumo de amendoim (Arachis hypogaea) no Bangladesh é um produto consumido tradicionalmente nas ruas das cidades e há uma tendência de crescimento da produção e do consumo em função de questões dos benefícios nutricionais proporcionados pelo seu consumo. A Adidância Agrícola em Daca recomenda fortemente que o setor privado brasileiro conheça mais esse mercado no sentido de identificar possíveis oportunidades futuras de comércio com o país.

Introdução

Uma das principais tradições no Bangladesh é o consumo de street food ou "comida de rua", sendo que há alguns endereços eletrônicos dedicados a esse tema como, por exemplo, o da Chef Denise O crescimento econômico do Bangladesh nos últimos anos, aliado à rápida urbanização e à oitava maior população global, com cerca de 180 milhões de habitantes, tem levado ao aumento da demanda por proteína animal no país.

Estão inseridos nesse contexto os ovos e ovoprodutos, amplamente consumidos em barracas de rua como se observa na Figura 1, que apresentam um consumo de 3,92 kg/pessoa/ano e colocam o Bangladesh como o 18º principal consumidor mundial..
O amendoim (Arachis hypogaea), conhecido como groundnut ou peanut, é um dos produtos mais utilizados pela população local e consumido diariamente nas ruas do país, como pode ser visto neste vídeo de 1'35"do YouTube O crescimento econômico do Bangladesh nos últimos anos, aliado à rápida urbanização e à oitava maior população global, com cerca de 180 milhões de habitantes, tem levado ao aumento da demanda por proteína animal no país.

Estão inseridos nesse contexto os ovos e ovoprodutos, amplamente consumidos em barracas de rua como se observa na Figura 1, que apresentam um consumo de 3,92 kg/pessoa/ano e colocam o Bangladesh como o 18º principal consumidor mundial..
Mesmo com o forte crescimento econômico e a existência de uma classe média de 35 milhões de pessoas, o Bangladesh preserva as suas tradições e o preparo e consumo de amendoim nas ruas das cidades é uma delas, conforme a Figura 1.

Figura 1 – Consumo de amendoim e pulses em barraca de rua em Daca

Fonte: Chefe Denise e *Food Protocol* (2025)

Contextualização

Estimativas indicam um consumo anual de amendoim no Bangladesh de 74.000 toneladas métricas até 2026, que é considerado parte do mercado de nozes como um todo e que tem a expectativa de chegar a 1,0 kg/habitante/ano ou 200.000 toneladas em 2030.

O mercado é significativo e com tendência de crescimento, em parte, devido à maior conscientização sobre a saúde e os seus benefícios nutricionais, o que leva essa leguminosa a ganhar importância comercial para os agricultores, especialmente em áreas como Tangail, na região central do país.

O amendoim é cultivado na chamada "Boro Season", que vai do final de setembro ao início de janeiro, e utiliza variedades como Bri-7, Bri-8, Bina-4 e BG-2 ou outras, que constam do documento https://bina.portal.gov.bd/sites/default/files/files/bina.portal.gov.bd/page/2fe324dc_6d39_455c_b522_15175672b318/Groundnut%20Varieties.pdf.

Visando o seu desenvolvimento há duas instituições de pesquisa no âmbito do Ministério da Agricultura (MoA), que são o Instituto de Pesquisa Agrícola de Bangladesh (BARI), https://bari.gov.bd/, e o Instituto de Agricultura Nuclear de Bangladesh (BINA), https://bina.gov.bd/.

Potencial de comércio

Na Tabela 1 constam dados sobre as importações (valor e quantidade) do país em 2024 para os Códigos HS gerenciados pela National Board of Revenue (NBR), que podem ser consultados no endereço https://bangladeshcustoms.gov.bd/trade_info/duty_calculator. Os tributos totais aplicados variam de 15% a 37% para o Capítulo 1202, e de 89,32% para o Código HS 2008.11.

Em 2024, os principais países exportadores de amendoim ao Bangladesh foram a China, com 62% de market share, a Índia e a Tailândia, cabendo citar que o país indiano enfrente uma tarifa menor do que os demais devido, provavelmente, à sua participação no Acordo de Livre Comércio SAFTA, firmado no âmbito da Associação Regional de Cooperação do Sul da Ásia (SAARC).

Tabela 1 – Importações de amendoim no Bangladesh em 2024

Código HS	Produto	Valor US$ mil	Quantidade (ton)	Tarifa e tributos
1202.30	Semente de amendoim, para semear			15% a 37%
1202.41	Amendoim com casca (exceto sementes, torradas ou cozidas de outro modo)	3,704	4.954	15% a 37%
1202.42	Amendoim sem casca, mesmo triturado (exceto sementes, torrados ou cozidos)	13,378	17.804	15% a 37%
2008.11	Amendoim, preparado ou conservado (exceto conservado com açúcar)	886	416	89,32%

Fonte: elaboração do autor a partir de dados do ITC/Trademap (2025)

Tabela 2 – Comerciantes e importadores de amendoim no Bangladesh (2025)

Empresa	Setor	Contato
Mawola Traders	*Trader*	https://www.mawolatraders.com/
Noor Trade House	*Trader*	https://noortradebd.com
Things to Supply	*Trader*	https://1122-bd.all.biz/
Arif Traders	*Trader*	https://www.arifgroupbd.com/
Limon Trade International	*Trader*	https://www.facebook.com/limontradeint/
Chaldal	Compras *on-line*	https://chaldal.com/
Dhali	Compras *on-line*	https://dhalishop.com/
Foodpanda	Compras *on-line*	https://www.foodpanda.com.bd/
Unimart	Compras *on-line*	https://www.unimart.online/
Lavender	Compras *on-line*	https://lavendersuperstore.com.bd/
FairMart	Compras *on-line*	https://www.fairmart.com.bd/

Fonte: elaboração do autor a partir de consulta no Google (2025)

Conclusão

A Adidância Agrícola em Daca entende que o mercado de amendoim no Bangladesh possui um bom potencial para as empresas brasileiras e se coloca à disposição para identificar oportunidades e colaborar com a organização de missões exploratórias junto com o setor privado brasileiro e o MAPA no país.

REFERÊNCIAS

ApexBrasil. Bangladesh. Perfil de comércio e investimentos. Julho de 2024. Disponível em: https://apexbrasil.com.br/br/pt/solucoes/inteligencia/estudos-e-publicacoes/perfil-de-comercio-e-investimentos/perfil-de-comercio-e-investimentos-bangladesh-2024.html. Acesso em: 15 jan. 2025.

Chef Denise. Guia local para a melhor comida de rua em Daca. Disponível em: https://www.chefdenise.com/all/street-food-in-dhaka. Acesso em: 15 mai. 2025.

Shakil, Mirza. Amendoim emergindo como uma importante cultura comercial. Publicado em Daily Star, em 23 mar. 2022. Disponível em: https://www.thedailystar.net/business/economy/news/peanut-emerging-major-cash-crop-2988416. Acesso em: 15 mai. 2025.

ANIMAIS VIVOS BOVINOS REPRODUTORES NO BANGLADESH

Data: 15/05/2025
Posto: DACA/BANGLADESH
Palavras-chave: animais vivos; Bangladesh; bovinos; material genético; pecuária; reprodutores.
Responsável: Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

SUMÁRIO:

A produção pecuária no Bangladesh precisa crescer em quantidade e produtividade em função da elevada demanda reprimida de proteína animal, carnes e leite e produtos cárneos e lácteos, para atender uma população de 180 milhões de habitantes e que consome 4 kg/hab/ano. Considerando que o Brasil possui centros de excelência em material genético e as reformas em curso no país, é possível vislumbrar uma ótima janela de oportunidades para as exportações de material genético – animais vivos reprodutores bovinos – do Brasil ao Bangladesh.

Introdução

O crescimento econômico do Bangladesh na última década, aliado ao elevado aumento do PIB per capita e à urbanização, tem pressionado a indústria pecuária a aumentar a oferta de carne bovina para suprir a demanda de uma população de 180 milhões de habitantes.
Um dos principais objetivos do governo interino no país é aumentar a produtividade dos rebanhos, o que faz com que a importação de material genético de qualidade seja prioritária para a melhoria das raças presentes no país, seja para a produção de carne ou de lácteos.

Contextualização

O Bangladesh Journal of Animal Science afirma que 85% do rebanho, de 24 milhões de animais, é composto por raças nativas como Pabna, Mirkadim, Munshiganj, North Bengal Grey e Red Chittagong Cattle (RCC). Os demais 15% são de cruzamentos de raças exóticas como Brahman, Holstein-Frísia, Jersey, Sahiwal e Sindhi, para a produção de carne e leite.
Descrição mais detalhada consta da Figura 1, acessada no endereço eletrônico https://www.thedailystar.net/news/lifestyle/spotlight/cattle-tales-1620187.

Figura 1 – Tipos de raças de gado no Bangladesh

Fonte: Escritório Distrital de Pecuária (2025)

Os animais locais ou nativos adultos pesam entre 150 e 250 kg e, de forma geral, a carne bovina contém consideravelmente mais gordura intramuscular e o rendimento de carcaça pode variar de 47% a 52% do seu peso em carne.

Atualmente, consome-se no país 4,0kg/hab/ano, sendo que há uma alta demanda reprimida por carne bovina; em relação aos lácteos, o consumo per capita é de cerca de 126 g/dia, muito abaixo do recomendado.
Isso leva a algumas iniciativas públicas e privadas para a introdução e o aprimoramento de programas de inseminação artificial visando o melhoramento genético do rebanho bangladense.

A utilização de tecnologia de produção tem aumentado entre as grandes fazendas de gado e leite, que buscam melhores condições de alimentação e de sanidade.

O Departamento de Serviços Pecuários (DLS), https://dls.gov.bd/, do Ministério da Pesca e Pecuária (MoFL) é o órgão responsável pela coordenação dos programas de melhoramento genético no país, sendo a contraparte do Brasil para ações de cooperação.

Algumas das principais empresas produtoras e com potencial para implementar avanços nos seus planteis constam da Tabela 1 e, boa parte delas comercializa os seus produtos em redes de supermercados como Agora, Bengal Meat, Protein Market, Royal Meat, Shwapno, Unimart.

Tabela 1 – Principais empresas do setor pecuário em Bangladesh

Empresa	Endereço
Abdul Malek Agro Farm	https://www.facebook.com/abdulmalekagrofarm/
Al Madina Cattle Farm	https://www.facebook.com/almadinacattlefar/about
Bengal Meat	https://bengalmeat.com/beef
Central Cattle Breeding Dairy	https://www.facebook.com/p/Savar-Dairy-Farm-100063644884454/
Dutch Dairy	https://dutchdairyltd.shop/
Eon Group	https://eongroup.net.bd/
Six Farmers Bangladesh	https://sixfarmersbd.com/
SS Cattle Farm	https://www.facebook.com/sscattlefarm71/
Makbul Hossain Farm	Não localizado

Fonte: elaboração do autor a partir de consulta na internet (2025)

Considerando pesquisa do Departamento de Estatísticas de Bangladesh, que afirma existir 400 mil restaurantes e redes de alimentação no país, é possível afirmar que o setor de Hotéis, Restaurante e Catering (HORECA) é um forte aliado para o crescimento e a melhora da indústria pecuária no país.

Não se pode deixar de citar que boa parte da produção pecuária nacional visa suprir a demanda do Eid-ul-Azha, o "Festival do Sacrifício", importante feriado islâmico celebrado globalmente em homenagem ao Profeta Abraão, quando ao redor de 4 milhões de animais bovinos são sacrificados.

Potencial de comércio

Na Tabela 2, é possível observar dados das importações de animais vivos reprodutores bovinos no âmbito do Código HS 0102.21 no período de 2021 a 2024, com origem americana e australiana.

Em relação aos tributos e tarifas, eles podem ser consultados no endereço Os animais locais ou nativos adultos pesam entre 150 e 250 kg e, de forma geral, a carne bovina contém consideravelmente mais gordura intramuscular e o rendimento de carcaça pode variar de 47% a 52% do seu peso em carne.

Tabela 2 – Valor e origem das importações de animais vivos reprodutores - 2021 a 2024

Código HS	Produto	Valor US$ mil				Origem
		2021	2022	2023	2024	
0102.21	Animais vivos bovinos de raça pura para reprodução	66	257	334	46	EUA
		0	0	80	0	Austrália

Fonte: elaboração do autor a partir de dados do ITC / Trademap (2025)

Demais dados sobre comércio internacional, elaborados pelo Bangladesh Bureau of Statistics (BBS), podem ser consultados no endereço eletrônico https://bbs.gov.bd/site/page/58b1c0c8-34b9-45b5-954d-53a2737e7bb1/Foreign-Trade-Statistics-.

Comentários

Na última década o Bangladesh apresentou crescimento econômico da ordem de 6% ao ano e tem se mostrado como uma das principais economias globais e um possível novo tigre asiático.

Embora alguns meios de comunicação afirmam que "o país é autossuficiente na oferta de proteína animal" há, na verdade, uma demanda reprimida e que pode ser suprida pelo Brasil. O governo interino está realizando reformas estruturantes, o que deve ser visto como oportunidade para produtos que contribuam com o crescimento da produção e da produtividade no país.

Nesse sentido, a Adidância Agrícola em Daca se coloca à disposição para identificar parceiros locais, organizar eventos, feiras e exposições, assim como missões aqui ou no Brasil, de forma a elevar a cooperação e comércio entre os dois países.

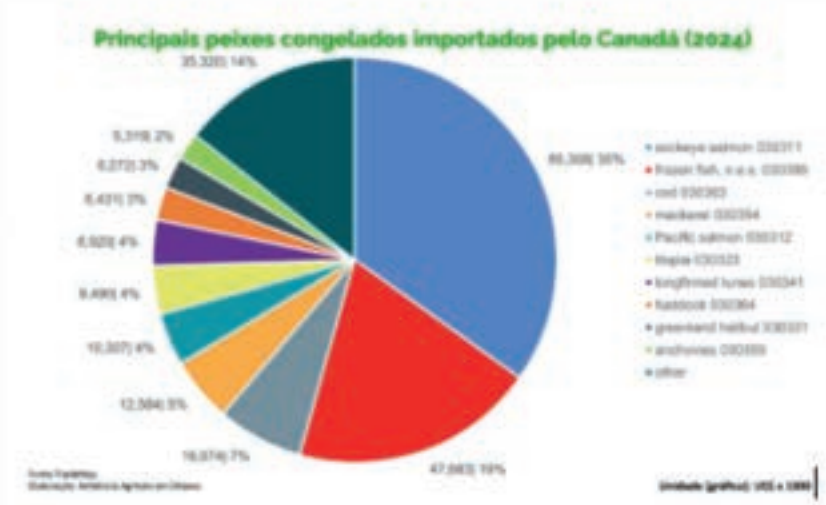
POTENCIAL PESCADOS

Data: 15/05/2025
Posto: Ottawa, Canadá
Palavras-chave: Canadá; pescados.
Responsável: Paulo Marcio M. Araujo

SUMÁRIO:

Retomada das exportações de pescados revela o potencial dos produtos brasileiros no mercado canadense

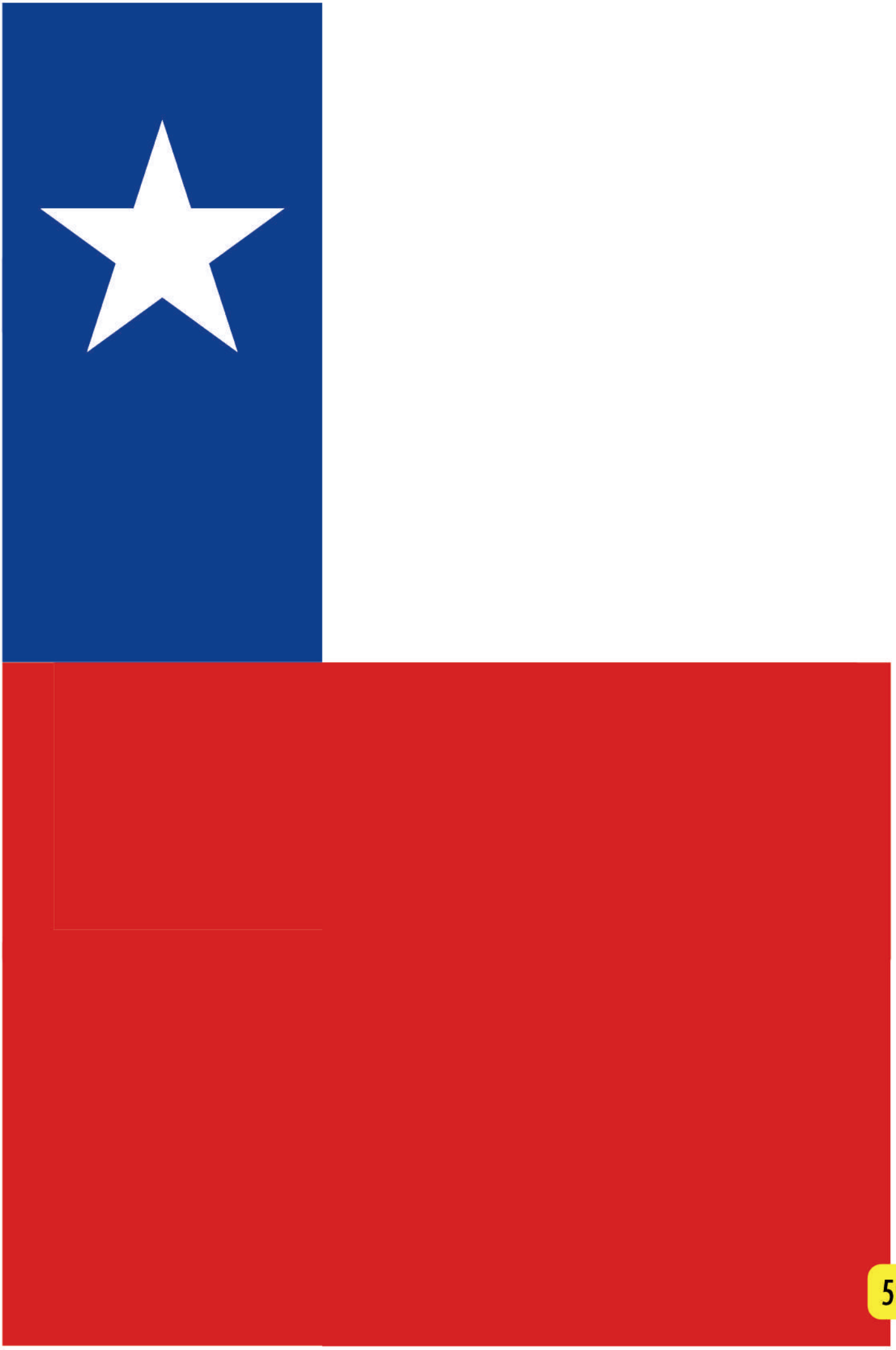
Em 2024 o Canadá importou cerca de 244 milhões de dólares (aproximadamente 54 mil toneladas) em peixes congelados, de acordo com dados do TradeMap. Desses, apenas US$ 3,76 milhões foram exportados pelo Brasil, que exporta principalmente espécies que não possuem NCM específico tanto nos EUA quanto no Canadá (Frozen Fish n.e.s.).



Enquanto somos o segundo maior exportador de peixe congelado no mercado americano, estamos menos representados no mercado canadense (11º exportador, com apenas 2% das exportações). A exportação de peixes congelados para o Canadá teve anos atipicamente positivos durante a pandemia. Após baixa relativa em 2022 e 2023, observou-se crescimento, em 2024 em todas as espécies exportadas pelo Brasil.

Cabe destacar que o Canadá não estabelece requisitos sanitários para a maioria dos produtos importados do Brasil se houver processamento, e não se aplicam tarifas de importação exceto para lagostas, que são tributadas com alíquota de 4%.

Diante disso, entendemos que ações de promoção comercial específicas, como missões comerciais poderiam ser extremamente eficazes para o aumento da participação brasileira no mercado canadense. Para espécies menos conhecidas no mercado, como peixes amazônicos, apesar de demandarem ações específicas e focadas de promoção, vislumbram-se perspectivas bastante interessantes em segmentos de menor volume, mas alto valor agregado.



MERCADO CHILENO E PESCADO BRASILEIRO: O QUE É PRECISO PARA EXPORTAR?

Data: 15/04/2025
Posto: Santiago/República do Chile
Palavras-chave: pescado fresco; exportação, certificado sanitário internacional (CSI); certificado de acreditação de origem legal (CAOL).
Responsável: Rodrigo do Espírito Santo Padovani

SUMÁRIO:

O mercado chileno representa uma excelente oportunidade para a exportação de tilápia brasileira, favorecida por políticas públicas que incentivam o consumo de pescado, estabilidade econômica e proximidade geográfica entre os países. A existência de um acordo de livre comércio também fortalece essa viabilidade ao eliminar tarifas sobre produtos agropecuários. Diante disso, empresas brasileiras têm demonstrado interesse na exportação e buscam informações sobre possíveis obstáculos sanitários e procedimentos necessários para viabilizar essa operação.

Não há impedimentos sanitários para a exportação de pescado fresco brasileiro ao Chile, mas é essencial atender às normas de segurança alimentar e qualidade. Os estabelecimentos exportadores devem estar registrados no DIPOA e cumprir os requisitos do Certificado Sanitário Internacional (CSI), expedido por órgãos como SIF, Central de Certificação e VIGIAGRO. Além disso, a importação exige autorização do SEREMI de Saúde e do SERNAPESCA, além da apresentação de documentos específicos. A documentação deve ser enviada com antecedência mínima de 72 horas para evitar custos adicionais de armazenamento.

Na edição de março de 2025 do Agroinsight, foi apresentada a exportação de tilápia do Brasil para o Chile, visando a diversificação de mercado, atualmente concentrado nos Estados Unidos podendo ser uma excelente oportunidade para os produtores brasileiros.

Diversos fatores corroboram essa avaliação, entre eles, o desenvolvimento de políticas públicas chilenas que incentivam o consumo de pescado, a estabilidade econômica do país, o impacto da globalização, o interesse crescente por novas experiências gastronômicas e a busca por alternativas saudáveis de alimentação.

Além disso, destaca-se a proximidade geográfica entre Brasil e Chile facilita o transporte de produtos frescos, que reduz os custos logísticos e facilita que seja assegurada a qualidade e o frescor do pescado brasileiro. Assim como a vigência do acordo de livre comércio entre os dois países também elimina tarifas sobre produtos agropecuários brasileiros, fortalecendo a viabilidade econômica dessa exportação.

Nesse contexto, a Adidância Agrícola tem recebido consultas de empresas interessadas na exportação de tilápia para o Chile. Entre as dúvidas mais frequentes estão questões sobre eventuais obstáculos sanitários para o envio de pescado fresco e os procedimentos necessários para viabilizar a exportação. Essas demandas motivaram a elaboração da edição de maio de 2025 do Agroinsight.

Existem obstáculos Sanitários para a Exportação de Pescado Brasileiro ao Chile?

Não há qualquer impedimento sanitário que impossibilite a exportação de pescado fresco brasileiro para o mercado chileno. No entanto, para que essa operação se concretize, são necessárias ações mais efetivas de prospecção e promoção comercial por parte das empresas produtoras e tradings do país.

De acordo com os requisitos estabelecidos, os estabelecimentos exportadores não precisam de habilitação prévia para enviar seus produtos ao Chile. No entanto, devem cumprir exigências fundamentais para garantir a segurança alimentar e a qualidade do pescado destinado à exportação [1].

Para que um estabelecimento brasileiro esteja apto a exportar pescado fresco ao Chile, é obrigatório que ele esteja registrado no Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA), órgão vinculado ao Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). Esse registro assegura que os estabelecimentos seguem os padrões sanitários exigidos para a comercialização internacional de produtos de origem animal.

Além disso, todos os produtos enviados devem cumprir os requisitos do Certificado Sanitário Internacional (CSI), acordado com o país importador, neste caso, o Chile. Esse certificado atesta que o pescado foi manuseado, embalado e transportado em conformidade com as normas de segurança alimentar e higiene [2].

As unidades emitentes do MAPA responsáveis pela expedição do CSI são o Serviço de Inspeção Federal (SIF), a Central de Certificação e a Unidade de Vigilância Agropecuária Internacional (VIGIAGRO).

Os procedimentos para obtenção do certificado sanitário internacional foram instituídos pela Portaria MAPA nº 431, de 19 de outubro de 2021.

Como é realizado o procedimento de exportação do pescado fresco para o Chile?

A exportação de pescado fresco para consumo no Chile requer autorização prévia da Secretaria Regional Ministerial (SEREMI) de Saúde e do Serviço Nacional de Pesca e Aquicultura (SERNAPESCA).

No ponto de entrada no Chile, o importador deve apresentar a Solicitação Única de Ingresso (SUI), acompanhada dos seguintes documentos:

- Certificado de Acreditação de Origem Legal (CAOL), emitido pelo Ministério da Aquicultura e Pesca do Brasil;
- Documento tributário da transação entre exportador e importador;
- Certificado sanitário internacional expedido pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)

Para a importação de amostras destinadas à pesquisa, avaliação ou consumo pessoal (até 20 kg de peso líquido), ainda é necessária a autorização do SERNAPESCA. No entanto, nesse caso, o CAOL não é obrigatório, mas os demais documentos continuam sendo exigidos.

A documentação deve ser enviada com antecedência mínima de 72 horas antes da chegada da carga ao Chile, a fim de evitar custos adicionais de armazenamento em zona primária.

Para mais detalhes sobre os procedimentos, recomenda-se a consulta ao site de SERNAPESCA (www.sernapesca.cl)

PERSPECTIVAS DO AUMENTO DE CONSUMO DE PRODUTOS LÁCTEOS NO MERCADO CHINÊS E AS OPORTUNIDADES PARA O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

Data: 15/05/2025
Posto: Pequim/China
Palavras-chave: mercado chinês; produtos lácteos; exportações brasileiras
Responsável: Leandro Diamantino Feijó, Adido Agrícola em Pequim

SUMÁRIO:

O mercado chinês de produtos lácteos tem passado por transformações significativas nas últimas décadas, impulsionado por mudanças socioeconômicas, urbanização e a gradual adoção de hábitos alimentares ocidentalizados. A abertura econômica e o aumento da renda per capita tem elevado a demanda e o acesso por lácteos importados, sendo que as plataformas digitais de comércio eletrônico têm facilitado a penetração de marcas estrangeiras. As perspectivas para o setor apontam para crescimento contínuo, alimentado por tendências de saúde e bem-estar, embora desafios como a intolerância à lactose e a concorrência com produtores locais persistam. Nesse contexto, o Brasil emerge como um potencial exportador, dada sua capacidade produtiva, expertise em laticínios e certificações internacionais que atendem aos rigorosos padrões chineses. A proximidade comercial fortalecida por acordo bilateral e a demanda por produtos premium abrem oportunidades estratégicas. Com um planejamento estratégico de promoção comercial, o Brasil poderá ocupar uma posição no promissor mercado lácteo da China, diversificando suas exportações e fortalecendo laços econômicos bilaterais.

INTRODUÇÃO

Contextualização do mercado chinês de produtos lácteos

O mercado chinês de produtos lácteos representa um dos setores mais dinâmicos e paradoxais da economia global. Tradicionalmente, a China não integrava os lácteos em sua dieta básica, historicamente centrada em grãos, vegetais e proteínas de origem não animal. A cultura alimentar milenar, aliada à baixa tolerância à lactose entre parte significativa da população (estimada em cerca de 90% em algumas regiões), limitava o consumo desses produtos até o final do século XX. Contudo, nas últimas décadas, o cenário transformou-se radicalmente, impulsionado por mudanças socioeconômicas, políticas governamentais e influências globais.

A virada ocorreu principalmente após a abertura econômica chinesa, iniciada na década de 1980, e ganhou força nos anos 2000, com a ascensão de uma classe média urbana com maior poder aquisitivo. Campanhas governamentais, como o programa "Um Copo de Leite por Dia" (implementado em escolas para combater deficiências nutricionais), e a associação do consumo de lácteos a símbolos de modernidade e saúde redefiniram hábitos alimentares (Foto 01). Entre 2000 e 2020, o consumo per capita de leite saltou de menos de 2 kg para cerca de 12 kg anuais, segundo dados da FAO, refletindo uma mudança cultural sem precedentes.

Foto 01. Compra de produtos lácteos pela população chinesa

Fonte: China Daily

A urbanização acelerada, que levou mais de 60% da população a viver em cidades, ampliou o acesso a supermercados, redes de fast-food e plataformas de e-commerce, integrando produtos como iogurtes, queijos e leites UHT ao cotidiano.

Paralelamente, a globalização e a exposição a padrões ocidentais de consumo fortaleceram a percepção dos lácteos como fontes de proteína premium, especialmente entre jovens e famílias com crianças. O mercado interno respondeu com crescimento médio anual de 6% (Euromonitor, 2023), consolidando a China como o segundo maior consumidor global de lácteos, atrás apenas da União Europeia.

No entanto, o setor enfrenta desafios estruturais. A dependência de importações para suprir a demanda (especialmente em categorias como queijos e leite em pó), os escândalos de segurança alimentar (como o caso do leite contaminado com melamina em 2008) e a persistência da intolerância à lactose mantêm o mercado em constante adaptação. Como resposta, marcas locais e internacionais têm investido em produtos fermentados (ex.: iogurtes probióticos) e alternativas lactose-free, ao mesmo tempo em que a confiança do consumidor em produtos importados cresce, abrindo espaço para players estrangeiros.

Para o Brasil, esse contexto oferece oportunidades estratégicas. A China importou mais de US$ 12 bilhões em lácteos em 2022 (ITC Trade Map), com destaque para leite em pó e soro de leite, setores nos quais o país possui competitividade. A combinação entre a demanda chinesa por segurança alimentar, certificações internacionais (como ISO e Global G.A.P.) e a capacidade produtiva brasileira posiciona o setor lácteo nacional como um potencial protagonista nesse mercado em expansão. Ainda assim, a concorrência com potências exportadoras como Nova Zelândia, União Europeia e Estados Unidos exigirá estratégias bem estruturadas de promoção comercial e adaptação cultural.

Em síntese, a contextualização do mercado chinês de lácteos revela um ecossistema em ebulição, marcado por contradições entre tradição e modernidade, desafios logísticos e oportunidades. Compreender essa complexidade é essencial para elaborar análises e propostas viáveis, tanto para atores locais quanto para exportadores aspirantes, como o Brasil.

CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO CONSUMO DE LÁCTEOS NA CHINA

Evolução histórica do consumo de lácteos na China

A relação da China com os produtos lácteos é marcada por uma trajetória singular, que reflete transformações culturais, políticas e econômicas profundas. Até o século XX, os lácteos eram praticamente ausentes da dieta chinesa, restritos a minorias étnicas, como as populações nômades da Mongólia Interior e do Tibete, que consumiam derivados fermentados, como o suutei tsai (chá com leite) e o aaruul (queijo seco).

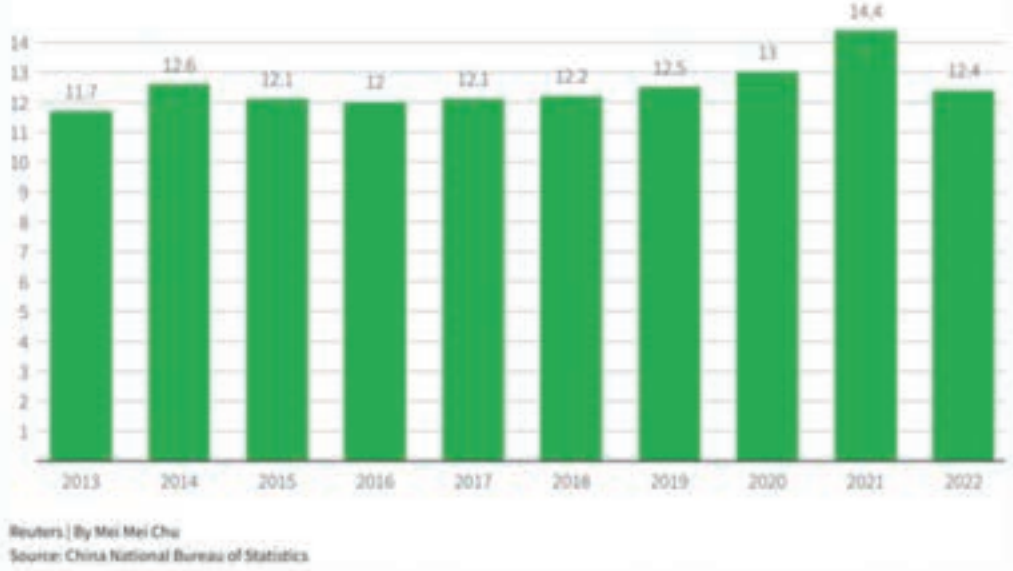
Para a maioria da população han, predominava uma aversão cultural a alimentos de origem animal não processados, associada à alta prevalência de intolerância à lactose (estimada em 90% da população adulta) e à escassez de gado leiteiro.

A primeira inflexão histórica ocorreu no início do século XX, durante o movimento de modernização liderado pela República da China (1912-1949), que introduziu noções de nutrição científica e incentivou o consumo de leite como símbolo de progresso. No entanto, a instabilidade política e as guerras civis limitaram avanços práticos. Após a fundação da República Popular da China, em 1949, o governo comunista priorizou a autossuficiência em grãos, relegando a produção de leite a um plano secundário. Na década de 1960, o consumo per capita anual de leite era inferior a 1 Kg, segundo a FAO, e a produção nacional atendia apenas a demandas pontuais, como a alimentação infantil.

A virada decisiva ocorreu a partir da reforma econômica de 1978, que abriu o país ao mercado global. Sob a política de "socialismo com características chinesas", o governo promoveu a modernização da pecuária leiteira, importando vacas holandesas e investindo em cooperativas rurais. Entre 1980 e 2000, a produção de leite saltou de 1,5 milhão para 12 milhões de toneladas anuais (dados do National Bureau of Statistics of China). Paralelamente, campanhas educativas, como o slogan "O leite fortalece a nação", vinculavam o consumo de lácteos ao desenvolvimento físico e intelectual, especialmente entre crianças.

O século XXI consolidou a ascensão dos lácteos na dieta chinesa. Em 2000, o consumo per capita anual de leite era de 2 Kg, mas, após a entrada da China na Organização Mundial do Comércio (OMC) em 2001 e a aceleração da urbanização, esse número quintuplicou, atingindo 12 kg em 2020 (FAO, 2022).

Foto 02. Consumo per capta de leite (Kg) na China no período de 2013 a 2022.



Reuters | By Mei Mei Chu
Source: China National Bureau of Statistics

O programa governamental "Um Copo de Leite por Dia" (lançado em 2007) distribuiu leite gratuitamente em escolas, enquanto a crescente classe média urbana (que passou de 4% da população em 2000 para 50% em 2020) incorporou iogurtes, queijos e leites aromatizados ao cotidiano.

Dois eventos críticos moldaram o mercado de produtos lácteos neste período:

1. **Escândalo do leite contaminado com melamina (2008):** A adulteração de leite em pó, que intoxicou 300 mil crianças e causou seis mortes, abalou a confiança nos produtores locais (Foto 2). Como resultado, as importações de lácteos dispararam, crescendo 400% entre 2008 e 2015 (ITC Trade Map), com a Nova Zelândia dominando 70% do mercado.

Foto 02. Escândalo da contaminação de leite com melamina em 2008 na China

Fonte: China Daily (2008)

2. **Boom do e-commerce (2010 em diante):** Plataformas como Alibaba e JD.com facilitaram o acesso a marcas estrangeiras, impulsionando a demanda por produtos premium. Em 2022, as vendas online de lácteos representaram 35% do mercado total, segundo a Euromonitor.

Atualmente, a China é o segundo maior consumidor global de lácteos, com um mercado avaliado em US$ 68 bilhões em 2023 (Statista). A preferência por produtos funcionais, como iogurtes probióticos (que respondem por 40% das vendas) e leites enriquecidos com cálcio, reflete a influência de tendências de saúde. Contudo, a herança cultural ainda se faz presente: 65% dos adultos evitam lácteos devido à intolerância à lactose (pesquisa da China Dairy Association, 2022), incentivando a indústria a investir em alternativas *lactose-free* e fermentadas.

Assim, a história do consumo de lácteos na China é um reflexo da transição de uma sociedade agrária para uma potência global urbana e consumerista. A combinação entre políticas estatais, crises de confiança e a influência ocidental redefiniram hábitos alimentares, criando um mercado complexo, dinâmico e cheio de oportunidades para players internacionais, como o Brasil.

Fatores culturais e econômicos que influenciaram o consumo de lácteos na China

A trajetória do consumo de lácteos na China durante o século XX foi profundamente moldada por um conjunto complexo de fatores culturais e econômicos que refletiam as transformações sociais e políticas do país. Este período testemunhou uma evolução significativa, desde a quase total ausência de lácteos na dieta tradicional chinesa até seu gradual estabelecimento como produtos de consumo moderno:

Fatores Culturais:

Tradição alimentar e intolerância à lactose:

A dieta tradicional chinesa, baseada principalmente em grãos, vegetais e carnes processadas, não incluía produtos lácteos. Essa exclusão tinha raízes tanto culturais quanto biológicas:

- Estima-se que 90% da população adulta chinesa apresentava algum grau de intolerância à lactose;
- A pecuária leiteira era praticamente inexistente na maior parte do país;
- Lácteos eram associados às minorias étnicas do norte e oeste, como os mongóis, mas não faziam parte da culinária han dominante.

Percepções culturais sobre nutrição:

- A medicina tradicional chinesa não atribuía valor especial aos lácteos
- O leite era visto como alimento apropriado apenas para crianças ou convalescentes
- Existia uma certa aversão cultural aos sabores e texturas dos produtos lácteos não fermentados

Mudanças nas representações sociais:

A partir dos anos 1920, intelectuais reformistas começaram a associar o consumo de leite:

- À modernização e fortalecimento nacional;
- Ao desenvolvimento físico das novas gerações;
- À superação do estigma da "fraqueza chinesa" perante as potências ocidentais.

Fatores Econômicos:

Atraso na produção leiteira:

- Em 1949, a China possuía apenas cerca de 120.000 vacas leiteiras;
- A produção anual não ultrapassava 200.000 toneladas de leite;
- A prioridade agrícola era dada aos grãos básicos para alimentar a população.

Políticas econômicas do período Maoista (1949-1976):

- Coletivização da agricultura dificultou o desenvolvimento da pecuária leiteira;
- Foco na autossuficiência em alimentos básicos;
- Recursos limitados para desenvolvimento de cadeias de frio e processamento.

Reformas econômicas pós-1978:

- Liberalização parcial do setor agrícola permitiu o surgimento de fazendas leiteiras familiares;
- Investimentos estatais em cooperativas leiteiras;
- Introdução de tecnologias ocidentais de produção;
- Aumento da produção de 1,5 milhão de toneladas (1980) para 6,2 milhões (1995).

Urbanização e mudanças nos padrões de consumo:

- Crescimento das cidades criou demanda por alimentos processados;
- Aumento da renda familiar permitiu experimentação com novos alimentos;
- Exposição a hábitos alimentares ocidentais através:
- Da abertura ao turismo estrangeiro
- Do estabelecimento de redes de fast-food internacionais
- Da propaganda de multinacionais de alimentos

A década de 90 representou uma mudança significativa devido a:

1. Aceleração das reformas econômicas;
2. Expansão massiva da classe média urbana;
3. Entrada agressiva de multinacionais como Nestlé e Danone;
4. Desenvolvimento de cadeias de distribuição moderna (supermercados);
5. Campanhas governamentais promovendo o valor nutricional do leite.

Desta forma, o século XX testemunhou uma transformação radical na relação dos chineses com os lácteos, ou seja, de produtos culturalmente estranhos e biologicamente problemáticos a símbolos de modernidade e desenvolvimento nacional. Essa mudança foi impulsionada por uma combinação única de fatores, tais como: mudanças nas políticas econômicas, pressões da modernização, interesses comerciais internacionais e adaptação de produtos às preferências locais (como leites fermentados e aromatizados). Esta evolução preparou o terreno para o boom do consumo no século XXI, criando as bases para o que se tornaria um dos maiores mercados de lácteos do mundo.

Hábitos de consumo atuais da população chinesa

O consumidor chinês de lácteos na década de 2020 (Foto 03) apresenta características marcantes que refletem as profundas transformações sociais e econômicas do país. Dividem-se em três grupos principais:

1) Geração Z urbana (18-30 anos):

- Consomem 40% mais lácteos que a média nacional
- Valorizam produtos com apelo à saúde (probióticos, baixo teor de lactose)
- 68% preferem marcas internacionais premium
- Principal canal de compra: e-commerce (85% das aquisições)

2) Famílias com crianças:

- Responsáveis por 55% do consumo total de leite fluido
- Dispõem a pagar 30-50% mais por produtos fortificados
- Preocupação extrema com segurança alimentar
- Influenciadas por recomendações pediátricas

3) Idosos urbanos:

- Consumo crescente (+15% ao ano) de lácteos funcionais
- Preferência por produtos com benefícios articulares e cognitivos
- Cautelosos com preços, mas abertos a marcas premium

3.2. Preferências por tipos de produtos lácteos

Leite fluido:

- 72% do mercado em volume
- Dominado por leite UHT (89% das vendas)
- Crescimento de 12% ao ano em leites orgânicos
- Sabores populares: mel, chocolate e chá verde

Iogurte

- Segmento mais dinâmico (+18% a.a.)
- 45% do mercado em valor
- Tendências:
- Probióticos específicos para saúde intestinal
- Baixo teor de açúcar (-30% growth)
- Combinações com superfoods (matcha, goji berry)

Queijos:

- Nicho em expansão (+25% a.a.)
- Consumo per capita ainda baixo (0,3kg vs 2,4kg no Brasil)
- Tipos preferidos:
- - Mozzarella (impulsionada por pizzas)
- - Queijos processados para snacks
- - Queijos finos importados (grupo premium)

Leite em Pó:

- 60% destinado a fórmulas infantis
- Marcações "importado" conseguem premium de 40-60%
- Crescimento em leites em pó para adultos

3.3. Papel das plataformas digitais

As plataformas digitais revolucionaram o acesso a lácteos importados:

1) Canais predominantes:

- Tmall Global (55% do mercado importado)
- JD.com (30%)
- Redes sociais (WeChat, Douyin) / 15% e crescendo

2) Estratégias de sucesso:

- Live commerce com demonstração de uso
- KOLs (Key Opinion Leaders) especializados em saúde
- Pacotes "experienciais" (queijos + vinhos + utensílios)

3) Tendências digitais:

- Assinaturas mensais para produtos premium
- Clubes de degustação virtual
- Personalização via IA (perfil nutricional + preferências)

A partir das informações acima apresentadas, percebe-se que os hábitos de consumo de lácteos na China contemporânea refletem uma sociedade em rápida transformação, em que:

- Sofisticação e saúde ditam as preferências
- O digital democratizou o acesso a produtos globais
- As marcas precisam adotar estratégias hiperlocalizadas
- O crescimento permanece robusto, mas cada vez mais segmentado
- O crescimento permanece robusto, mas cada vez mais segmentado

Perspectivas de aumento do consumo de lácteos na China

As projeções para o mercado chinês de lácteos apontam para um crescimento sustentado, impulsionado por três fatores estruturais:

1) Expansão da classe média consumidora:

- Até 2030, estima-se que 65% da população (912 milhões) pertencerá à classe média
- Poder de compra deverá aumentar em 55% (em termos reais)
- Consumo per capita de lácteos projetado para 21kg/ano (vs 12kg atual)

2) Mudanças demográficas críticas:

- Envelhecimento populacional (400 milhões acima de 60 anos até 2035)
- Taxa de urbanização alcançando 75% até 2030
- Política do terceiro filho poderá incrementar mercado infantil em 30%

Dados-chave:

- Mercado total estimado em US$ 95 bilhões até 2027 (Statista)
- Setor de fórmulas infantis alcançará US$ 35 bilhões em 2030
- Queijos: potencial para atingir 1kg per capita até 2035

3) Tendências de saúde e bem-estar

A revolução "wellness" está remodelando o mercado:

Alimentos funcionais:

- 72% dos consumidores buscam benefícios específicos à saúde
- Iogurtes com propriedades imunológicas (+25% a.a.)
- Leites enriquecidos com colágeno e vitaminas

Plant-based e lactose-free:

- Crescimento de 18% a.a. em alternativas vegetais
- Linhas "zero lactose" representam 30% dos novos lançamentos
- Desenvolvimento de proteínas híbridas (leite+vegetal)

Rastreabilidade e segurança:

- 85% dos consumidores pagariam 20% mais por blockchain tracking
- Certificações orgânicas como critério fundamental
- Demanda por embalagens inteligentes com sensores

4. Principais Desafios

1) Intolerância à lactose persistente:

- Ainda afeta 68% da população adulta
- Soluções:
- Enzimas lactase adicionadas
- Processos fermentativos avançados
- Campanhas educativas sobre consumo gradual

2) Concorrência com produtores locais:

- Empresas chinesas controlam 60% do mercado
- Vantagens competitivas:
- Preços 20-30% menores
- Distribuição hiperlocalizada
- Adaptação cultural precisa

3) Protecionismo regulatório:

- Barreiras não-tarifárias em 40% das categorias
- Requisitos de certificação específicos
- Oscilações nas políticas de importação

4) Preferências regionais divergentes:

- Norte: preferência por produtos fermentados
- Sul: resistência cultural mais acentuada
- Cidades costeiras: maior abertura a importados

Perspectivas setoriais de taxas de crescimento (2025-2030):

- Leite fluido: 4,5%
- Iogurtes: 8,2%
- Queijos: 12,7%
- Manteiga: 6,3%
- Fórmulas infantis: 5,9%

O mercado chinês de lácteos apresenta um potencial excepcional, porém complexo. Enquanto as forças demográficas e as tendências "wellness" impulsionam o crescimento, os desafios culturais e competitivos exigem estratégias sofisticadas. Os exportadores bem-sucedidos serão aqueles que:

- Combinarem inovação com adaptação cultural
- Investirem em "storytelling" sobre segurança e saúde
- Desenvolverem ecossistemas digitais integrados
- Anteciparem as mudanças nos padrões de consumo regionalizados

A próxima década consolidará a China como o mercado mais dinâmico e desafiador para a indústria láctea global, com oportunidades estimadas em US$ 150 bilhões até 2035 para quem souber navegar nesta complexidade.

Importações chinesas de Produtos Lácteos

A China emergiu como um dos maiores importadores globais de produtos lácteos, um movimento impulsionado pela combinação entre o crescimento econômico, a urbanização acelerada e a mudança nos hábitos alimentares da população. Embora o país tenha uma produção doméstica significativa, ela é insuficiente para atender à demanda crescente, especialmente por produtos de maior valor agregado. Como resultado, as importações tornaram-se essenciais para suprir o mercado interno, criando oportunidades para países exportadores em todo o mundo.

Contexto do Mercado Chinês

O consumo de lácteos na China tem aumentado consistentemente nas últimas décadas, impulsionado pela ocidentalização da dieta, maior conscientização sobre nutrição e o crescimento da classe média. No entanto, o consumo per capita ainda é relativamente baixo em comparação com países ocidentais – cerca de 36 kg por pessoa anualmente, contra mais de 200 kg em nações como os Estados Unidos e a Alemanha. Essa diferença indica um potencial significativo para crescimento, especialmente em produtos como queijos, manteiga e leites especiais, que não fazem parte da dieta tradicional chinesa, mas ganham espaço devido à globalização e ao aumento da renda.

Além disso, a produção local enfrenta desafios estruturais, como a escassez de terras agricultáveis adequadas para pecuária leiteira e uma produtividade relativamente baixa em comparação com os principais exportadores globais. Esses fatores tornam a China dependente de importações, especialmente para atender à demanda por produtos de alta qualidade e segurança alimentar.

Principais Produtos Importados

As importações chinesas de lácteos concentram-se em alguns produtos-chave:

1. Leite em Pó: Representa a maior fatia das importações, especialmente o leite em pó integral e desnatado, utilizado tanto para consumo direto quanto como ingrediente na indústria de alimentos. As fórmulas infantis também têm um mercado significativo, impulsionado pela preocupação com nutrição infantil e a confiança em marcas estrangeiras após escândalos de segurança alimentar no passado.

2. Soro de Leite e Ingredientes Lácteos: Utilizados massivamente pela indústria de alimentos processados, como biscoitos, chocolates e suplementos nutricionais.

3. Queijos: Embora o consumo ainda seja baixo em comparação com o Ocidente, a demanda por queijos vem crescendo, especialmente em variedades como muçarela (usada em pizzas fast food) e queijos mais suaves, como o cheddar.

4. Manteiga e Ghee: O aumento do interesse por panificação e culinária internacional tem impulsionado as importações desses produtos.

Principais Países Fornecedores

A China importa lácteos de diversos países, mas alguns se destacam como os principais fornecedores:

1. Nova Zelândia: É o maior exportador de lácteos para a China, responsável por mais de 40% das importações totais. A proximidade geográfica e os acordos comerciais preferenciais, como o China-New Zealand Free Trade Agreement, facilitam esse comércio. Empresas como Fonterra dominam o mercado de leite em pó e ingredientes lácteos.

2. União Europeia: Países como Alemanha, França e Holanda são grandes fornecedores de queijos, manteiga e leite em pó. A UE tem vantagens em produtos premium, como queijos artesanais e orgânicos.

3. Austrália: Outro player importante, especialmente em leite em pó e queijos, beneficiando-se do China-Australia Free Trade Agreement.

4. Estados Unidos: Exporta principalmente soro de leite e queijos, embora as tensões comerciais tenham impactado seu desempenho em alguns momentos.

Números e Estatísticas Recentes

As importações chinesas de lácteos têm apresentado crescimento consistente. Em 2023, o mercado movimentou cerca de US$ 12,5 bilhões, com um aumento médio anual de 8% nos últimos cinco anos. O leite em pó lidera as importações, representando aproximadamente 50% do valor total, seguido por soro de leite (20%) e queijos (15%). A Nova Zelândia responde por cerca de US$ 5 bilhões dessas importações, enquanto a União Europeia contribui com aproximadamente US$ 4 bilhões.

Um dado relevante é o crescimento das importações via comércio eletrônico, que já responde por 30% das vendas de lácteos importados, segundo a consultoria iiMedia Research. Plataformas como Tmall Global e JD.com têm facilitado o acesso do consumidor chinês a produtos estrangeiros, reduzindo barreiras de entrada para marcas de outros países.

De acordo com os dados publicados pelo Ministério da Agricultura e Assuntos Rurais da China (MARA) no China Agricultural Outlook (2025-2034), na próxima década, as importações chinesas de produtos lácteos manterão expansão gradual, projetada para 20,07 milhões de toneladas em 2034, com um crescimento anual de 1,4%.

Desta forma, o mercado chinês de lácteos continuará a crescer, impulsionado por fatores demográficos e mudanças culturais. Para os países exportadores, isso representa uma oportunidade valiosa, mas também um cenário competitivo, onde qualidade, segurança alimentar e adaptação às preferências locais são essenciais. O Brasil, ainda com participação modesta, pode ampliar sua presença investindo em nichos como lácteos funcionais, queijos especiais e fórmulas infantis, além de fortalecer sua imagem como fornecedor confiável. Com estratégias adequadas, as exportações brasileiras têm potencial para conquistar espaço nesse mercado bilionário, diversificando seus destinos e agregando valor à cadeia produtiva nacional.

Manteiga

2024						
HS	Produto	País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04051000	Manteiga	Nova Zelândia	84958830	KG	591.644.848	0,00%
04051000	Manteiga	França	7309061	KG	63.677.458	10,00%
04051000	Manteiga	Países Baixos	4075130	KG	24.897.964	10,00%
04051000	Manteiga	Bélgica	3483635	KG	24.774.490	10,00%
04051000	Manteiga	Austrália	3021900	KG	18.006.605	0,00%
04051000	Manteiga	Dinamarca	337873	KG	2.717.394	10,00%
04051000	Manteiga	Irlanda	404626	KG	2.399.558	10,00%
04051000	Manteiga	Alemanha	341781	KG	2.359.616	10,00%
04051000	Manteiga	Reino Unido	200000	KG	1.412.359	10,00%
04051000	Manteiga	Estados Unidos	105536	KG	1.355.070	35,00%
04051000	Manteiga	Argentina	221954	KG	1.329.859	10,00%
04051000	Manteiga	Espanha	242087	KG	1.180.604	10,00%
04051000	Manteiga	Vietnã	186990	KG	799.282	0,00%
04051000	Manteiga	Itália	67650	KG	675.551	10,00%
04051000	Manteiga	Bielorrússia	23000	KG	198.554	10,00%
2023						
HS	Produto	País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04051000	Manteiga	Nova Zelândia	77452748	KG	506.695.817	0,00%
04051000	Manteiga	França	5471387	KG	47.431.631	10,00%
04051000	Manteiga	Países Baixos	3269707	KG	21.791.340	10,00%
04051000	Manteiga	Bélgica	2819390	KG	18.904.703	10,00%
04051000	Manteiga	Alemanha	726171	KG	4.402.157	10,00%
04051000	Manteiga	Argentina	770515	KG	4.040.496	10,00%
04051000	Manteiga	Irlanda	578319	KG	3.577.255	10,00%
04051000	Manteiga	Austrália	568032	KG	3.088.884	1,00%
04051000	Manteiga	Dinamarca	257079	KG	1.774.936	10,00%
04051000	Manteiga	Ucrânia	322150	KG	1.747.525	10,00%
04051000	Manteiga	Itália	107663	KG	924.937	10,00%
04051000	Manteiga	Reino Unido	123626	KG	843.420	10,00%
04051000	Manteiga	Espanha	125234	KG	549.573	10,00%
04051000	Manteiga	Estados Unidos	28947	KG	443.951	35,00%

04051000	Manteiga	Tailândia	3111	KG	44.165	0,00%
04051000	Manteiga	Suíça	1350	KG	26.679	0,00%
04051000	Manteiga	Vietnã	5000	KG	23.140	0,00%
04051000	Manteiga	Polônia	2800	KG	21.376	10,00%
2022						
HS	Produto	País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04051000	Manteiga	Nova Zelândia	85865097	KG	549.340.378	0,00%
04051000	Manteiga	França	5385707	KG	46.140.712	10,00%
04051000	Manteiga	Países Baixos	1898984	KG	14.276.934	10,00%
04051000	Manteiga	Bélgica	1696877	KG	12.689.281	10,00%
04051000	Manteiga	Austrália	2325891	KG	12.309.171	2,00%
04051000	Manteiga	Argentina	999028	KG	5.704.006	10,00%
04051000	Manteiga	Alemanha	657872	KG	4.494.520	10,00%
04051000	Manteiga	Uruguai	715960	KG	4.143.644	10,00%
04051000	Manteiga	Dinamarca	671141	KG	4.114.416	10,00%
04051000	Manteiga	Irlanda	615750	KG	3.891.142	10,00%
04051000	Manteiga	Itália	271770	KG	2.228.801	10,00%
04051000	Manteiga	Turquia	144012	KG	811.927	10,00%
04051000	Manteiga	Reino Unido	88840	KG	648.190	10,00%
04051000	Manteiga	Espanha	71988	KG	284.192	10,00%
04051000	Manteiga	Estados Unidos	16015	KG	195.813	35,00%
04051000	Manteiga	Áustria	19800	KG	135.378	10,00%
04051000	Manteiga	Suíça	1350	KG	24.554	0,00%

Queijo Ralado ou em Pó

2024						
HS	Produto	País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04062000	Queijo ralado ou em pó	Nova Zelândia	34091125	KG	164.952.705	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Dinamarca	6019350	KG	41.807.660	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Estados Unidos	3653566	KG	19.747.824	35,50%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Países Baixos	1334979	KG	9.779.705	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Itália	583550	KG	5.012.845	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	França	763247	KG	3.459.024	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Austrália	320852	KG	2.667.188	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Singapura	284998	KG	1.723.528	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Malásia	157915	KG	1.045.720	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Reino Unido	170876	KG	749.146	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Suíça	57305	KG	701.093	4,80%

04062000	Queijo ralado ou em pó	Irlanda	13600	KG	97.904	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Tailândia	5000	KG	54.068	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Polônia	5600	KG	46.435	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Turquia	2266	KG	16.752	8,00%
2023						
HS	**Produto**	**País**	**Qtd**	**Unidade**	**USD**	**Tarifa**
04062000	Queijo ralado ou em pó	Nova Zelândia	33322302	KG	171.221.728	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Dinamarca	7097096	KG	45.236.874	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Estados Unidos	7111992	KG	35.207.585	35,50%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Países Baixos	744630	KG	7.872.220	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	França	1684799	KG	7.579.884	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Itália	504106	KG	4.386.235	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Bélgica	610464	KG	2.920.336	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Austrália	309315	KG	2.623.102	1,20%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Suíça	84578	KG	1.073.490	4,80%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Malásia	125585	KG	1.047.480	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Reino Unido	193820	KG	885.264	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Polônia	50760	KG	387.257	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Singapura	25350	KG	153.367	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Tailândia	14000	KG	148.420	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Turquia	11054	KG	47.850	8,00%
2022						
HS	**Produto**	**País**	**Qtd**	**Unidade**	**USD**	**Tarifa**
04062000	Queijo ralado ou em pó	Nova Zelândia	25105000	KG	127.508.674	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Dinamarca	3676815	KG	27.013.066	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Estados Unidos	1554240	KG	9.989.522	35,50%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Países Baixos	628159	KG	6.402.557	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	França	960001	KG	4.119.873	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Itália	442077	KG	3.479.656	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Austrália	244535	KG	2.023.825	2,40%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Turquia	350721	KG	1.447.704	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Malásia	164375	KG	1.345.560	0,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Polônia	115420	KG	875.342	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Taiwan (China)	54132	KG	811.102	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Reino Unido	61654	KG	294.237	8,00%
04062000	Queijo ralado ou em pó	Tailândia	6000	KG	61.819	0,00%

Queijo Processado

2024						
HS	Produto	País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04063000	Queijo processado	Nova Zelândia	10914240	KG	60.709.513	0,00%
04063000	Queijo processado	França	4332053	KG	25.622.071	8,00%
04063000	Queijo processado	Vietnã	1634530	KG	17.261.347	0,00%
04063000	Queijo processado	EUA	767326	KG	5.388.709	35,50%
04063000	Queijo processado	Singapura	476760	KG	3.361.173	0,00%
04063000	Queijo processado	Itália	287129	KG	2.462.225	8,00%
04063000	Queijo processado	Austrália	263063	KG	2.087.766	0,00%
04063000	Queijo processado	Rússia	374648	KG	1.736.348	8,00%
04063000	Queijo processado	Irlanda	353106	KG	1.630.198	8,00%
04063000	Queijo processado	Coreia do Sul	201978	KG	1.358.329	4,00%
04063000	Queijo processado	Áustria	218708	KG	1.304.023	8,00%
04063000	Queijo processado	Dinamarca	169356	KG	753.723	8,00%
04063000	Queijo processado	Reino Unido	35300	KG	413.097	8,00%
04063000	Queijo processado	Tailândia	28760	KG	247.273	0,00%
04063000	Queijo processado	Espanha	32353	KG	216.575	8,00%
04063000	Queijo processado	Países Baixos	22490	KG	171.024	8,00%
04063000	Queijo processado	Polônia	29568	KG	125.268	8,00%
04063000	Queijo processado	Alemanha	17266	KG	119.719	8,00%
04063000	Queijo processado	Turquia	12292	KG	63.492	8,00%
04063000	Queijo processado	Argentina	13692	KG	59.618	8,00%
04063000	Queijo processado	Grécia	3090	KG	23.534	8,00%
2023						
HS	Nome do Produto	Nome do País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04063000	Queijo processado	Nova Zelândia	8776181	KG	52.632.550	0,00%
04063000	Queijo processado	França	3630330	KG	22.317.342	8,00%
04063000	Queijo processado	Vietnã	1073251	KG	10.562.445	0,00%
04063000	Queijo processado	Dinamarca	1960258	KG	7.428.847	8,00%
04063000	Queijo processado	Singapura	666270	KG	4.887.080	0,00%
04063000	Queijo processado	EUA	698700	KG	4.384.208	35,50%
04063000	Queijo processado	Itália	424833	KG	3.197.915	8,00%
04063000	Queijo processado	Austrália	388183	KG	2.606.667	1,20%
04063000	Queijo processado	Coreia do Sul	451447	KG	2.431.984	4,80%
04063000	Queijo processado	Irlanda	327499	KG	1.521.832	8,00%
04063000	Queijo processado	Áustria	221416	KG	1.265.689	8,00%
04063000	Queijo processado	Alemanha	186919	KG	880.492	8,00%
04063000	Queijo processado	Reino Unido	51309	KG	459.265	8,00%
04063000	Queijo processado	Países Baixos	57363	KG	426.837	8,00%
04063000	Queijo processado	Rússia	97106	KG	419.116	8,00%
04063000	Queijo processado	Espanha	16040	KG	200.654	8,00%
04063000	Queijo processado	Suíça	10416	KG	186.694	4,80%
04063000	Queijo processado	Sérvia	37752	KG	135.884	8,00%
04063000	Queijo processado	Tailândia	13700	KG	111.570	0,00%
04063000	Queijo processado	Grécia	10531	KG	92.705	8,00%
04063000	Queijo processado	Turquia	9208	KG	62.392	8,00%
04063000	Queijo processado	Polônia	1719	KG	10.384	8,00%
2022						

HS	Nome do Produto	Nome do País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04063000	Queijo processado	Nova Zelândia	7296199	KG	41.197.180	0,00%
04063000	Queijo processado	França	3266982	KG	21.946.589	8,00%
04063000	Queijo processado	Dinamarca	3437543	KG	13.649.957	8,00%
04063000	Queijo processado	Singapura	481960	KG	3.779.669	0,00%
04063000	Queijo processado	Áustria	746021	KG	3.722.034	8,00%
04063000	Queijo processado	EUA	551788	KG	3.649.816	35,50%
04063000	Queijo processado	Vietnã	373461	KG	3.329.379	0,00%
04063000	Queijo processado	Austrália	429727	KG	2.514.558	2,40%
04063000	Queijo processado	Coreia do Sul	245637	KG	2.194.087	5,60%
04063000	Queijo processado	Itália	256657	KG	1.873.091	8,00%
04063000	Queijo processado	Irlanda	357005	KG	1.807.206	8,00%
04063000	Queijo processado	Países Baixos	102447	KG	742.788	8,00%
04063000	Queijo processado	Tailândia	60008	KG	498.408	0,00%
04063000	Queijo processado	Taiwan	66636	KG	454.663	8,00%
04063000	Queijo processado	Alemanha	57664	KG	339.707	8,00%
04063000	Queijo processado	Reino Unido	27334	KG	286.687	8,00%
04063000	Queijo processado	Sérvia	83114	KG	284.539	8,00%
04063000	Queijo processado	Suíça	14259	KG	263.467	5,00%
04063000	Queijo processado	Argentina	50000	KG	263.237	8,00%
04063000	Queijo processado	Turquia	50041	KG	262.426	8,00%
04063000	Queijo processado	Polônia	17874	KG	177.820	8,00%
04063000	Queijo processado	Rússia	39681	KG	169.114	8,00%
04063000	Queijo processado	Espanha	19395	KG	168.411	8,00%
04063000	Queijo processado	Uruguai	25000	KG	120.000	8,00%
04063000	Queijo processado	Grécia	11659	KG	103.681	8,00%

Queijos de veios azulados

2024						
HS	Produto	País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04064000	Queijos de veios azulados	Dinamarca	63519	KG	598.185	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Itália	25333	KG	282.955	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	França	7892	KG	134.337	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Alemanha	9951	KG	134.070	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Países Baixos	798	KG	11.058	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Reino Unido	816	KG	10.857	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Polônia	900	KG	7.872	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Nova Zelândia	141	KG	4.654	0,00%
2023						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04064000	Queijos de veios azulados	Dinamarca	57298	KG	515.383	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Itália	22649	KG	267.334	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Alemanha	12938	KG	179.412	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	França	6023	KG	109.921	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Espanha	3227	KG	27.454	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Polônia	972	KG	8.250	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Nova Zelândia	252	KG	7.977	0,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Países Baixos	544	KG	7.279	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Reino Unido	421	KG	5.287	8,00%
2022						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
04064000	Queijos de veios azulados	Dinamarca	64450	KG	508.414	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	França	24358	KG	413.908	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Alemanha	13145	KG	152.311	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Itália	12613	KG	137.158	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Espanha	4225	KG	27.528	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Países Baixos	1405	KG	17.338	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Reino Unido	1210	KG	17.196	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Polônia	1296	KG	9.764	8,00%
04064000	Queijos de veios azulados	Nova Zelândia	268	KG	8.864	0,00%

Caseína

2024						
HS	Produto	País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
35011000	Caseína	Nova Zelândia	14120454	KG	111.596.470	0,00%
35011000	Caseína	Irlanda	1290185	KG	13.373.855	10,00%
35011000	Caseína	França	852190	KG	6.090.260	10,00%
35011000	Caseína	Países Baixos	370283	KG	4.109.819	10,00%
35011000	Caseína	Bielorrússia	605375	KG	3.570.908	10,00%
35011000	Caseína	Ucrânia	302200	KG	2.015.048	10,00%
35011000	Caseína	Canadá	110000	KG	986.920	10,00%
35011000	Caseína	EUA	84383	KG	819.367	35,00%
35011000	Caseína	Alemanha	42386	KG	542.556	10,00%
35011000	Caseína	Polônia	63805	KG	536.533	10,00%
35011000	Caseína	Espanha	43675	KG	425.398	10,00%
35011000	Caseína	Bélgica	26960	KG	175.343	10,00%
35011000	Caseína	Dinamarca	4940	KG	56.740	10,00%
35011000	Caseína	Itália	8643	KG	18.155	10,00%
35011000	Caseína	Brasil	50	KG	2.095	10,00%
2023						
HS	Nome do Produto	Nome do País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
35011000	Caseína	Nova Zelândia	15536036	KG	178.230.931	0,00%
35011000	Caseína	Irlanda	1436714	KG	23.167.800	10,00%
35011000	Caseína	França	1373375	KG	16.375.102	10,00%
35011000	Caseína	Argentina	950000	KG	10.164.037	10,00%
35011000	Caseína	Ucrânia	991000	KG	7.698.035	10,00%
35011000	Caseína	Estados Unidos	411434	KG	5.418.484	35,00%
35011000	Caseína	Canadá	185120	KG	1.868.103	10,00%
35011000	Caseína	Bélgica	90200	KG	852.465	10,00%
35011000	Caseína	Singapura	25645	KG	329.734	0,00%
35011000	Caseína	Bielorrússia	65875	KG	329.282	10,00%
35011000	Caseína	Alemanha	10025	KG	228.824	10,00%
35011000	Caseína	Países Baixos	8285	KG	128.351	10,00%
35011000	Caseína	Itália	17286	KG	36.705	10,00%
35011000	Caseína	Espanha	425	KG	5.906	10,00%
2022						
HS	Nome do Produto	Nome do País	Qtd	Unidade	USD	Tarifa
35011000	Caseína	Nova Zelândia	12060529	KG	149.079.456	0,00%
35011000	Caseína	Irlanda	1112765	KG	16.259.549	10,00%
35011000	Caseína	Argentina	825000	KG	9.733.500	10,00%
35011000	Caseína	França	861281	KG	9.594.088	10,00%
35011000	Caseína	Canadá	330000	KG	3.527.084	10,00%
35011000	Caseína	Ucrânia	213728	KG	2.260.092	10,00%
35011000	Caseína	EUA	13891	KG	980.301	35,00%
35011000	Caseína	Alemanha	47481	KG	971.123	10,00%
35011000	Caseína	Espanha	89980	KG	884.466	10,00%
35011000	Caseína	Países Baixos	58830	KG	735.818	10,00%
35011000	Caseína	Polônia	52000	KG	509.367	10,00%
35011000	Caseína	Índia	25002	KG	287.582	10,00%
35011000	Caseína	Bélgica	9820	KG	69.260	10,00%
35011000	Caseína	Itália	20160	KG	42.826	10,00%
35011000	Caseína	Japão	350	KG	6.254	9,10%
35011000	Caseína	Dinamarca	207	KG	3.611	10,00%

Status regulatório do Brasil para a exportação de produtos lácteos para a China

Em 2008 o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) acordou modelo de Certificado Sanitário Internacional (CSI) com a Administração-Geral de Aduanas da China (GACC) para amparar as exportações brasileiras de produtos lácteos para a China. Os produtos autorizados para exportação ao mercado chinês são o leite em pó, queijos e leite condensado.

Em 23 de julho de 2019, a Administração-Geral de Aduanas da China (GACC) habilitou 24 estabelecimentos brasileiros para a exportação de produtos lácteos para a China. Atualmente, existem 14 estabelecimentos registrados na plataforma chinesa e aptos a realizar exportações para a China.

Oportunidades para o Brasil no mercado chinês de lácteos

O mercado chinês de produtos lácteos apresenta um potencial significativo para o Brasil, impulsionado pelo crescimento da demanda por proteínas de alta qualidade, mudanças nos hábitos de consumo e a busca por fontes diversificadas de importação. A China é o maior importador mundial de lácteos, com um mercado que movimentou mais de US$ 12 bilhões em 2022, segundo dados da FAO.

No entanto, o Brasil ainda ocupa uma posição modesta nesse cenário, respondendo por menos de 1% das importações chinesas, atrás de players consolidados como Nova Zelândia, Alemanha e Austrália. Essa realidade, porém, abre espaço para oportunidades estratégicas, especialmente diante da preferência chinesa por fornecedores confiáveis e da capacidade brasileira de expandir sua produção com competitividade.

Um dos principais fatores que favorecem o Brasil é a crescente demanda chinesa por leite em pó, queijos e derivados lácteos de alto valor agregado. O consumo per capita de lácteos na China ainda é baixo (cerca de 36 kg/ano, contra mais de 200 kg em países ocidentais), mas vem aumentando consistentemente, impulsionado pela urbanização, aumento da renda e maior ocidentalização da dieta. Além disso, a China enfrenta limitações na produção doméstica devido à escassez de terras agricultáveis e à baixa produtividade do rebanho leiteiro local, tornando o país dependente de importações.

O Brasil, como um dos maiores produtores de leite do mundo (35 bilhões de litros/ano), tem condições de suprir parte dessa demanda, especialmente com investimentos em tecnologia e logística.
Outro aspecto relevante é a preferência da China por produtos seguros e rastreáveis, um requisito que o Brasil pode atender com sua expertise em certificações sanitárias e sistemas de inspeção reconhecidos internacionalmente.

A existência de certificação sanitária acordada e a habilitação de estabelecimentos brasileiros em 2018 são etapas importantes nesse sentido. Aproveitar o mercado chinês aberto exige, no entanto, maior investimento em marketing e branding para posicionar os produtos brasileiros como alternativas premium aos tradicionais fornecedores europeus e neozelandeses.

A logística também desempenha um papel crucial. Enquanto a Nova Zelândia domina o mercado chinês devido à proximidade geográfica e aos acordos comerciais preferenciais, o Brasil pode compensar suas desvantagens competitivas com a diversificação de produtos. Queijos especiais, como muçarela e requeijão, têm ganhado espaço na China, assim como ingredientes lácteos para a indústria de alimentos processados. A ampliação de rotas marítimas e o estreitamento das relações técnicas e diplomáticas podem reduzir custos, prazos de entrega e barreiras, tornando as exportações brasileiras mais atrativas.

Por fim, as tendências de consumo na China indicam oportunidades em nichos como lácteos funcionais (enriquecidos com probióticos ou vitaminas) e produtos orgânicos, segmentos nos quais o Brasil já possui experiência. A combinação entre capacidade produtiva, qualidade sanitária e adaptação às demandas do consumidor chinês pode, portanto, consolidar o país como um fornecedor estratégico no mercado global de lácteos. Para isso, será essencial fortalecer parcerias público-privadas, investir em inteligência de mercado e ampliar a presença em feiras internacionais, tais como a SIAL e a China International Import Expo (CIIE).

Em resumo, o Brasil tem condições de expandir sua participação no mercado chinês de lácteos, mas isso exigirá uma abordagem coordenada entre governo e setor privado, focada em qualidade, diferenciação e eficiência logística. Com a China representando mais de 20% do comércio mundial de lácteos, o potencial é claro, restando ao Brasil transformar essa oportunidade em realidade.

Associações chinesas envolvidas no setor de lácteos

O mercado chinês de produtos lácteos é fortemente influenciado por associações setoriais que desempenham um papel crucial na regulação, promoção e desenvolvimento do comércio interno e internacional. Essas entidades atuam como intermediárias entre o governo, as empresas locais e os fornecedores estrangeiros, facilitando a entrada de produtos importados e estabelecendo padrões de qualidade e segurança.

Para os exportadores brasileiros, compreender o papel dessas associações é fundamental para estabelecer parcerias estratégicas e garantir a conformidade com as exigências do mercado chinês.

China Dairy Industry Association (CDIA) - é a principal organização do setor lácteo no país, vinculada ao Ministério da Agricultura e Assuntos Rurais da China. Fundada em 1983, a CDIA reúne os maiores produtores, processadores e distribuidores de lácteos da China, além de representar os interesses do setor perante o governo. A associação é responsável por definir padrões técnicos, promover inovações na cadeia produtiva e organizar eventos como a China Dairy Expo, uma das maiores feiras do setor no país. Para os exportadores brasileiros, a CDIA é uma porta de entrada importante, pois suas certificações e recomendações podem acelerar a aceitação de produtos importados no mercado chinês.

China Chamber of Commerce of Foodstuffs and Native Produce (CFNA) - outra associação importante que supervisiona a importação de alimentos, incluindo lácteos. A CFNA atua como uma ponte entre as autoridades regulatórias chinesas e as empresas estrangeiras, auxiliando na obtenção de licenças sanitárias e na adequação às normas locais. A câmara também organiza missões comerciais e rodadas de negócios, facilitando o contato entre importadores chineses e fornecedores internacionais. Empresas brasileiras que desejam exportar para a China podem se beneficiar da interlocução com a CFNA para entender as tendências de consumo e as exigências burocráticas.

China E-Commerce Association (CECA) - no âmbito do comércio eletrônico, desempenha um papel crescente na comercialização de lácteos importados. Com o boom das plataformas digitais como Tmall Global e JD.com, a CECA estabelece diretrizes para vendas online, combatendo falsificações e garantindo a autenticidade de produtos estrangeiros. Para empresas brasileiras, a associação pode oferecer insights valiosos sobre estratégias de marketing digital e parcerias com marketplaces chineses.

Além dessas, a China National Food Industry Association (CNFIA) e a China Chain Store & Franchise Association (CCFA) também influenciam o mercado de lácteos, especialmente na distribuição para supermercados e redes de franquias. A CCFA, por exemplo, reúne as maiores redes varejistas do país, como Walmart China e Yonghui Superstores, que são canais essenciais para a venda de queijos, leites UHT e outros derivados importados.

Para o Brasil, que busca ampliar sua participação no mercado chinês de lácteos, o engajamento com essas associações pode ser um diferencial competitivo. Participar de eventos organizados por essas entidades, como seminários e feiras, permite que exportadores brasileiros construam relacionamentos com players locais e entendam as nuances do mercado.

Em resumo, as associações chinesas são atores-chave na importação e comercialização de lácteos, atuando como facilitadoras do diálogo entre governo, empresas e consumidores.

Para o Brasil, estabelecer parcerias com essas entidades pode significar maior acesso a um mercado que movimenta bilhões de dólares anualmente e que continua a crescer, impulsionado pela demanda por produtos de qualidade e seguros. Aproveitar essas conexões é um passo estratégico para consolidar a presença brasileira no setor lácteo chinês.

Feiras e Eventos do Setor de produtos lácteos

A China é um dos maiores mercados globais de lácteos, e sua demanda crescente por importações abre oportunidades significativas para o Brasil. Participar de feiras e eventos especializados no país é uma estratégia essencial para que empresas brasileiras possam apresentar seus produtos, estabelecer contatos comerciais e entender as tendências do setor. Abaixo, destacam-se as principais feiras e eventos na China relacionados a produtos lácteos que merecem a atenção do Brasil:

- China International Import Expo (CIIE) - Considerada a maior feira de importação da China, o CIIE reúne compradores de todo o mundo e é uma plataforma estratégica para empresas estrangeiras apresentarem seus produtos ao mercado chinês. O evento possui um setor específico para alimentos e bebidas, incluindo lácteos, e tem atraído cada vez mais expositores do setor. A participação brasileira no CIIE pode ajudar a consolidar a imagem do país como fornecedor de lácteos de qualidade.

- SIAL Shanghai: é um dos eventos mais importantes para o setor de lácteos no país. A feira reúne milhares de expositores e visitantes internacionais, incluindo grandes varejistas e indústrias de alimentos. O Brasil pode aproveitar esse espaço para promover seus produtos e explorar parcerias com empresas chinesas.

- FHC China (Food & Hospitality China) – Esta é uma das principais feiras de alimentos e bebidas da Ásia, com forte participação de empresas de laticínios. O evento inclui exposições, competições gastronômicas e rodadas de negócios, sendo uma excelente oportunidade para empresas brasileiras apresentarem queijos, leite em pó, manteiga e outros derivados lácteos a importadores e distribuidores chineses.

- China Dairy Industry Association (CDIA) Annual Conference – Organizada pela Associação Chinesa de Lácteos, essa conferência reúne os principais players do setor, incluindo produtores, processadores e pesquisadores. Participar desse evento permite ao Brasil entender as políticas regulatórias, tendências tecnológicas e demandas do mercado chinês, além de estabelecer contatos com líderes da indústria local.

- BME China (Baby & Children Food Expo) - Como o mercado de fórmulas infantis e lácteos para crianças é um dos segmentos mais lucrativos na China, essa feira é fundamental para empresas que desejam exportar leite em pó infantil e outros produtos relacionados. O Brasil, com sua forte produção de leite em pó, pode explorar esse nicho em crescimento.

A partir do exposto, recomenda-se que o governo brasileiro e entidades setoriais possam intensificar a organização de pavilhões conjuntos para reduzir custos e aumentar a visibilidade. Nesse mesmo contexto, sugere-se priorizar eventos que ofereçam matchmaking entre exportadores e importadores chineses. A realização de parcerias com distribuidores locais é altamente recomendável, aproveitando as feiras e demais eventos de promoção comercial para fechar acordos com empresas chinesas que já atuam no varejo e e-commerce.

A participação do Brasil nessas feiras e eventos pode acelerar a entrada e consolidação dos produtos lácteos brasileiros no mercado chinês. Com uma abordagem estratégica, o país pode transformar seu potencial produtivo em presença efetiva no maior mercado consumidor de lácteos do mundo.

Conclusões e Recomendações Finais

O mercado chinês de produtos lácteos apresenta um cenário de oportunidades para o Brasil, impulsionado pelo crescimento contínuo da demanda, a insuficiência da produção doméstica e a busca por fontes diversificadas de importação.

Com uma população urbana em expansão e uma classe média cada vez mais preocupada com qualidade e segurança alimentar, a China consolida-se como o maior importador global de lácteos, movimentando bilhões de dólares anualmente. Para o Brasil, que possui um dos maiores rebanhos leiteiros do mundo e capacidade produtiva em ascensão, esse mercado representa uma janela estratégica para expandir suas exportações e agregar valor à cadeia láctea nacional. No entanto, aproveitar esse potencial exigirá superar desafios estruturais e adotar uma abordagem coordenada entre governo e setor privado.

As oportunidades para o Brasil são evidentes. A China importa atualmente mais de 70% de seus lácteos premium, como queijos especiais, leite em pó e fórmulas infantis, setores nos quais o Brasil pode competir com vantagens em custo e escala. Além disso, o crescimento de plataformas digitais, como Tmall Global e JD.com, facilita a entrada de marcas estrangeiras, reduzindo barreiras tradicionais de distribuição.

A existência de Certificado Sanitário Internacional (CSI) acordado e de estabelecimentos habilitados permitem a ampliação da presença do país nesse mercado. Nichos como lácteos funcionais, orgânicos e produtos para a gastronomia também ganham relevância, alinhando-se com a expertise brasileira em inovação agroindustrial.

Entretanto, os desafios não podem ser ignorados. A concorrência com players consolidados, como Nova Zelândia e União Europeia, exige que o Brasil invista em diferenciação e qualidade. As barreiras sanitárias e regulatórias chinesas são rigorosas, demandando certificações complexas e adaptações nos processos produtivos. A logística também é um obstáculo, já que a distância geográfica e a necessidade de cadeias de frio eficientes encarecem as exportações. Além disso, a falta de reconhecimento da marca "Brasil" no setor lácteo chinês limita a capacidade de cobrar preços premium, tornando essencial investir em promoção comercial e branding.

Para o governo brasileiro, as recomendações incluem:

1) Aprofundar as negociações bilaterais para ampliar a lista de produtos lácteos autorizados para exportação
2) Fortalecer os acordos sanitários e técnicos com a China, agilizando a homologação de plantas industriais;
3) Incentivar a participação em feiras internacionais, como a SIAL China e a China International Import Expo (CIIE), por meio de missões comerciais e pavilhões institucionais;

Já para as indústrias brasileiras, recomenda-se:

1) Desenvolver produtos adaptados ao paladar e às preferências do consumidor chinês, como lácteos com baixa lactose e embalagens menores;
2) Aproveitar o comércio eletrônico, estabelecendo parcerias com marketplaces e influenciadores digitais para aumentar a visibilidade;
3) Fortalecer a rastreabilidade e a sustentabilidade, fatores valorizados pelo mercado chinês, com selos que comprovem origem e práticas ambientais responsáveis.

Em síntese, o mercado chinês de lácteos oferece um caminho promissor para o Brasil, mas exige uma estratégia de longo prazo, baseada em qualidade, inovação e cooperação entre os setores público e privado.

Com planejamento adequado e investimentos em competitividade, o Brasil pode transformar seu potencial em resultados concretos, diversificando suas exportações e ocupando um lugar de destaque no comércio global de lácteos. A China não é apenas um mercado a ser conquistado, mas uma oportunidade para elevar a cadeia produtiva brasileira a um novo patamar de excelência e integração internacional.

ANÁLISE SITUACIONAL DO MERCADO DE MEDICAMENTOS VETERINÁRIOS NA COLÔMBIA E RELATO DE POSSÍVEL OPORTUNIDADE DE AMPLIAÇÃO DO ATUAL VOLUME EXPORTADO PELO BRASIL

Data: 15/05/2025
Posto: Bogotá/Colômbia
Palavras-chave: Medicamentos veterinários; exportações; população animal; incremento de consumo; comércio internacional; projeção de oportunidade; saúde animal.
Responsável: Clóvis Augusto Versalli Serafini

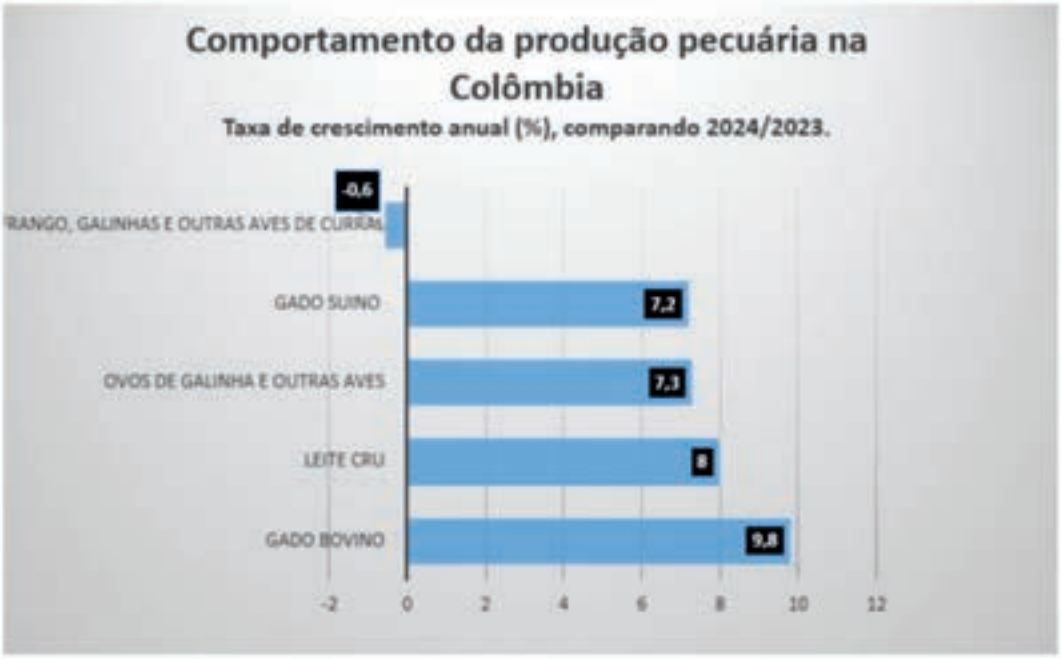
SUMÁRIO:

A Colômbia é o segundo país mais populoso da América do Sul e apresenta um cenário econômico em ascensão, o que tem impulsionado o consumo interno, especialmente no setor agropecuário. O governo colombiano tem promovido políticas públicas voltadas ao fortalecimento da produção local para atender à crescente demanda por alimentos e insumos. Entre 2023 e 2024, houve um aumento expressivo na criação de animais de produção, além do constante crescimento da população de animais de companhia. Esse contexto ampliou a demanda por medicamentos veterinários no país. Diante disso, o Brasil, com uma indústria de saúde animal desenvolvida e reconhecida por sua excelência sanitária, possui potencial para ampliar sua presença como exportador de medicamentos veterinários ao mercado colombiano.

A Colômbia destaca-se como uma das nações mais populosas da América do Sul, ocupando a segunda posição após o Brasil. Em 2024, sua população foi estimada em aproximadamente 52,9 milhões de habitantes, representando cerca de 12,1% da população sul-americana. Economicamente, a Colômbia desempenha um papel estratégico na região. Em termos de Produto Interno Bruto (PIB) nominal, o país ocupa a terceira posição na América do Sul, com um valor estimado de US$ 419,3 bilhões em 2025, ficando atrás apenas do Brasil e da Argentina.

O bom desempenho econômico do país tem favorecido a elevação do padrão de vida da população e o aumento do consumo interno, com destaque para o setor agropecuário. Com políticas públicas voltadas ao fortalecimento da produção local, o país busca atender à crescente demanda por alimentos e insumos, impulsionada tanto pelo crescimento populacional quanto pela ampliação do poder de compra. Nesse contexto, a Colômbia se consolida como uma economia emergente de destaque na América do Sul, com perspectivas positivas de continuidade do crescimento econômico e social nos próximos anos.

As políticas públicas têm priorizado a expansão das áreas produtivas, a elevação da produtividade e a diversificação das culturas, com foco na segurança e autossuficiência alimentar. Essa estratégia também impacta diretamente a dinâmica comercial, estimulando a demanda por insumos veterinários nas regiões produtoras. Segundo o Departamento Administrativo Nacional de Estatística (DANE), observa-se crescimento significativo na criação de animais de produção entre 2023 e 2024, refletindo os efeitos dessas políticas sobre o setor pecuário:

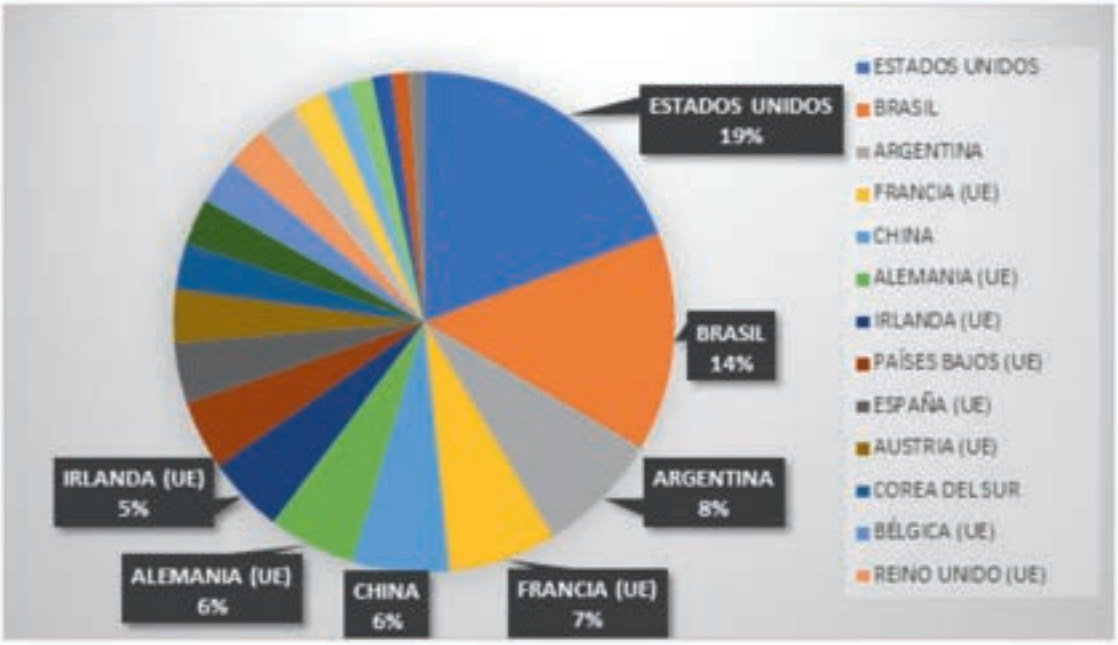


Outro fator relevante na análise do mercado de medicamentos veterinários na Colômbia é o crescimento das populações de animais de companhia. Nos últimos anos, esse fenômeno tem refletido mudanças culturais e sociais significativas, impulsionando a expansão do mercado pet.

Estima-se que cerca de 68% dos lares colombianos possuem pelo menos um animal de estimação, o que posiciona o país entre os líderes da América Latina em posse de animais de companhia. Esse cenário tem gerado uma demanda crescente por produtos e serviços voltados ao bem-estar animal, com destaque para medicamentos veterinários. Com tutores cada vez mais preocupados com a saúde e qualidade de vida de seus animais, o setor farmacêutico veterinário tem se expandido continuamente, abrangendo medicamentos preventivos, tratamentos para doenças crônicas, vacinas, antiparasitários e produtos de cuidados especiais. O segmento registra taxas de crescimento significativas, atrai investimentos, fortalece a cadeia de distribuição e estimula a atuação de profissionais especializados em saúde animal.

Adicionalmente, é nítido que a Colômbia já conta com um setor pecuário robusto, com destaque para as cadeias de produção de carne, leite e avicultura — todas fortemente dependentes do uso de medicamentos veterinários para prevenção e tratamento de doenças. Paralelamente, a população de animais de companhia é ampla e segue em expansão. Nesse cenário de alto consumo, as importações de medicamentos veterinários vêm assumindo um papel estratégico, sendo fundamentais para a manutenção da saúde animal e para a sustentabilidade do setor agropecuário colombiano. Diante da crescente demanda por soluções em saúde animal e das limitações da produção nacional, o abastecimento externo desses produtos é essencial para garantir a competitividade e o desenvolvimento contínuo da pecuária no país.

Informações divulgadas nos últimos dias pela Associação Nacional de Empresários da Colômbia (ANDI) indicam que nos últimos 5 anos os medicamentos veterinários utilizados na Colômbia foram importados de uma vasta lista de provedores, totalizando 38 países distintos. Entretanto, os cinco principais fornecedores destes produtos veterinários detêm cerca de 55% do total. Os EUA lideram com a participação de 19,3% do total; em segundo, o Brasil, com 14,2% e em terceiro, a Argentina, com 8%. Na sequência um gráfico ilustrando esta composição das importações colombianas, considerando os países de origem, desde 2020 até 2025:



O Instituto Colombiano Agropecuário (ICA) é a autoridade competente na Colômbia para o tema, exercendo um papel central no controle oficial e no monitoramento da produção, comercialização, uso e entrada de medicamentos veterinários no país. Por meio de normas sanitárias rigorosas, o ICA assegura que os produtos importados atendam aos requisitos de qualidade, eficácia e segurança, protegendo a saúde animal e a saúde pública. No entanto, a complexa realidade das fronteiras colombianas, especialmente na borda leste, impõe desafios significativos. O contrabando de medicamentos veterinários ainda é uma prática recorrente, fato que pode comprometer a rastreabilidade dos produtos, a eficácia dos tratamentos e a segurança sanitária.

Nesse contexto, a Colômbia consolida-se como um mercado atrativo para fornecedores internacionais. O Brasil, com uma indústria de saúde animal desenvolvida e reconhecida por sua excelência sanitária, possui potencial para ampliar sua presença como exportador de medicamentos veterinários ao país. No entanto, proporcionalmente, esse potencial ainda é pouco explorado localmente. A intensificação do fluxo comercial e da cooperação técnica entre Brasil e Colômbia poderia não apenas impulsionar a pecuária colombiana, mas também apoiar de forma mais efetiva o atendimento à crescente população de animais de companhia no país.

QUOTA TARIFÁRIA SUL-COREANA ABRE OPORTUNIDADE PARA CARNE SUÍNA BRASILEIRA

Data: 15/05/2025
Posto: Seul/Coreia do Sul
Palavras-chave: Carne suína; quotas tarifárias.
Responsável: Ricardo Zanatta Machado - Adido Agrícola em Seul, Rodrigo Braune Wanderley – Assistente técnico da adidância agrícola

SUMÁRIO:

A Coreia do Sul importou, em 2024, mais de 526 mil toneladas de carne suína congelada, somando US$ 1,87 bilhão. O Brasil, porém, enfrenta barreiras tarifárias maiores que as aplicadas a países com acordos comerciais, como EUA, UE e Chile. A recente abertura de uma quota tarifária emergencial de 10 mil toneladas, com tarifa zero (exceto para barriga suína), válida de maio a dezembro de 2025, representa uma oportunidade para se ampliar as exportações brasileiras.

Contextualização e Dados de mercado

A carne suína é uma das mais consumidas pela população sul-coreana. Em 2022, o consumo per capita foi de 29 kg por habitante ao ano, enquanto o consumo de carne de frango foi de 16 kg e o de carne bovina foi de 15 kg por habitante ano.

Como a taxa de autossuficiência da Coreia do Sul na produção de carne suína é de cerca de 70%, o país necessita recorrer às importações do produto, que, em 2024, corresponderam a 526.844 toneladas de carne suína congelada (HS 020329), totalizando US$ 1,87 bilhão.

Apesar da demanda elevada, o Brasil enfrenta dificuldades de ampliar sua participação nesse mercado devido às altas tarifas de importação aplicadas aos seus produtos, que são mais elevadas do que aquelas concedidas a países com acordos comerciais, como os EUA, União Europeia e Chile (ver Tabela 1). Em 2024, o Brasil respondeu por apenas 3% do valor e 4% do volume das importações sul-coreanas de carne suína congelada.

Tabela 1. Tarifas de importação para carne suína congelada (HS 020329)

País/Bloco econômico	Tarifa aplicada
EUA, Países da União Europeia, Chile	0%
Canadá	3,8% - 11,3%
Brasil	25%

Fonte: Customs Korea (2025)

Diante desse cenário, o anúncio de uma quota tarifária emergencial com tarifa zero para a importação de até 10.000 toneladas de carne suína congelada (exceto barriga suína) representa uma importante oportunidade para os exportadores brasileiros concorrerem em condições de igualdade com os principais países fornecedores que atualmente se beneficiam de preferências tarifárias.

Essa quota estará vigente de 1º de maio a 31 de dezembro de 2025, ou até o esgotamento do volume estabelecido.

É importante destacar que, em 2022 e 2023, o governo sul-coreano já havia adotado medidas semelhantes, o que contribuiu para o aumento da participação brasileira no mercado durante esses períodos (ver Tabela 1).

Tabela 2. Quotas tarifárias emergenciais estabelecidas pelo governo sul-coreano em 2022 e 2023.

Produto	Volume	Tarifa	Vigência
Carne Suína Fresca (020319)	22.000	0%	De 22/06/2022 a 31/12/2022
Carne Suína Congelada (020329)	48.000	0%	De 22/06/2022 a 31/12/2022
Carne Suína Fresca (020319)	25.000	0%	De 01/06/2023 a 31/12/2023
Carne Suína Congelada (020329)	20.000	0%	De 01/06/2023 a 31/12/2023

Por fim, no link a seguir encontra-se a lista de importadores sul-coreanos de carne suína, também elaborada pela adidância:
https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/relacoes-internacionais/adidos-agricolas/coreia-do-sul/2023._Carne_Suina._Lista_de_Importadores._Coreia_do_Sul.pdf.

IMPACTOS NA COSTA RICA COM AS RECENTES MEDIDAS DOS ESTADOS UNIDOS E OPORTUNIDADES PARA PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL

Data: 14/05/2025
Posto: São Jose- Costa Rica
Palavras-chave: Costa Rica. Bovinos. Material Genético.
Responsável: Priscila Rech Pinto Moser

SUMÁRIO:

A imposição de tarifas de 10% pelos EUA sobre produtos, incluindo agrícolas, ameaça a estabilidade do acordo de livre comércio DR-CAFTA e afeta diretamente a Costa Rica, cujo principal parceiro comercial são os norte-americanos. A medida visa reduzir o déficit comercial dos EUA, mas pode prejudicar a competitividade das exportações costarriquenhas. Embora o impacto deva ser pequeno a moderado, há risco de impactos ao comércio bilateral entre Costa Rica e Estados Unidos. Diante disso, o Brasil pode se posicionar como fornecedor alternativo de produtos agrícolas. Assim, torna-se essencial a intensificação de esforços para promover produtos brasileiros na região e ampliar a atuação do setor privado nacional na Costa Rica.

A Costa Rica é signatária do Tratado de Livre Comércio entre os Estados Unidos, República Dominicana e os países da América Central (DR-CAFTA), que garante acesso preferencial ao mercado norte-americano — principal destino das exportações costarriquenhas. Em 2024, 47% das exportações do país (equivalentes a US$ 10,2 bilhões) tiveram como destino os EUA.

No entanto, a recente decisão dos Estados Unidos de impor tarifas de 10% sobre determinados produtos, incluindo bens agrícolas, gerou preocupações quanto à estabilidade comercial regional e ao futuro do acordo. A medida afeta diretamente os países da América Central, cuja economia é fortemente dependente do comércio com os EUA. Embora a tarifa aplicada à Costa Rica seja a menor entre os países afetados, seu impacto potencial é expressivo, dada a relevância do mercado norte-americano para o país.

Segundo Carolina Palma, sócia de "Impuestos Indirectos" e líder de Comércio Internacional da EY para América Central, Panamá e República Dominicana, bem como professora da Universidade de Costa Rica, a nova política dos EUA visa corrigir desequilíbrios comerciais, mas não elimina a dependência norte-americana de aliados estratégicos para o fornecimento de bens essenciais. As limitações da estrutura produtiva, o clima e os altos custos de manufatura nos EUA tornam a América Central um fornecedor vital para esses bens.

Impactos esperados:

a.Comercial: A medida pode reduzir a competitividade dos produtos costarriquenhos e afetar negativamente o fluxo de exportações.

b.Cambial: Segundo economistas como Gerardo Corrales e Daniel Suchar, o impacto sobre o câmbio deve ser moderado, embora haja receios quanto a uma possível retração econômica.

c.Macroeconômico: Para analistas como José Luis Arce, tarifas generalizadas podem gerar crescimento negativo e aumentar a vulnerabilidade da economia costarriquenha, altamente interligada à economia dos EUA.

Diante desse cenário de instabilidade, o Brasil tem a oportunidade de se posicionar como um fornecedor alternativo, estável e confiável, especialmente no segmento de produtos agrícolas atualmente importados pela Costa Rica dos Estados Unidos. Entre os principais produtos de origem animal que a Costa Rica tem importado do país estadunidense, encontram-se:

- Carnes bovina e de aves
- Produtos de reciclagem animal – como farinhas e gorduras de origem animal;
- Laticínios, ovos e mel natural – que podem complementar a demanda costarriquenha por produtos agropecuários de qualidade.
- Preparações de carne, peixe, crustáceos, moluscos ou outros invertebrados aquáticos

Tabela 01: Principais produtos agrícolas (animal e vegetal) importados pela Costa Rica dos EUA (valores em mil USD). Fonte Trademap.

Produto (Descrição simplificada)	Valor (mil USD)
Cereais	184,168
Resíduos e desperdícios da indústria alimentícia; rações preparadas para animais	127,812
Carnes e miudezas comestíveis	125,023
Sementes oleaginosas, grãos diversos, sementes e frutos industriais ou medicinais	86,855
Preparações de vegetais, frutas, nozes ou outras partes de plantas	76,638
Produtos lácteos, ovos de aves, mel natural, outros produtos de origem animal comestíveis	58,679
Bebidas, destilados e vinagres	53,691
Legumes comestíveis e certas raízes e tubérculos	51,273
Preparações de cereais, farinhas, amidos ou leite; produtos de padaria	48,476
Frutas comestíveis e nozes; cascas de frutas cítricas ou de melões	25,374
Preparações de carne, peixe, crustáceos, moluscos ou outros invertebrados aquáticos	31,135
Cacau e suas preparações	22,479
Gorduras e óleos animais ou vegetais e seus derivados; gorduras comestíveis preparadas	11,383

Esse contexto representa uma oportunidade estratégica para o agronegócio brasileiro, especialmente considerando os esforços para diversificação de mercados e ampliação da presença internacional. No entanto, o mercado costarriquenho ainda está fechado para carnes do Brasil, o que requer negociações sanitárias prévias para superá-las.

Assim, torna-se essencial a intensificação de esforços para promover produtos brasileiros na região e ampliar a atuação do setor privado nacional na Costa Rica, visando consolidar as relações econômicas bilaterais e aproveitar o espaço deixado pela reconfiguração comercial no âmbito do DR-CAFTA.

جمهورية مصر العربية

PERSPECTIVAS DO MERCADO EGÍPCIO PARA PET FOOD

Data: 15/05/2025
Posto: Cairo/Egito
Palavras-chave: exportação; Egito; pet food; animais de companhia; perspectivas.
Responsável: Rafael Mohana de Carvalho Refosco

SUMÁRIO:

A recessão econômica no Egito tem ocasionado impacto significativo na indústria de alimentos para animais de estimação ("pet food"). Tanto a desvalorização da moeda local como as restrições à importação tornaram os alimentos para animais de estimação importados menos dominantes no mercado. Os produtos fabricados localmente foram beneficiados, com as marcas egípcias prosperando durante o ano passado, com boas expectativas de que este crescimento continue.

O setor de alimentos para animais de estimação do Egito está preparado para uma fase de crescimento dinâmico, antecipando um aumento de 14,4 milhões de dólares e uma CAGR (taxa de crescimento anual composta) de aproximadamente 7,2% de 2025 a 2030. No Egito o mercado de alimentos para animais de estimação é influenciado principalmente pela crescente urbanização e pelo aumento da posse de animais de estimação, particularmente entre famílias de classe média e alta. Essa tendência é acompanhada por uma crescente consciência das necessidades nutricionais dos animais de estimação, impulsionando a procura por produtos alimentares especializados e premium/super premium.

A expansão dos pontos de venda modernos e das plataformas de comércio eletrônico estão tornando mais acessíveis uma maior variedade de alimentos para animais, atendendo às preferências crescentes dos proprietários de animais de estimação egípcios, que dão cada vez mais prioridade à saúde e ao bem-estar dos seus pets.

Escopo

SH	DESCRIÇÃO SH
2309	Preparações dos tipos utilizados na alimentação de animais
230910	Alimentos para cães e gatos, acondicionados para venda a retalho
230990	Outras preparações para alimentação de animais

Mercado de pet food no Egito

Segmentação de mercado

O mercado de alimentos para animais de estimação no Egito é categorizado nos seguintes segmentos:

1. Tipo de animal de estimação: gato (comida seca, comida úmida e misturadores), cachorro (comida seca, comida úmida e misturadores), pássaros, peixes, e outros;

2. Tipos de alimentos: alimentos terapêuticos para animais de estimação, alimentos não terapêuticos para animais de estimação;

3. Preços: ração econômica para animais de estimação, ração premium/super premium;

4. Ingredientes: reguladores de acidez, cereais, corantes, gorduras e óleos, farinhas, umectantes, proteínas, edulcorantes, vitaminas e minerais, outros; e

5. Canais de distribuição: supermercados e hipermercados, pet shops, e-commerce, clínicas veterinárias, e outros.

Cenário competitivo

Os principais stakeholders que dominam o mercado de alimentos para animais de estimação no Egito incluem as empresas Nestlé S.A., Mera Mischfutterwerk GmbH & Co. KG, Mars Incorporated e Josera petfood GmbH & Co.
Este relatório irá analisar o desempenho do setor de alimentos para animais de estimação no Egito, no período de 2020 a 2024. As conclusões destacam mudanças na participação de mercado, revelando líderes de mercado estabelecidos e concorrentes emergentes.

A indústria de pet food no Egito

A recessão econômica no Egito tem ocasionado impacto significativo na indústria de alimentos para animais de estimação ("pet food"). Tanto a desvalorização da moeda local como as restrições à importação tornaram os alimentos para animais de estimação importados menos dominantes neste mercado. Os produtos fabricados localmente foram beneficiados, com as marcas a prosperar durante o ano passado – e espera-se que este crescimento continue.

Efeitos da crise monetária na indústria de pet food no Egito

De acordo com o Euromonitor, o mercado de alimentos para animais de estimação do Egito valia 13,7 milhões de dólares (12,3 milhões de euros) em 2022, e atingiu 15,3 milhões de dólares (13,7 milhões de euros) em 2023.
Os importadores egípcios dependem dos bancos para trocar libras egípcias por moeda estrangeira. Contudo, desde o início do conflito entre a Rússia e a Ucrânia, quando investidores estrangeiros retiraram 20 bilhões de dólares (USD) da dívida egípcia, os bancos já não trocam moeda por certas importações que são consideradas não essenciais. Isso inclui comida para animais de estimação.
Simultaneamente, o Governo do Egito tomou medidas para restringir a importação de bens não essenciais, com os alimentos para animais de estimação no topo da lista. As tarifas e impostos aumentaram 40%.
Antes da crise monetária, marcas importadas como Royal Canin, Nestlé Purina e Hill's Pet Nutrition dominavam o mercado. Mas os distribuidores de alimentos para animais de estimação alertam que os preços aumentaram até 100% desde o ano passado e que alguns produtos importados desapareceram ou estão em vias de extinção.

Redução das importações

As dificuldades com as importações estimularam a produção local para a indústria pet no Egito, com marcas alternativas como Alpha, Migma, Legends e Ozzo surgindo para atender à demanda.
Há uma redução significativa no número de produtos importados no mercado e alguns itens desapareceram completamente. Por isso o público consumidor começou a procurar alternativas, o que ajudou alguns fabricantes locais. Os produtos locais eram impopulares anteriormente ao início da crise cambial, em meados de 2022. Representavam menos de 5% da fatia do mercado, enquanto esta fatia ultrapassa agora os 30%.

Opiniões divergentes sobre qualidade

Alguns criadores queixam-se de que os produtos locais não são da mesma qualidade dos importados, e que os seus animais de estimação não se adaptam a eles.

- "Experimentamos estes produtos, mas não estamos satisfeitos com eles e os preços são ridículos", explica Dina Zulficar, ativista dos direitos dos animais e da vida selvagem.
- "A produção local não cobrirá as necessidades do mercado porque falta experiência a todos os fabricantes", afirma Gerges, cuja família trabalha no setor desde 1954.
- Omar Ibrahim, porém, defende a ração produzida localmente e diz que qualidade é igual ao preço. "Estamos tentando ao máximo contar com a indústria local, porque o futuro pertence a ela. Depender do importador não é sustentável para a indústria pet no Egito".

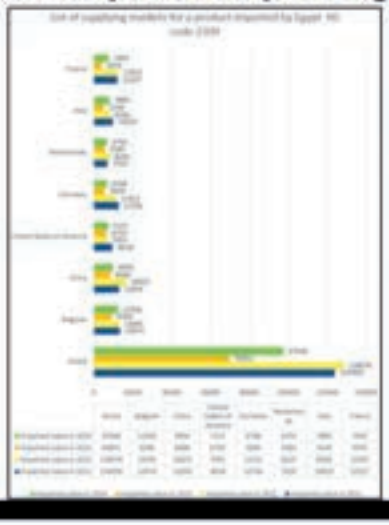
Proprietários enfrentam desafios para criar seus animais de estimação no Egito

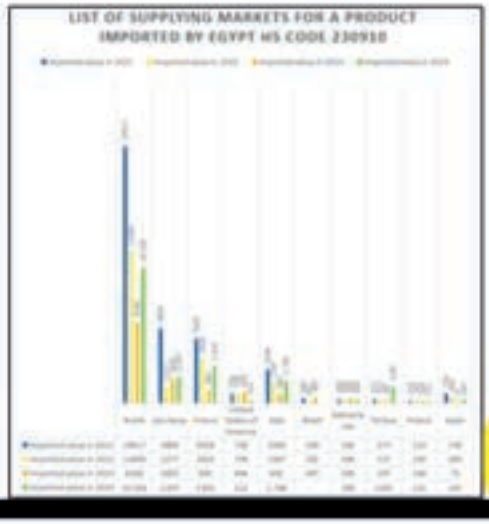
O Egito tem uma população grande e crescente de proprietários de animais de estimação, e a procura por produtos e serviços de alta qualidade para animais de estimação vem aumentando. Mas a inflação elevada – os preços aumentaram cerca de 40,3% em maio de 2023 – está realmente afetando o poder de compra. A classe média egípcia, que impulsionou o crescimento da indústria local de animais de estimação, está sofrendo com isso. Alguns tentam se adaptar preparando a comida do animal em casa. Outros não conseguem lidar com a situação e abandonam seus animais de estimação na rua ou os levam para abrigos.

O país não possui dados oficiais sobre a população de animais de estimação porque a maioria dos proprietários não registra seus animais. Os dados do Euromonitor concluem que em 2022 existiam em torno de 4 milhões de animais de estimação no Egito, prevendo-se que este número aumente em cerca de 90.000 a cada ano.
Outros números, da Sociedade Egípcia para a Prevenção da Crueldade contra os Animais, estimam o número de animais domésticos em 8 milhões – 5 milhões de gatos e 3 milhões de cães. Além de quase 50 milhões de cães e mais de 100 milhões de gatos que vivem pelas ruas do Egito.

Importação e exportação de pet food pelo Egito

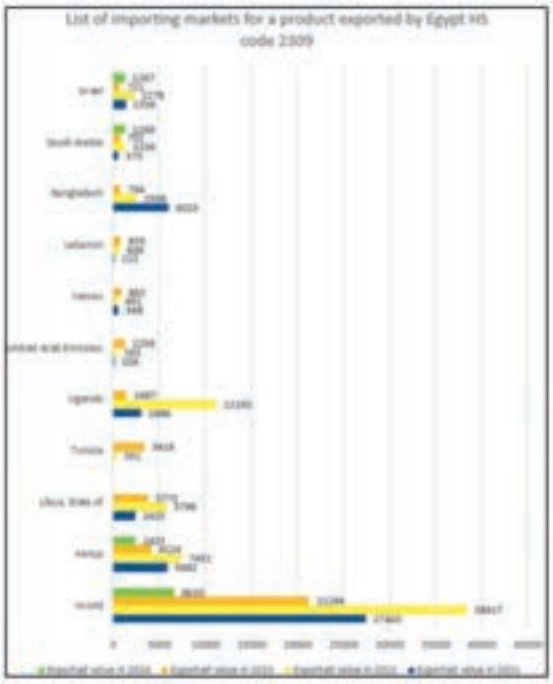
1 – Importações egípcias

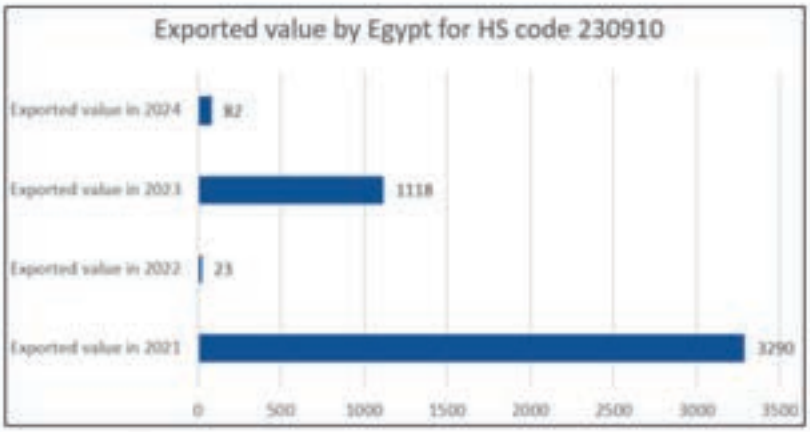




A partir dos dados acima, pode-se perceber que as importações do Egito provenientes dos códigos SH 2309 e 230910 foram significativamente afetadas pela escassez de moeda forte e pela política do país, "uma vez que os bancos já não trocam moeda por certas importações que são consideradas não essenciais. Isso inclui alimentos para animais de estimação".
A taxa de inflação e a taxa de câmbio são outros fatores que têm impacto negativo na importação de alimentos para animais de companhia no Egito.

2 – Exportações egípcias





Políticas de comércio

1 – Tarifas de importação

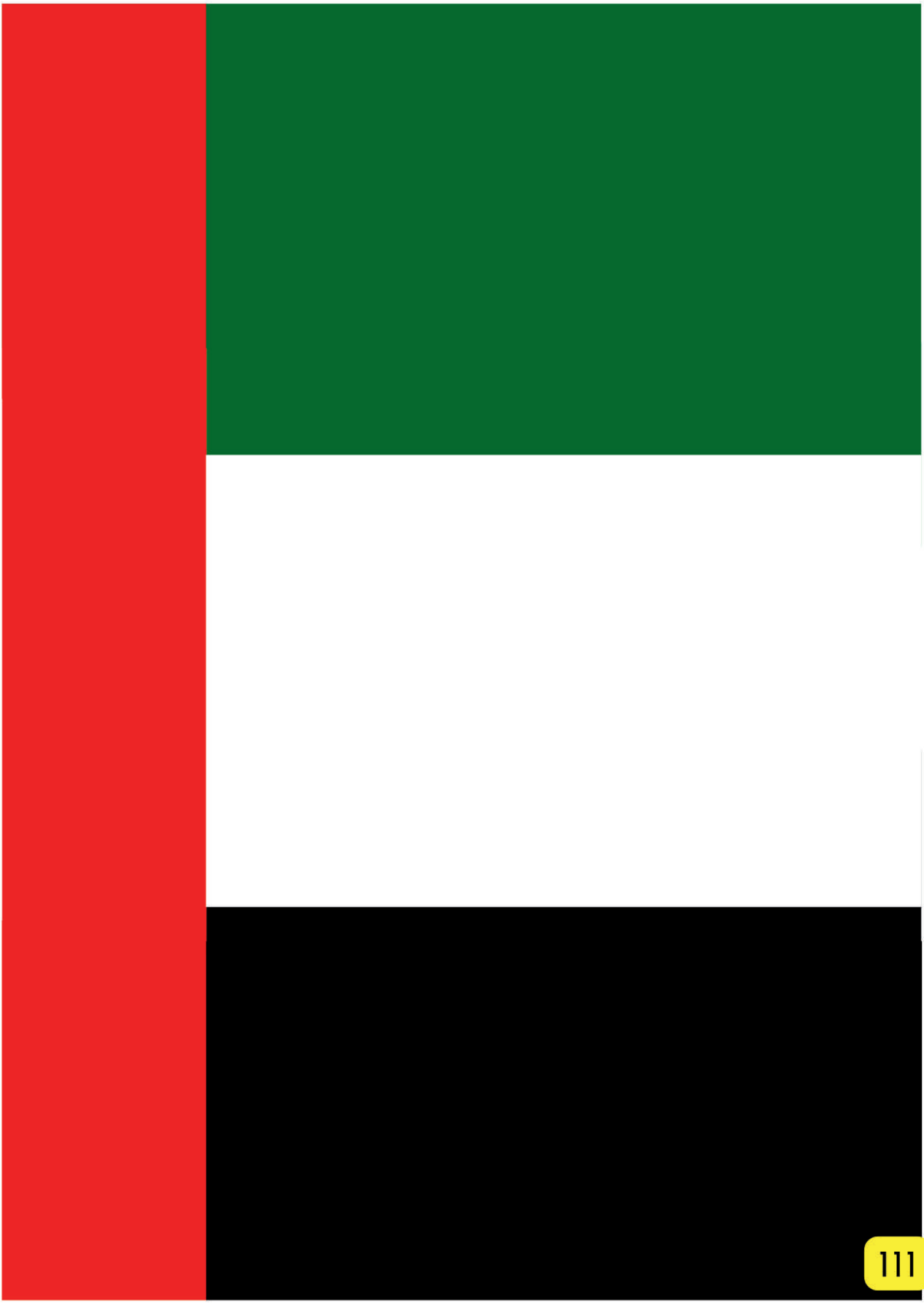
Tarifas de importação para *pet food* no Egito (2024)				
Código SH/NCM	Descrição	Tarifa padrão	Acordo Mercosul - Egito	Tarifa calculada após desgravação tarifária (setembro de 2024)
230910	Alimentos para cães e gatos, acondicionados para venda a retalho	40%	Categoria C	0%
23099010	Preparações destinadas a fornecer ao animal a totalidade dos elementos nutritivos necessários para uma alimentação diária racional e equilibrada (alimentos compostos completos)	0%	Categoria A	0%
23099090	Outras preparações dos tipos utilizados na alimentação de animais	5%	Categoria C	0%

2 – Comércio de pet food entre o Brasil e o Egito

País	NCM	Descrição da NCM	2023 (US$ FOB)	2022 (US$ FOB)	2021 (US$ FOB)
Egito	23091000	Alimentos para cães e gatos, acondicionados para venda a retalho	0	750.593	595.854

Conclusões

- O Egito tem uma população grande e crescente de proprietários de animais de estimação, e a procura por produtos e serviços de alta qualidade para animais de estimação vem aumentando. Contudo, a inflação elevada tem afetado o poder de compra dos egípcios;
- Alguns criadores queixam-se de que os produtos locais não são da mesma qualidade que os importados, e que os seus animais de estimação não se adaptam a eles;
- A produção local não cobrirá as necessidades do mercado porque a quase totalidade dos fabricantes egípcios não dispõem de know-how, portanto existe potencial para investimentos estrangeiros neste setor.



OVOS BRASILEIROS NOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS:
OPORTUNIDADES EM UM MERCADO EM EXPANSÃO

Data: 14/05/2025
Posto: Abu Dhabi/Emirados Árabes Unidos
Palavras-chave: Ovos in natura; ovos orgânicos; ovos enriquecidos; saúde; sustentabilidade.
Responsável: Vanessa Medeiros de Jesus

SUMÁRIO:

Os Emirados Árabes Unidos (EAU) importaram US$ 158 milhões em ovos em 2024, consolidando-se como o 11º maior importador global e líder no Oriente Médio. Em 2024, as exportações brasileiras para os EAU cresceram 115% em valor, alcançando 2.200 toneladas. Este relatório analisa as oportunidades estratégicas para o Brasil ampliar sua participação neste mercado.

Panorama do Mercado de Ovos nos EAU

I) Importações e Consumo

- Importações (2024): US$ 158 milhões, com crescimento de 3% em relação a 2023.
- Crescimento anual esperado de 5,26% (CAGR 2025-2030).
- Principais Fornecedores (2024):
  - Turquia (US$ 114 milhões - 72,5% de participação).
  - Índia (US$ 14 milhões - 8,8% de participação).
  - Paquistão (US$ 10 milhões - 6,2% de participação).
  - Brasil (US$ 3 milhões - 2% de participação).

Figura 1: Importações de ovos por país de origem em 2024

Fonte: Trade Map, International Trade Centre (ITC).

II) Segmentação do mercado

- Ovos in natura: varejo e food service.
- Ovos processados (líquidos; em pó): indústria de panificação e alimentos processados.
- Produtos premium: ovos orgânicos e caipiras já representam quantia significativa do mercado emirático e tem potencial de crescimento, com o aumento da busca por alimentos saudáveis e sustentáveis.

Oportunidades Estratégicas - Nichos Premium

- Ovos orgânicos: preço até 30% superior ao convencional nos EAU.
- Ovos enriquecidos: com ômega-3, vitamina D e/ou selênio, demandados por consumidores de alta renda.

Desafios

I) Concorrência Internacional

- Turquia: vantagem geográfica (frete marítimo 60% mais barato).
- Índia: preços até 20% inferiores aos brasileiros.

II) Logística e Custos

- Frete Marítimo: cerca de US$ 4.000 por contêiner (rota Brasil-EAU), com tempo de trânsito de 35 dias ou mais.
- Sazonalidade: preços internacionais variam até 40% ao longo do ano.

III) Regulamentações Sanitárias

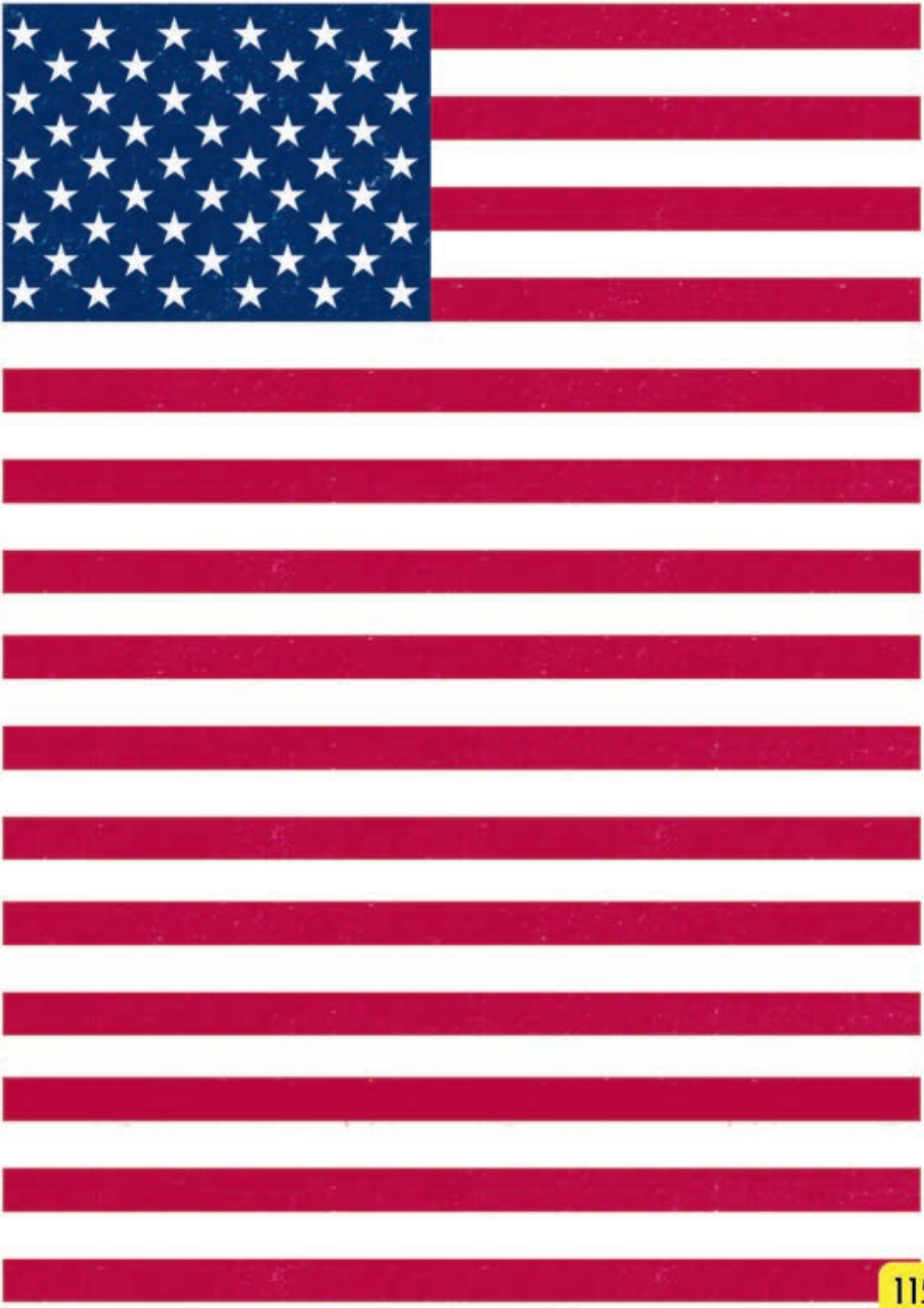
- Exigências do Ministério de Mudanças Climáticas e Meio Ambiente (MOCCAE): análise obrigatória para salmonela e resíduos de medicamentos veterinários.

Recomendações

- Estabelecimento de parcerias locais, como Al Dahra Group - importante importador e distribuidor de alimentos dos EAU, com rede em 12 países do Golfo, e varejistas dos EAU e região - Lulu Hypermarket; Carrefour; Spinneys.
- Participação em Feiras, como a Gulfood em Dubai (janeiro/2026), que é maior feira de alimentos do Oriente Médio.
- Inovação em Embalagens: desenvolver embalagens sustentáveis (biodegradáveis) com selo "Eco-Friendly".
- Investimento em métodos de produção sustentáveis e estratégias de marketing para atender as preferências dos consumidores.

Conclusão

O mercado de ovos nos EAU oferece oportunidades de crescimento para o Brasil, combinando demanda por produtos premium, logística estratégica e crescimento sustentável. Para atingir uma participação maior nesse mercado nos próximos anos, é essencial investir em certificações, diferenciação de produtos e parcerias logísticas.



PANORAMA DO INVENTÁRIO BOVINO DOS ESTADOS UNIDOS

Data: 14/05/2025
Posto: WASHINGTON/ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA
Palavras-chave: Estados Unidos, Rebanho Bovino, Importação Americana de Gado Vivo, Miíase, Oportunidades para o Brasil.
Responsável: Ana Lúcia de Paula Viana, Adida Agrícola; e Mateus Voltolini, Assistente Técnico.

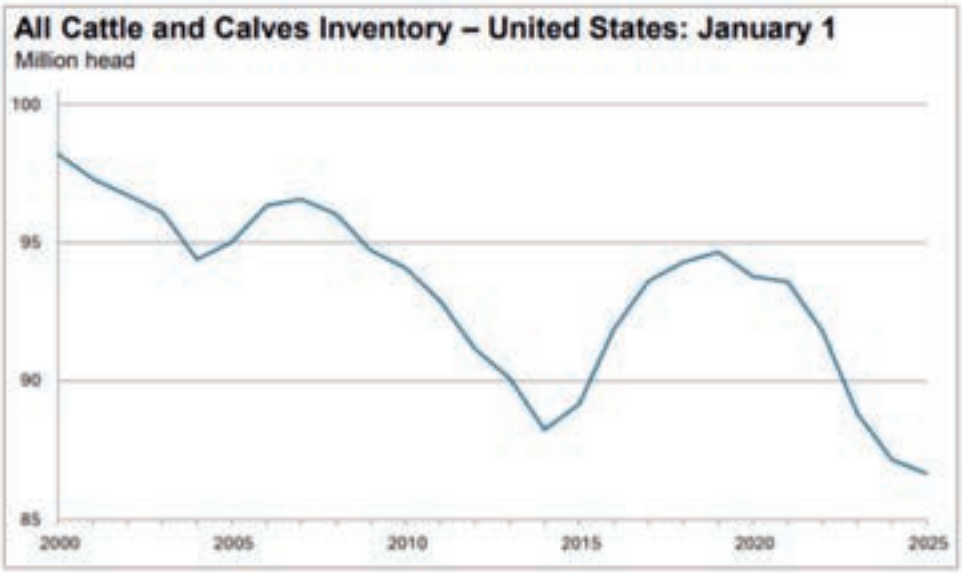
SUMÁRIO:

O rebanho bovino dos Estados Unidos segue em trajetória de contração, com o menor número de vacas de corte desde 1965. Embora o abate tenha diminuído, a produção de carne foi sustentada por maiores pesos médios dos animais. A suspensão das importações de gado vivo do México, devido a surtos de miíase, agravou a oferta restrita. Esse cenário continuará impulsionando os preços internos, consequentemente reduzindo o incentivo à recomposição do rebanho. Diante disso, abrem-se oportunidades para o Brasil expandir sua participação no mercado norte-americano de carne bovina, especialmente como fornecedor confiável e competitivo. O contexto atual também pode fortalecer pleitos por maior acesso tarifário e consolidar a imagem sanitária brasileira.

Contração do Inventário do Rebanho Bovino nos Estados Unidos

Em 1º de janeiro de 2025, o inventário total de bovinos e bezerros nos Estados Unidos totalizou 86,7 milhões de cabeças. Este número representa uma redução de aproximadamente 1% em relação às 87,2 milhões de cabeças registradas em 1º de janeiro de 2024. Embora essa redução seja menor do que a observada no ano anterior, ela confirma a continuação da fase de contração no ciclo pecuário do país. Detalhes adicionais do relatório de inventário de janeiro de 2025 reforçam essa tendência:

- O número de vacas de corte que pariram diminuiu em 1%, atingindo 27,9 milhões de cabeças – o menor número desde 1965.
- As novilhas destinadas à reposição de corte e as novilhas de reposição de corte com expectativa de parir também apresentaram quedas de 1% e 2%, respectivamente.



Fonte: National Agricultural Statistics Service (NASS/USDA)

Em contraste com a contração geral do rebanho de corte, o inventário de vacas leiteiras, que totalizou 9,35 milhões de cabeças em 1º de janeiro de 2025, apresentou uma leve alta em relação ao ano anterior.

O total de bovinos em confinamento para abate (em todos os feedlots) em 1º de janeiro de 2025 foi de 14,3 milhões de cabeças, uma queda de 1%. Olhando especificamente para os feedlots com capacidade para 1.000 ou mais cabeças, o inventário em 1º de abril de 2025 era de aproximadamente 11,6 milhões de cabeças, o que representa uma redução de 2% em comparação com 1º de abril de 2024. Dentro dessa categoria, o número de novilhas e bezerros em confinamento caiu 4%, enquanto o número de bois e bezerros machos permaneceu praticamente inalterado.

Total de bovinos em confinamentos com capacidade para mais de 1.000 animais nos EUA

Fonte: National Agricultural Statistics Service (NASS/USDA)

A safra de bezerros de 2024 foi estimada em 33,5 milhões de bezerros, mantendo-se inalterada em relação à safra de 2023. A trajetória futura do rebanho bovino dos EUA e o início de uma possível fase de expansão dependerão criticamente das decisões dos produtores sobre a retenção de fêmeas para reprodução.

Abate e Produção de Carne Bovina: Pesos Maiores Compensam Menor Abate

A produção comercial de carne bovina foi de 975 mil toneladas em março de 2025, representando um aumento de 2% em comparação com o mesmo mês do ano anterior. Entretanto, o número total de bovinos abatidos comercialmente em março de 2025 foi de 2,48 milhões de cabeças, uma redução de 1% em relação a março de 2024. Essa dinâmica – menor número de animais abatidos resultando em maior produção de carne – é explicada pelo aumento significativo no peso médio vivo dos bovinos abatidos. Em março de 2025, o peso médio vivo foi de 646,8 kg, um aumento de cerca de 15 kg em relação ao peso médio do mesmo período em 2024.

Considerando o acumulado do primeiro trimestre de 2025, a produção comercial de carne bovina diminuiu ligeiramente em comparação com o mesmo período de 2024, sendo o abate acumulado de bovinos de cerca de 7,46 milhões de cabeças. Nos feedlots com capacidade para 1.000 ou mais cabeças, as colocações de animais em março de 2025 apresentaram um aumento, totalizando 1,84 milhões de cabeças. As comercializações (envios para abate) aumentaram 1% no mesmo período.

Gado inserido em confinamentos com capacidade para mais de 1.000 animais nos EUA

Fonte: National Agricultural Statistics Service (NASS/USDA)

O aumento das colocações em confinamento reflete as condições de mercado atuais, onde os altos preços do gado terminado tornam a engorda lucrativa. No entanto, o aumento acontece dentro de um cenário de contração contínua do rebanho bovino dos EUA e uma queda drástica nas importações de gado vivo do México, o que limita o suprimento total de bovinos no país.

Importação de Gado Vivo: Dados Críticos do México

Dados do sistema GATS/USDA revelam que em 2024 os EUA importaram 1.243.054 bovinos vivos do México. No primeiro trimestre de 2025, as importações somaram 96,2 mil cabeças – uma redução expressiva de 71% em relação às 327,7 mil cabeças importadas no mesmo período de 2024.

Os EUA fecharam a fronteira para o comércio de animais vivos provenientes do México em novembro, após a detecção de miíase (New World Screwworm - NWS) na parte sul do país, e suspenderam a proibição em fevereiro, quando foram adotadas medidas para avaliar os animais antes de entrarem nos EUA. No dia 12 de maio, um novo anúncio do USDA suspendeu o transporte de bovinos, de cavalos e de bisões mexicanos pelos portos de entrada terrestres, com duração inicial mínima de duas semanas. A medida foi tomada em resposta ao novo avanço de miíase no território mexicano em direção ao norte, como Oaxaca e Veracruz, a cerca de 700 milhas da fronteira norte-americana. A suspensão será revisada mensalmente e poderá ser mantida até que haja contenção comprovada da infestação.

Nos EUA, o parasita foi considerado erradicado em 1966, após campanhas de erradicação. Um surto em 1972 gerou mais de 90 mil casos somente no Texas. Desde 1982, os EUA registraram apenas raros episódios isolados – o mais recente em 2016, na Flórida. Nos últimos dois anos, a praga ressurgiu com força em países da América Central, como Panamá, Costa Rica, Nicarágua, El Salvador, Guatemala e Belize, alcançando recentemente o México.

A detecção de um caso humano em Chiapas, sul do México, em abril de 2025, demonstrou o avanço preocupante do parasita. Apesar dos esforços de contenção por parte do governo mexicano, os EUA consideraram que houve avanço "inaceitável" da praga em direção ao norte e optaram por suspender preventivamente a entrada de animais vivos.

Considerações de Mercado: Pressões e Decisões Produtivas

A contração do rebanho e a redução nas importações mexicanas pressionam os preços domésticos da carne bovina. Os preços dos "fed steers" atingiram máximas históricas em 2025. Apesar da queda nos custos de alimentação — o que incentiva o confinamento —, os pecuaristas têm preferido comercializar os bezerros a preços elevados, em vez de retê-los para reprodução.

O relatório WASDE (World Agricultural Supply and Demand Estimates) de 12 de maio, de autoria do USDA, incluiu as primeiras projeções do governo americano para os preços do gado em 2026. A projeção indica um aumento em relação a 2025, devido a uma oferta mais restrita de gado e carne bovina. A previsão para o 1º trimestre de 2026 é de US$ 222,00/cwt (equivalente a 45.3kg), e a previsão média anual é de US$ 223/cwt.

Em relação às exportações de carne bovina dos Estados Unidos, a projeção para 2026 é de 1,11 milhões de toneladas. Este volume é inferior à previsão para 2025, pois a oferta doméstica mais restrita tende a reduzir a competitividade internacional do produto. A produção comercial de carne bovina nos EUA em 2026 é projetada em 11,4 milhões de toneladas. A produção total de carne vermelha e aves nos EUA para 2026 é prevista para ser inferior à de 2025. A produção de carne bovina em particular é projetada como mais baixa devido à oferta mais restrita de gado, menor disponibilidade de novilhos e novilhas confinados devido às restrições de importação de gado do México, e redução no abate de gado. As importações de carne bovina nos EUA em 2026 são previstas em 2,25 milhões de toneladas. O uso total de carne bovina nos EUA em 2026 é projetado em 12,57 milhões de toneladas, resultando em um consumo per capita de 25,6 kg.

		Beginning stocks	Production 1/	Imports	Total Supply	Exports	Ending Stocks	Total Use	Per Capita 2/ 3/
					Million Pounds /4				
Beef	2024	638	27,051	4,635	32,324	3,003	602	28,718	59.1
	2025 Proj. Apr	602	26,767	4,860	32,229	2,685	580	28,964	59.2
	May	602	26,490	5,072	32,163	2,663	585	28,915	59.1
	2026 Proj. Apr	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
	May	585	25,207	4,975	30,767	2,495	560	27,712	56.4

Fonte: World Agricultural Supply and Demand Estimates (WASDE/USDA)

Essa dinâmica é indicativa de um ciclo pecuário atípico, em que altos preços não necessariamente induzem à recomposição imediata do rebanho. A persistência desse comportamento pode resultar em prolongamento da escassez de oferta e sustentação de preços elevados no médio prazo.

Oportunidades para o Brasil no Mercado de Carne Bovina dos EUA

O atual contexto configura um cenário estratégico favorável para o Brasil, especialmente diante das seguintes condições:

Oferta Doméstica Reduzida e Preços Elevados: A redução contínua do rebanho bovino norte-americano — que atingiu seu menor nível desde 2014 — configura um fator estrutural de suporte à manutenção de preços elevados da carne bovina no mercado doméstico dos EUA. A tendência de menor retenção de fêmeas e os altos preços dos bezerros desestimulam a recomposição rápida do rebanho, prolongando a fase de contração do ciclo pecuário. A persistência desse quadro ao longo de 2025 e possivelmente em 2026 reforça a oportunidade para o Brasil consolidar sua participação no mercado norte-americano, inclusive como alternativa para abastecimento de carne de cortes e de carne processada.

Substituição Parcial da Oferta Mexicana: Com a queda abrupta nas importações de gado vivo do México e a pressão sobre a oferta interna de carne, os EUA poderão buscar maior volume de carne bovina pronta (frozen ou chilled) no mercado internacional. O Brasil pode suprir parte dessa lacuna, ainda que de forma indireta.

Reforço de Imagem Sanitária e Comercial: A instabilidade sanitária no México abre espaço para a posição brasileira como um fornecedor confiável. Estratégias de comunicação com importadores, associações e autoridades norte-americanas podem destacar o controle sanitário e o rastreamento brasileiro como diferenciais competitivos.

Negociações por Acesso Tarifário: O atual momento pode também ser estratégico para fortalecer pleitos de maior acesso ao mercado dos EUA, seja pela ampliação da cota TRQ, revisão tarifária ou mecanismos bilaterais e multilaterais de facilitação comercial.

Conclusão

Em síntese, o início de 2025 mostra a continuidade da contração do rebanho bovino dos EUA, com menor número de animais, mas maior peso médio de abate, impactando a produção de carne. A conjunção de fatores — contração do rebanho doméstico, queda nas importações mexicanas, surto sanitário transfronteiriço e mercado aquecido — cria uma janela de oportunidade para o Brasil ampliar sua presença no competitivo e exigente mercado norte-americano de carne bovina. A incerteza do mercado e as decisões dos produtores em relação à retenção de fêmeas serão determinantes para o futuro próximo da indústria. Cabe, neste momento, ao setor privado brasileiro, com apoio institucional, agir de maneira estratégica para ampliar participação, assegurar previsibilidade e pavimentar um acesso mais estruturado e duradouro aos EUA.

COURO E DERIVADOS

Data: 14/05/2025
Posto: Adis Abeba/ Etiópia
Palavras-chave: Etiópia. Couro. Curtume. Agroindustrialização.
Responsável: Fabiana Villa Alves

SUMÁRIO:

A Etiópia possui o maior rebanho bovino da África e um setor de curtumes com tradição histórica. No entanto, a produção de couro no país enfrenta diversos desafios estruturais, ambientais e tecnológicos, que comprometem sua competitividade no mercado internacional e sua contribuição ao desenvolvimento econômico local. O potencial de desenvolvimento de uma cadeia produtiva mais integrada e sofisticada representa uma oportunidade estratégica para parcerias com o Brasil, notadamente em tecnologia, rastreabilidade, design, sustentabilidade e agregação de valor.

A Etiópia detém o maior rebanho bovino da África, estimado em cerca de 70 milhões de cabeças, além de um efetivo expressivo de ovinos e caprinos. Apesar desse potencial, apenas cerca de 1 % dos animais estão sob sistemas de produção "comerciais", e o país ainda enfrenta grandes lacunas em rastreabilidade, bem-estar animal e infraestrutura de abate. Como consequência, o aproveitamento das peles segue insuficiente: perdas na fase pré-abate, ausência de instalações adequadas para sangria e refrigeração, e práticas sanitárias irregulares reduzem drasticamente a quantidade e a qualidade da matéria-prima que chega aos curtumes.

Hoje, o couro é a principal indústria manufatureira de exportação da Etiópia (perdendo apenas para o café em receita cambial), e responde por cerca de 67% do faturamento total do setor industrial (aproximadamente 12% da receita externa nacional). Mesmo assim, quase 40% dos bovinos ainda são abatidos fora de matadouros oficiais, e estima-se que menos de 15% das peles produzidas no país cheguem aos curtumes, reflexo direto de perdas devidas à manuseio inadequado e contaminação da matéria-prima (Figura 1).

Figura 1. Comércio informal de peles na Etiópia (Fonte: https://ethiopianbusinessreview.net/making-the-most-out-of-ethioias-skin-resources/).

De fato, os principais desafios da cadeia de couro e derivados são relacionados ao abate e manuseio da matéria-prima "pele" (50%). Esta ainda é removida da carcaça manualmente, por falta de tecnologia adequada nos abatedouros ou pela abundância de mão-de-obra barata, muitas vezes danificando um produto já vulnerável. Além disso, o manuseio post-mortem representa cerca de 20% dos problemas de qualidade do couro. Flutuações no preço e na oferta de sal acarretam aplicação irregular do agente conservante, provocando apodrecimento, rachaduras nos grãos, e manchas antes mesmo do couro chegar ao curtume.

Além disso, grande parte dos curtumes etíopes opera com equipamentos obsoletos e métodos tradicionais de curtimento, o que resulta em produtos de baixa qualidade que não atendem aos padrões globais. A escassez de mão de obra qualificada agrava a situação, já que os programas de capacitação existentes são limitados e não acompanham as demandas técnicas do setor.

Para reverter esse cenário, o país avança na certificação de fazendas comerciais, na capacitação de profissionais de frigoríficos e no fortalecimento dos órgãos de inspeção e classificação. Além disso, a Estratégia Nacional de Desenvolvimento do Couro (2023–2033), lançada em 2022, estabelece a criação de clusters industriais — como a Modjo Leather City — e a modernização dos parques de abate; contudo, sua implementação ainda avança a passos lentos.

A Etiópia ocupa a 9ª posição no ranking global de produção de couro cru (raw hides and skins) e o setor industrial consome, em média, 2 milhões de peles bovinas e 20 milhões de peles de ovinos e caprinos por ano, totalizando cerca de 22 milhões de unidades salgadas, equivalentes a aproximadamente 60.000 toneladas de couro salgado anualmente.

Em 2020, a indústria de couro na Etiópia respondeu por 8 % do valor bruto de todas as indústrias de transformação do país, o equivalente equivale a cerca de 6 % do PIB nacional. Nos últimos anos, as exportações desse segmento cresceram de US$ 23 milhões em 2013 para US$ 133 milhões em 2018, mas recuaram para US$ 40 milhões no período 2020/21, refletindo os desafios de competitividade e as oscilações na demanda internacional.

O país exporta principalmente couro semiprocessado (pele em conserva, couro wet-blue, crust ou couro acabado), predominantemente para China, Tailândia, Reino Unido e Itália. O segundo maior produto de exportação na cadeia de valor sempre foi o calçado de couro, destinado principalmente aos EUA, com China e Quênia em distantes segundo e terceiro lugares. Entretanto, a suspensão da Etiópia do AGOA (African Growth and Opportunity Act), em janeiro de 2022, eliminou o acesso livre de tarifas ao mercado dos EUA para seus produtos de couro e derivados. Isso teve impactos diretos e imediatos, com a queda nas exportações de cerca 15 % em valor, em relação ao período pré-suspensão (2020–2021).

A combinação de tarifas de importação mais elevadas e a necessidade de buscar novos mercados fez cair o faturamento em dólares do mercado de couro etíope. Estima-se que o setor perdeu cerca de USD 10–15 milhões em receitas de exportação para os EUA somente em 2022. Para mitigar o choque, os curtumes etíopes intensificaram esforços de redirecionamento de vendas para a União Europeia, mercados do Golfo e regionais (Quênia, Djibuti). Parte das empresas que dependiam fortemente do AGOA buscou acordos privados de preferência tarifária ou investiu em certificações adicionais para competir sem o benefício americano.

Foi devido ao aumento de custos e a volatilidade de mercados, que o setor precisou acelerar investimentos em modernização de processos e qualidade do couro para recuperar margem de exportação, inclusive reforçando o apoio técnico e financeiro ao setor via apoio governamental e cooperação internacional.

Mercado Nacional e Oportunidades para o Brasil

A Etiópia possui cerca de 34 curtumes em operação, com capacidade instalada total de aproximadamente 50 milhões de metros quadrados de couro por ano, i.e, o dobro do total produzido. Quase a metade dos curtumes existentes encontra-se em Adis Abeba e na região de Oromia, devido à disponibilidade de matérias-primas e abastecimento de água, bem como à mão de obra qualificada gerada por uma longa tradição de processamento de couro na região.

Nesta, encontra-se a zona industrial urbana de Modjo, reconhecida pela produção de wet blue (couro curtido ao cromo) e crust (couro semiacabado), majoritariamente voltada para a exportação. Entretanto, nos últimos anos, o país tem crescido a produção de produtos acabados, como calçados (Figura 2) e artigos de moda, como bolsas, casacos e luvas.

Figura 2. Indústria etíope do setor calçadista. Fonte: https://issuu.com/joeharrisfrankenstein-schnitselnazi/docs/rootooba_magazine_003_press_upload/s/12775679

A indústria de vestuário de couro etíope é dominada por pequenos estabelecimentos sob encomenda, localizados principalmente na capital Adis Abeba, que vendem seus produtos a clientes locais, residentes e missões de expatriados, com penetração insignificante no mercado internacional (Figura 3).

Figura 3. Loja de produtos e vestuário de couro. Fonte: https://investethiopia.gov.et/key-sectors/manufacturing/leather-and-leather-products/

O panorama que emerge claramente é que o potencial de exportação da indústria de couro etíope permanece inexplorado, principalmente no âmbito do AfCFTA, que visa estabelecer um mercado africano integrado que permita o livre fluxo de bens e serviços em todo o continente. Uma vez totalmente implementada, em 2045, espera-se que a AfCFTA crie um mercado único composto por mais de 1,4 bilhão de pessoas, com um poder de compra coletivo superior a US$ 3 bilhões. Com base em uma estimativa agregada das indústrias têxtil, de vestuário e de couro, o aumento nas exportações está previsto em 111% (ECA e CEPII, 2023).

O Brasil possui uma das cadeias produtivas de couro mais avançadas do mundo, com experiência consolidada em rastreabilidade, sustentabilidade, design e integração entre pecuária, indústria e mercado externo. Essa expertise poderia ser aproveitada em:

- Exportação de máquinas, equipamentos, insumos e tecnologias para abate, curtição, acabamento e automação;
- Transferência de know-how em rastreabilidade e sustentabilidade da cadeia do couro;
- Cooperação acadêmica em design, engenharia de materiais e biotecnologia do couro;
- Parcerias com curtumes e startups etíopes para acesso ao mercado africano e árabe;
- Capacitações em práticas de manejo animal, boas práticas e bem-estar animal, com foco nas etapas pré-abate;
- Apoio na elaboração de normativas técnicas para classificação de peles e couros;
- Missões técnicas a regiões brasileiras e Arranjos Produtivos Locais (APL), como o Vale do Rio dos Sinos (RS), o APL couro e artesanato em couro caprino de Cabaceiras e o APL de Couro e Calçados de Campina Grande – PB.

Considerações Finais

A cadeia do couro etíope é estratégica para o país, mas ainda pouco explorada em seu potencial de valor agregado e inserção em mercados de alto padrão. O Brasil possui expertise técnica, capital humano e histórico de liderança no setor, podendo ser um parceiro-chave para a transformação da indústria de couro da Etiópia, ampliando sua participação no comércio bilateral e cooperação no país.

OPORTUNIDADES PARA A CARNE BOVINA NAS FILIPINAS: PERSPECTIVAS A PARTIR DO RECONHECIMENTO DO BRASIL COMO PAÍS LIVRE DE FEBRE AFTOSA SEM VACINAÇÃO PELA OMSA

Data: 15/05/2025
Posto: Manila/Filipinas
Palavras-chave: carne bovina; exportação; Filipinas; mercado; perspectivas; oportunidades; país livre de febre aftosa sem vacinação; OMSA; reconhecimento
Responsável: Virgínia Arantes Ferreira Carpi

SUMÁRIO:

O mercado filipino de carne bovina é fortemente dependente de importações para atender à crescente demanda, especialmente nos segmentos de food service, food retail e indústria alimentícia. O Brasil, atualmente habilitado a exportar carne bovina in natura desossada, vislumbra oportunidades relevantes com a expectativa de reconhecimento, pela Organização Mundial de Saúde Animal (OMSA), como país livre de febre aftosa sem vacinação. Este artigo apresenta um panorama do mercado filipino, incluindo dados sobre produção local, rebanho e importações, além de analisar os principais concorrentes e as perspectivas para a ampliação da participação brasileira. Também são abordados os aspectos regulatórios, tarifários e os desafios que precisarão ser superados para a melhoria de acesso da carne bovina in natura brasileira ao mercado das Filipinas e a consequente abertura para novos produtos, como a carne bovina com osso e miúdos bovinos. Por fim, destaca a importância de uma participação atuante da indústria exportadora brasileira na promoção comercial e da imagem da carne bovina nacional, sob os aspectos de qualidade, segurança e sustentabilidade.

O mercado filipino representa uma importante oportunidade para a carne bovina brasileira, especialmente em um cenário de crescente demanda por proteínas e de diversificação de fornecedores por parte daquele país. Nesse contexto, a expectativa de reconhecimento, pela Organização Mundial de Saúde Animal (OMSA), do Brasil como país livre de febre aftosa sem vacinação, previsto para o final de maio de 2025, abre novas perspectivas para o acesso do produto nacional ao mercado das Filipinas.

O presente artigo analisa as implicações desse futuro reconhecimento sanitário para a exportação de carne bovina brasileira às Filipinas, considerando as atuais condições de acesso, os procedimentos de habilitação exigidos pelo serviço sanitário filipino e as oportunidades comerciais que podem ser potencializadas a partir da nova condição sanitária do Brasil. Além disso, são discutidos os desafios e as estratégias que podem ser adotadas para a inserção mais competitiva da carne bovina brasileira naquele mercado e o quanto uma participação ativa da indústria nacional poderá ser importante no processo de promoção comercial e da imagem da carne bovina brasileira nas Filipinas.

Panorama Geral do Mercado de Carne Bovina nas Filipinas

As Filipinas apresentam um mercado de proteínas animais em expansão, impulsionado pelo crescimento populacional, pelo aumento da renda média e pelas mudanças nos padrões de consumo alimentar. Embora a carne suína e a carne de frango sejam historicamente as mais consumidas no país, a carne bovina vem ganhando espaço, especialmente no segmento de food service e nos centros urbanos. O consumo per capita de carne bovina ainda é modesto quando comparado a outros países asiáticos, mas a tendência é de crescimento gradual, acompanhando o movimento de diversificação das fontes de proteína pela população filipina.

A produção de carne bovina nas Filipinas é caracterizada por limitações estruturais que restringem sua expansão. Em 2024, o rebanho bovino totalizou aproximadamente 2,57 milhões de cabeças, com 84,5% pertencentes a pequenas propriedades, 13,2% a fazendas semi-comerciais e apenas 2,3% a operações comerciais. Essa predominância de pequenos produtores, aliada à escassez de terras adequadas para a criação de gado e aos altos custos de alimentação, contribui para a estagnação da produção nacional. No segundo trimestre de 2024, a produção de carne bovina foi de 61,08 mil toneladas em peso vivo, representando um crescimento marginal de 0,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. As regiões de Mindanao do Norte, Calabarzon e Ilocos destacaram-se como principais produtoras, respondendo por mais da metade da produção nacional. Apesar de esforços para melhorar a genética do rebanho e importar animais vivos, esses fatores não resultaram em aumentos significativos na produção ou no tamanho do rebanho, mantendo o país dependente das importações para suprir a demanda interna.

O país é estruturalmente dependente das importações para atender à demanda interna, já que sua produção nacional é limitada e concentrada em sistemas extensivos de pequena escala. Essa característica torna as Filipinas um mercado estratégico para países exportadores, principalmente aqueles que conseguem atender aos requisitos sanitários e às preferências de mercado locais.

Importações e Principais Países Exportadores

O Bureau da Indústria Animal (Bureau of Animal Industry - BAI) integra o Departamento de Agricultura (DA) das Filipinas, órgão análogo ao Ministério da Agricultura e Pecuária no Brasil. Periodicamente, o BAI divulga dados estatísticos sobre a importação de carnes pelas Filipinas, tendo como fonte o sistema de comércio do DA. Tais informações estão publicadas no website do BAI e podem ser acessadas aqui.

De acordo com as informações divulgadas pelo BAI, em 2024, as Filipinas importaram aproximadamente 200 mil toneladas de carne bovina, entre cortes in natura, miúdos e gordura, consolidando-se como um dos principais mercados importadores do Sudeste Asiático. Os principais fornecedores em volume foram Brasil (43,5%), Austrália (26,5%), Irlanda (8,3%) e Estados Unidos (6,7%), com variações na participação de mercado de acordo com o tipo de produto e a sazonalidade.

Participação do Brasil no Mercado Filipino e Perspectivas para Ampliação

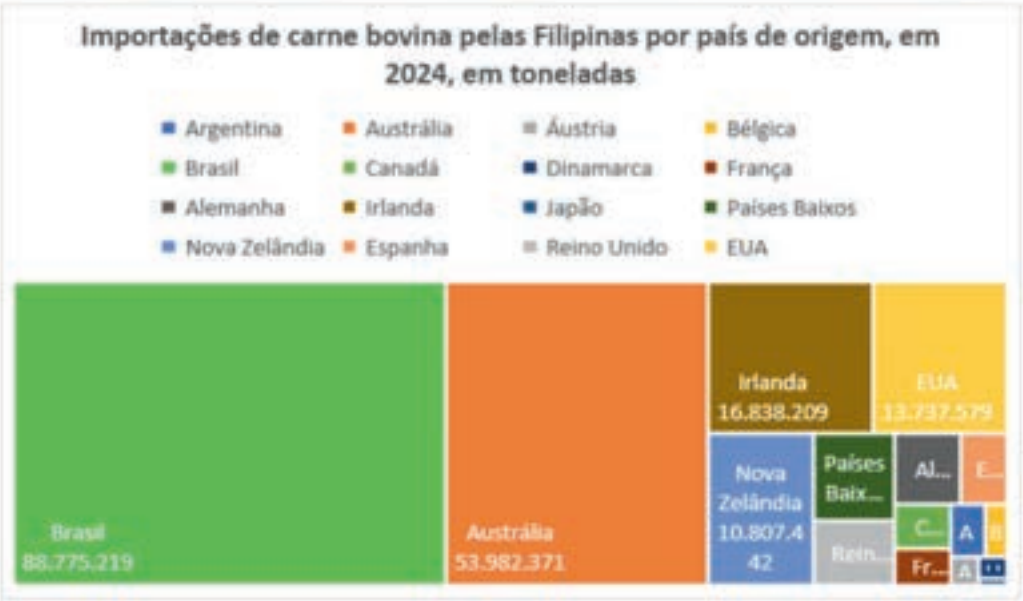
O Brasil ocupa atualmente a primeira posição, com participação relevante sobretudo no fornecimento de carne para a indústria e alguns cortes específicos para o food service, com participação de 60,6% no volume de cortes bovinos (Beef Cuts) importados pelas Filipinas em 2024. Tais produtos representaram 96,4% do volume de carne bovina brasileira exportada às Filipinas em 2024.

A categoria Beef Cuts, principal produto exportado pelo Brasil, registrou um expressivo aumento nas vendas para as Filipinas. Em 2023, o volume total exportado foi de aproximadamente 55,3 mil toneladas, enquanto em 2024, alcançou mais de 85,5 mil toneladas, um crescimento muito significativo. No segmento de Choice Cuts, produto de alta qualidade, o Brasil saltou de mil toneladas em 2023 (ano todo) para 3,1 mil toneladas em 2024. Esses resultados reforçam a crescente penetração do Brasil em mercados de alto valor agregado, consolidando sua reputação como fornecedor confiável e competitivo.

O Brasil manteve sua posição de liderança como principal fornecedor de carne bovina para as Filipinas em 2024, respondendo por 43,5% das importações do país, com 88,8 mil toneladas (Gráfico 1). A Austrália, segunda colocada, exportou 53,9 mil toneladas, representando 26,5% do total. Em comparação com os principais concorrentes no fornecimento de carne bovina às Filipinas, Austrália, Irlanda (16,8 mil toneladas; 8,3% das importações) e Estados Unidos (13,7 mil toneladas; 6,7% das importações), o Brasil teve um crescimento significativo, o que ampliou a sua participação relativa no mercado filipino.

Além disso, merece destaque o avanço expressivo da Argentina, que aumentou suas exportações de carne bovina para as Filipinas de 63 toneladas em 2023 para impressionantes 1,2 mil toneladas em 2024, um salto de mais de 19 vezes. Este crescimento aponta para o potencial argentino como fornecedor, especialmente diante da iminente aprovação no regime de acreditação de sistema (System Accreditation).

Gráfico 1: Importações de carne bovina pelas Filipinas por país de origem, em 2024, em toneladas.



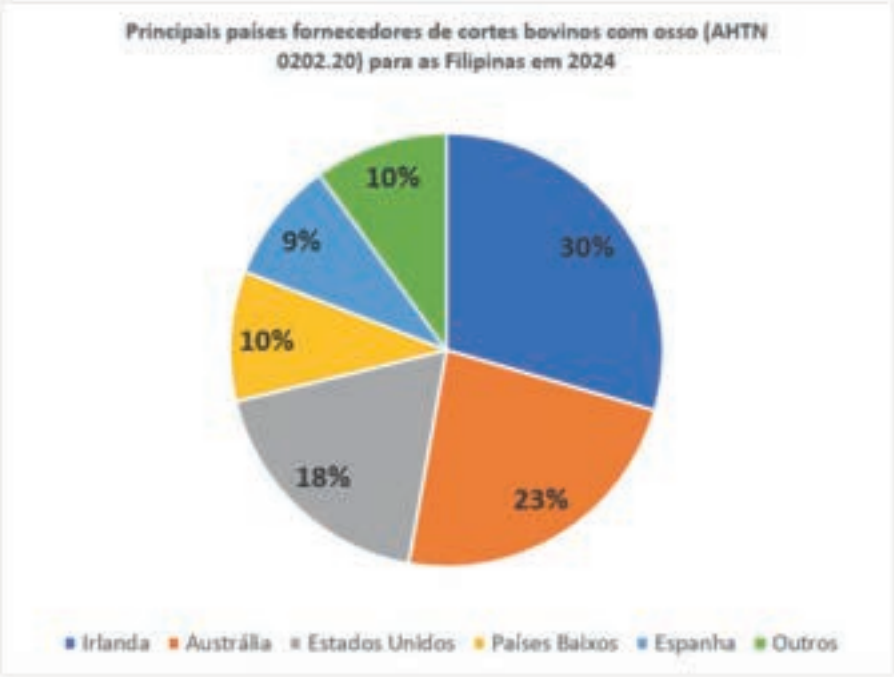
Fonte: *DA Trade System*, 2025.

Apesar das barreiras sanitárias que limitam o acesso pleno da carne bovina in natura brasileira, o país já demonstrou competitividade e potencial para ampliação nesse mercado. Atualmente, o Brasil é habilitado a exportar para as Filipinas apenas carne bovina desossada in natura, em função das restrições sanitárias relacionadas ao status de febre aftosa. Essa limitação impede o acesso de cortes in natura com osso e de miúdos bovinos, segmento com potencial significativo no mercado filipino.

Com o previsto reconhecimento, pela OMSA, do Brasil como país livre de febre aftosa sem vacinação, o cenário tende a se modificar. A nova condição sanitária permitirá a negociação para habilitação de estabelecimentos exportadores de carne bovina in natura com osso e miúdos bovinos, possibilitando ao Brasil competir diretamente nestes novos segmentos do mercado. A competitividade brasileira, baseada em escala, custos de produção e qualidade, tende a favorecer a conquista de espaço nesse mercado, consolidando o Brasil como o principal parceiro no fornecimento às Filipinas das principais proteínas de origem animal – carne bovina, de frango e suína.

De acordo com dados compilados do Trade Map (ITC), as Filipinas importaram em 2024 10,6 mil toneladas de cortes bovinos com osso (AHTN 0202.20), tendo como principais fornecedores Irlanda (29,5%), Austrália (23,3%), Estados Unidos (18,4%), Países Baixos (9,7%) e Espanha (9,1%), conforme Gráfico 2.

Gráfico 2. Principais países fornecedores de cortes bovinos com osso (AHTN 0202.20) para as Filipinas em 2024.

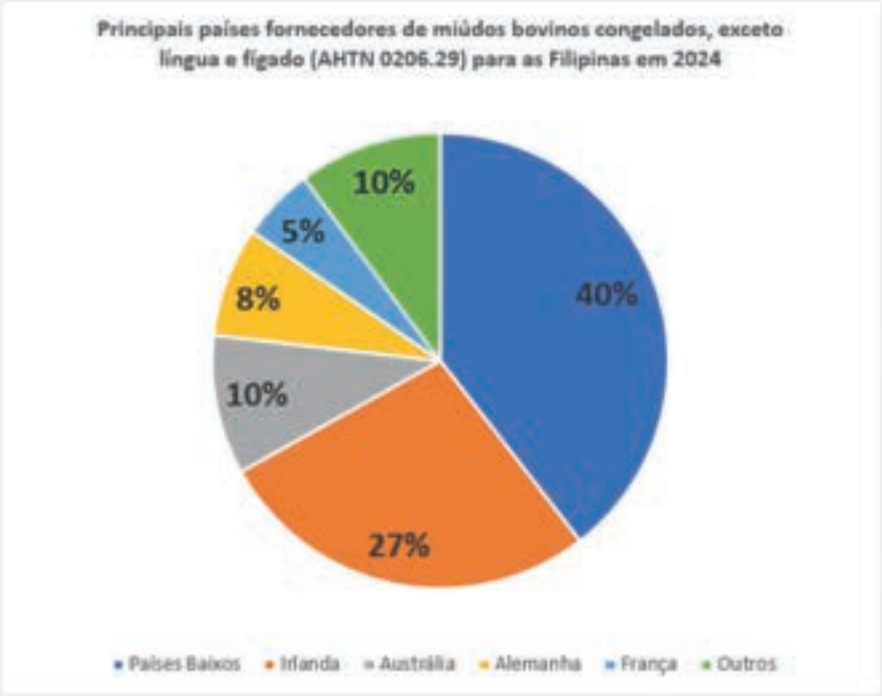


Fonte: *Trade Map (ITC)*, 2025.

Quando considerados os miúdos bovinos congelados, exceto língua e fígado (AHTN 0206.29), as Filipinas importaram o equivalente a 9,6 mil toneladas em 2024, sendo os principais países fornecedores os Países Baixos (39,5%), Irlanda (27,4%), Austrália (9,9%), Alemanha (7,8%), e França (5,2%), conforme Gráfico 3.

O consumo de miúdos bovinos possui forte tradição culinária nas Filipinas, sendo amplamente utilizado tanto em preparações domésticas quanto no setor de food service e em barracas de comida de rua, conhecidas como carinderias. Entre os itens mais demandados estão o fígado, o coração, os intestinos e as tripas, utilizados em pratos típicos como papaitan, batchoy, dinuguan e inihaw na puso ng baka (espetinho de coração bovino grelhado). O coração bovino, em particular, é valorizado por sua textura firme e sabor acentuado, sendo consumido grelhado, ensopado ou frito. Diante da alta dependência de importações para suprir a demanda interna por proteína animal, os miúdos representam uma oportunidade adicional para o Brasil, sobretudo com a possível habilitação de novos estabelecimentos e a ampliação das autorizações para esse tipo de produto após o reconhecimento do status sanitário brasileiro pela OMSA.

Gráfico 3. Principais países fornecedores de miúdos bovinos congelados, exceto língua e fígado (AHTN 0206.29) para as Filipinas em 2024.



Fonte: *Trade Map (ITC)*, 2025.

Aspectos Regulatórios

Em 2024, obteve o reconhecimento, por parte das autoridades filipinas, da equivalência de sistemas de inspeção sanitária, especificamente para as exportações brasileiras de carnes bovina, suína e de aves in natura, por meio da acreditação de sistema (System Accreditation). Na prática, em resposta ao pedido brasileiro feito em 2023, o Departamento de Agricultura da Filipinas outorga ao Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) autorização para certificar e habilitar estabelecimentos auditados pela missão de inspeção do país asiático. Além disso, o acordo, que é válido por três anos, inclui a possibilidade de habilitar outras unidades produtivas que atendam aos requisitos estabelecidos.

A ampliação do acesso da carne bovina brasileira in natura às Filipinas, mediante a abertura para novos produtos, como a carne bovina com osso e os miúdos bovinos dependerá da revisão e aprovação, pelo Bureau da Indústria Animal (Bureau of Animal Industry - BAI) e pelo Serviço Nacional de Inspeção de Carnes (National Meat Inspection Service - NMIS), do certificado sanitário internacional (CSI) e procedimentos para ampliação do escopo da acreditação de sistema. Atualmente, os produtos cárneos in natura incluídos na acreditação de sistema do Brasil para as Filipinas estão definidos pela Department Order No. 07, de 08 de maio de 2024.

Após o reconhecimento do novo status sanitário, perante a OMSA, de país livre de febre aftosa sem vacinação, o Brasil deverá formalizar o pleito para inclusão de novos produtos de bovinos, como a carne com osso e os miúdos.

Aspectos Tarifários

As Filipinas aplicam tarifas ad valorem sobre as importações de carne bovina, variando de acordo com a classificação do produto e o regime de importação adotado. A Tabela de Tarifas de Nação Mais Favorecida (Most-Favoured-Nation – MFN) para os anos de 2024 a 2028, atualizada pela Executive Order No. 62, de 20 de junho de 2024, estabelece tarifa de 10% para a importação de carne bovina e seus produtos, classificados na nomenclatura harmonizada da ASEAN (ASEAN Harmonized Tariff Nomenclature) sob códigos AHTN 0202.30.00 (carne bovina congelada desossada), 0202.10.00 (carcaças e meias-carcaças congeladas) e 0202.20.00 (outros cortes congelados com osso); de 7% para miúdos bovinos classificados sob códigos AHTN 0206.10.00 (miúdos bovinos congelados), 0206.21.00 (língua) e 0206.29.00 (outros miúdos bovinos); e de 5% para fígado bovino (0206.22.00).

Destaca-se que a Austrália é beneficiada pelo acordo de livre comércio firmado com a ASEAN, que assegura tarifa zero para os produtos acima destacados. Com a possível abertura para novos produtos de carne bovina in natura brasileira, será estratégico acompanhar os termos tarifários aplicáveis e explorar oportunidades no âmbito de futuras negociações comerciais.

Eventos para o Setor da Carne Bovina nas Filipinas

As Filipinas realizam uma série de eventos no setor de alimentos e produtos agropecuários. Para o setor de proteína animal, são destacados a seguir os principais eventos cuja participação é uma importante estratégia de promoção da carne brasileira.

A World Food Expo – WOFEX 2025 será realizada de 6 a 9 de agosto de 2025, no SMX Convention Center, Mall of Asia Complex, em Manila (A World Food Expo – WOFEX 2025 será realizada de 6 a 9 de agosto de 2025, no SMX Convention Center, Mall of Asia Complex, em Manila (https://wofex.com/wofex-manila/). A WOFEX é a principal exposição internacional que abrange alimentos, bebidas, hospitalidade, embalagens e processamento nas Filipinas. Em 2024, o evento reuniu mais de 50 mil visitantes e mais de 630 expositores, conforme dados divulgados pelos organizadores. Este ano, a feira completa 25 anos, o que traz a expectativa de que esta seja uma edição diferenciada e com bastante destaque. Este ano, o evento celebra seu 25º aniversário (Figura 1). Consiste em uma plataforma para produtos e serviços no segmento de alimentos e bebidas, conectando profissionais e consumidores, oferecendo seminários técnicos e oportunidades de networking. Os exibidores incluem empresas de alimentos, bebidas, confeitaria, panificação, utensílios culinários, equipamentos de food service, embalagens, maquinários, soluções digitais e serviços. O público visitante inclui compradores, atacadistas, supermercados, distribuidores, importadores, profissionais da área de alimentação, hospitalidade e serviços relacionados, além de consumidores em geral. Além da edição principal em Manila, a WOFEX acontece também em suas versões regionais, em Visayas (24 a 26 de abril de 2025), Mindanao (22 a 24 de maio de 2025) e Iliolo (19 a 21 de junho de 2025).

Figura 1: Material de divulgação da 25ª WOFEX, a ser realizada em Manila.

A International Food Exhibition – IFEX Philippines 2025 acontecerá de 22 a 24 de maio de 2025. A IFEX é uma feira internacional de alimentos, bebidas e ingredientes nas Filipinas, reunindo expositores locais e internacionais (https://www.facebook.com/ifexphilippines/).

Outro evento muito relevante para o setor é a ILDEX Philippines, uma exposição internacional que abrange pecuária, laticínios, processamento de carnes e aquicultura. A edição de 2025 será realizada no período de 27 a 29 de agosto, no SMX Convention Center Manila. O evento objetiva construir um mercado para que profissionais e participantes da indústria local e internacional expandam as oportunidades de negócios por meio de uma ampla gama de atividades de destaque e redes bem conectadas (https://ildex-philippines.com/).

Esses eventos oferecem oportunidades para empresas de alimentos e produtos agropecuários, como as de proteína animal, explorarem as tendências do setor, participarem de seminários e atividades com conteúdo técnico, além de estabelecerem conexões com outros atores da indústria. Além disso, representam um ambiente estratégico para a ampliação de redes de contato e o fortalecimento de parcerias comerciais, impulsionando a visibilidade da carne brasileira no mercado filipino. Dada a crescente demanda pela carne bovina no país, a presença nesses eventos pode ser um diferencial para empresas que desejam expandir sua atuação e explorar novas oportunidades nas Filipinas.

Desafios e Oportunidades

O principal desafio para o Brasil é a concorrência de exportadores tradicionais com presença consolidada no mercado local. Uma vez que seu status sanitário como país livre de febre aftosa sem vacinação seja reconhecido pela OMSA, a melhoria de acesso ao mercado filipino, mediante a atualização dos requisitos sanitários e atualização do escopo do System Accreditation, e a consequente abertura para novos produtos, como a carne bovina com osso e os miúdos bovinos, reforçará a participação do país no comércio com as Filipinas, e contribuirá para sua consolidação como parceiro estável no enfrentamento das questões relacionadas à segurança alimentar e à inflação local.

O reconhecimento do novo status sanitário colocará o Brasil em condições técnicas equivalentes aos principais concorrentes, possibilitando o acesso a segmentos de maior valor agregado. O mercado filipino, com crescente demanda por proteínas e dependência de importações, representa uma oportunidade relevante para a diversificação de destinos da carne bovina brasileira, especialmente para o fornecimento de cortes utilizados em restaurantes, redes de fast food e indústria de alimentos processados.

O segmento de food retail nas Filipinas apresenta oportunidades relevantes para os produtos brasileiros, especialmente com a crescente valorização por parte dos consumidores filipinos de carnes de alta qualidade, rastreáveis e provenientes de origens confiáveis. O reconhecimento do Brasil como país livre de febre aftosa sem vacinação poderá facilitar o acesso da carne bovina brasileira aos canais de varejo premium, incluindo supermercados, empórios e lojas especializadas, hoje majoritariamente abastecidos por produtos australianos e norte-americanos. Essa expansão abre espaço não apenas para volumes adicionais, mas também para a promoção da imagem do Brasil como fornecedor de carne bovina de excelência, produzida com elevados padrões sanitários, sustentáveis e de qualidade nutricional. A atuação coordenada de frigoríficos, associações setoriais e entidades oficiais brasileiras poderá potencializar a inserção nesses nichos de mercado, favorecendo a diversificação do portfólio exportado e o fortalecimento da marca Brasil junto aos consumidores filipinos.

No segmento de food service, o mercado filipino oferece oportunidades relevantes para a carne bovina brasileira, especialmente junto a restaurantes especializados em churrasco, steak houses, hotéis e cadeias de fast-food premium. A crescente valorização de cortes diferenciados e o interesse dos consumidores locais por experiências gastronômicas internacionais criam espaço para a ampliação da presença brasileira nesse canal. Para isso, é recomendável o desenvolvimento de ações junto a distribuidores especializados e associações de restaurantes, além de treinamentos técnicos para chefs e profissionais de cozinha, destacando as características de qualidade, marmoreio, sabor e sustentabilidade da carne bovina brasileira. A participação em eventos voltados ao setor de alimentos e horeca, assim como o estabelecimento de parcerias com chefs influentes podem ser estratégicos para impulsionar o reconhecimento dos produtos brasileiros no setor de alimentação fora do lar, consolidando a imagem do Brasil como fornecedor confiável e competitivo de carne premium.

Para o Brasil, as Filipinas representaram em 2024 o 6º destino das exportações de carne bovina, atrás da China, Estados Unidos, Emirados Árabes Unidos, Hong Kong e Chile. Uma vez equacionadas as questões relativas à ampliação de acesso para a carne bovina e seus produtos, existe a expectativa de um efeito bastante positivo no comércio internacional com o país, assim como foi perceptível o impacto da acreditação de sistema e da revisão do CSI em 2024 para as exportações de carne suína, que atingiram patamares inéditos, tornando o mercado filipino o principal para esse segmento.

A sustentabilidade da pecuária brasileira é um diferencial estratégico que deve ser amplamente comunicado no mercado filipino. O Brasil possui um dos sistemas de produção de carne bovina mais eficientes do mundo em termos de conversão de pasto em proteína animal, além de importantes iniciativas voltadas para a rastreabilidade, o monitoramento ambiental e a redução das emissões de gases de efeito estufa no setor. A recuperação de pastagens e áreas degradadas, o aumento da eficiência na produção, a implementação de sistemas integrados e melhorias em nutrição, saúde e bem-estar são aspectos fundamentais para assegurar um impacto positivo da pecuária diante desse cenário. Programas como o Cadastro Ambiental Rural (CAR), Plataforma Agro Brasil+ Sustentável, Plano ABC+, Programa Nacional de Conversão de Pastagens Degradadas e certificações socioambientais específicas conferem maior transparência e responsabilidade à cadeia produtiva nacional.

Valorizar esses atributos junto aos parceiros comerciais e consumidores filipinos pode contribuir para fortalecer a imagem da carne bovina brasileira como uma proteína de alta qualidade, segura e produzida com responsabilidade socioambiental.

Perspectivas e Considerações Finais

A expectativa de reconhecimento, pela OMSA, do Brasil como país livre de febre aftosa sem vacinação, representa um marco para a ampliação da presença brasileira no mercado internacional de carne bovina, com destaque para as Filipinas. O país asiático, com suas características de consumo e dependência de importações, desponta como mercado prioritário para as exportações brasileiras após o reconhecimento do novo status sanitário.

O sucesso na inserção de novos produtos para a carne bovina in natura brasileira, tais como a carne com osso e os miúdos bovinos, dependerá da condução estratégica das negociações sanitárias, da habilitação de estabelecimentos e do posicionamento comercial junto aos importadores filipinos. Nesse sentido, a articulação entre os setores envolvidos será determinante para a efetiva ampliação do acesso e consolidação da carne bovina brasileira no mercado filipino. Uma aproximação entre entidades setoriais brasileiras e filipinas poderá ser determinante para a superação de barreiras, o alinhamento de expectativas comerciais e a promoção da carne bovina brasileira junto aos principais canais de distribuição e consumidores locais. Uma vez superadas as questões regulatórias e concluídas as negociações sanitárias, a presença ativa da indústria exportadora brasileira e a atuação coordenada das associações do setor serão essenciais não apenas para garantir o acesso sustentável a esse mercado estratégico, mas também para valorizar a imagem da carne bovina nacional como produto de qualidade, seguro, sustentável e competitivo no cenário asiático.

UM REBAIXAMENTO FELIZ: REFORMAS NAS TARIFAS E IMPOSTOS ADUANEIROS DA ÍNDIA EM 2025 E OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL

Data: 14/05/2025
Posto: Delhi/Índia-Butão
Palavras-chave: Tarifas; produtos de origem animal; comércio Índia-Brasil; direitos aduaneiros.
Responsável: Angelo de Queiroz Mauricio

SUMÁRIO:

O presente relatório apresenta uma visão geral das recentes alterações nas tarifas e direitos aduaneiros introduzidas pela Lei de Finanças da Índia de 2025, com foco na redução de impostos sobre produtos de origem animal importados, tais como pasta de peixe congelada, hidrolisado de peixe e couros/peles em bruto. O documento analisa o impacto dessas revisões tarifárias, destacando as oportunidades que estas mudanças oferecem aos exportadores brasileiros para expandir a sua presença no mercado indiano e fortalecer os laços comerciais entre os dois países.

A Lei de Finanças 2025 da Índia introduziu recentemente significativas alterações nos Direitos Aduaneiros Básicos (BCD) para alguns itens de origem animal constantes dos Capítulos 3, 23 e 41 da Tabela de Tarifas Aduaneiras e que representam potencial interesse para o setor exportador brasileiro. As tarifas revisadas e os impostos totais de importação resultantes são os seguintes:

Capítulo 3: Peixes e Crustáceos, Moluscos e Outros Invertebrados Aquáticos

- Código HS 0304 99 00 - Pasta de peixe congelada: BCD reduzido de 30% para 5%; Imposto total: 10,78%.
- Capítulo 23: Resíduos e desperdícios das indústrias alimentícias; forragem animal preparada
- Código HS 2301 20 - Hidrolisado de peixe: BCD reduzido de 15% para 5%; Direito total: 10,78%.
- Capítulo 41: Couros e peles em bruto (exceto peles com pelo) e couro:
- Códigos HS 4104 11 00, 4104 19 00, 4105 10 00, 4106 21 00, 4106 31 00, 4106 91 00 - Couros e peles em estado úmido e curtidos/em crosta: BCD reduzido de 10% para 0%; Imposto total: 5,00%.

Importância das recentes alterações nas Tarifas e Direitos Aduaneiros na Índia

As recentes mudanças nas tarifas de importação e nos direitos aduaneiros promovidas pelo governo indiano para uma série de produtos, representam uma transformação significativa no posicionamento comercial do país no cenário global. As reduções tarifárias aplicadas a insumos e produtos de setores como nutrição animal, couros e ingredientes para a indústria alimentícia têm o potencial de reconfigurar rotas comerciais e atrair investimentos estrangeiros diretos para cadeias produtivas específicas. Ao diminuir os encargos alfandegários sobre esses itens, a Índia aumenta sua atratividade como mercado de destino para exportadores internacionais, ao mesmo tempo em que estimula a modernização e competitividade de sua indústria local. Por exemplo, no setor de nutrição animal, a importação facilitada de aditivos e proteínas de alta qualidade pode contribuir diretamente para o aumento da produtividade no setor pecuário e aquícola, reduzindo custos operacionais e elevando padrões de qualidade. No caso dos ingredientes para indústria alimentícia e de produtos da pesca, a abertura tarifária amplia as possibilidades para a indústria de processamento indiana incorporar tecnologias e matérias-primas mais sofisticadas — uma vantagem competitiva para atender tanto o mercado doméstico quanto o de re-exportação. Já para o setor de couros, a entrada de insumos e produtos semimanufaturados com menor tributação pode resultar em maior valor agregado e melhor preço nos produtos finais, beneficiando fabricantes de calçados, bolsas e vestuário de couro.

Essas alterações também devem ser interpretadas como parte de uma estratégia mais ampla do governo indiano para fortalecer sua posição nas cadeias globais de valor, incentivando parcerias internacionais e facilitando a instalação de empresas estrangeiras no país. A intenção do governo e fazer com que fornecedores globais que atuam nesses segmentos passam a enxergar a Índia não apenas como um mercado consumidor, mas como um hub industrial e logístico de exportação para o Sudeste Asiático, Oriente Médio e África.

Para os exportadores brasileiros, em especial, estas mudanças representam oportunidades concretas de expansão de mercado. Considerando sua base agroindustrial altamente competitiva, o Brasil pode intensificar o fornecimento de proteínas hidrolisadas, farinhas de peixe e extratos naturais para ração animal, além de peles e couros tratados. Aproveitar essas oportunidades requer ações coordenadas entre empresas, associações setoriais e órgãos de promoção comercial para melhor posicionar produtos brasileiros nos novos corredores comerciais abertos pela política tarifária indiana de 2025.

Oportunidades para o Brasil

As reformas tarifárias da Índia em 2025 representam uma oportunidade que o Brasil pode aproveitar para diversificar sua pauta exportadora para além dos tradicionais mercados de commodities. A Índia, com seu imenso mercado consumidor, se apresenta como uma alternativa de parceria comercial estratégica.

- **Produtos da pesca:**

Oportunidades para que os exportadores brasileiros forneçam produtos da pesca com maior valor agregado, tais como pasta de peixe e hidrolisado de peixe, os quais são utilizados no processamento de alimentos, na nutrição animal e na produção de fertilizantes.

- **Indústria do couro:**

Com a indústria de calçados e artefatos de couro na Índia necessitando de insumos de qualidade para a produção, abre-se a perspectiva de que o couro brasileiro possa se tornar mais competitivo em termos de preço no mercado indiano. O estabelecimento de parcerias de longo prazo com curtumes e fabricantes de couro indianos, bem como a possibilidade de exportação de couros e artefatos com maior nível de processamento pode ser explorada nos médio e longo prazos.

- **Rações animais e biofertilizantes:**

O hidrolisado de peixe e produtos similares são ingredientes para a alimentação animal e para a produção de fertilizantes orgânicos. A capacidade do Brasil de fornecer esses subprodutos ricos em proteínas está alinhada com a expansão dos setores da aquicultura, avicultura e agricultura biológica na Índia, os quais podem representar oportunidades de investimento.

Principais partes interessadas dos setores indianos

- Setor de Couros:
  - Council for Leather Exports (CLE)
  - Indian Leather Products Association (ILPA)
  - Indian Finished Leather Manufacturers and Exporters Association (IFLMEA)
  - Central Leather Research Institute (CLRI)
  - Indian Footwear Components Manufacturers Association (IFCOMA)

- Processamento de alimentos e nutrição animal:
  - All India Food Processors' Association
  - Ministry of Food Processing Industries
  - Animal Nutrition Society of India
  - Animal Nutrition Association
- Setor da Pesca e produtos da pesca:
  - National Fisheries Development Board
  - Seafood Exporters Association of India

As reduções tarifárias previstas no "Lei de Finanças 2025" para produtos de origem animal demonstram a intenção da Índia em fortalecer suas indústrias locais ao mesmo tempo em que amplia sua integração com o comércio global. Para o Brasil, essas mudanças representam uma oportunidade interessante de expandir as exportações de produtos da pesca, couro e insumos para nutrição animal para um mercado indiano em plena expansão. As empresas brasileiras têm a chance de estreitar novas parcerias comerciais, ampliar sua presença na região e contribuir para um relacionamento econômico mais dinâmico e estruturado entre os dois países.

MELHORAMENTO GENÉTICO BOVINO NO IRÃ: OPORTUNIDADES PARA O BRASIL

Data: 15/05/2025
Posto: Teerã/Irã
Palavras-chave: bovinocultura; melhoramento genético; inseminação artificial; FIV; sêmen; embriões
Responsável: Marlos Schuck Vicenzi

SUMÁRIO:

O melhoramento genético bovino no Irã avança por meio de cruzamentos entre raças locais e exóticas, visando maior produtividade e adaptação ao clima. Estratégias como cruzamento Sistani x Holstein e Sarabi x Simmental elevaram o desempenho produtivo, entretanto, desafios como restrições de importações devido a sanções, baixa taxa de concepção por inseminação artificial e risco à diversidade genética das raças nativas limitam o progresso. O Brasil, referência mundial em genética e manejo em condições tropicais, destaca-se como parceiro potencial para exportação de material genético adaptado, consultorias e cooperação técnica. Feiras iranianas do setor pecuário abrem espaço para aproximação comercial.

A pecuária bovina iraniana é composta por raças nativas (Gado Sistani, Sarabi, Golpayegani) e exóticas (Holstein, Simmental). A raça Holstein responde por 68% da produção leiteira nacional, mas enfrenta resistência climática limitada e demanda elevada por insumos. Assim, na busca por maximizar produtividade e adaptabilidade, os operadores da bovinocultura têm buscado a estratégia de cruzamentos para obter rebanhos que combinem a robustez e a resistência ao clima das raças locais (Bos indicus) com o potencial produtivo de raças europeias e norte-americanas (Bos taurus). A obtenção de animais com dupla aptidão (carne e leite) também tem sido mencionada como objetivo a ser alcançado pelos programas de melhoramento genético no Irã.

Os principais resultados dessa estratégia foram alcançados com os cruzamentos Sistani x Holstein, que permitiram a elevação da média de ganho de peso e produção leiteira, bem como Sarabi x Simmental, que levou a um incremento na eficiência alimentar em áreas montanhosas e maior taxa de concepção (cruzamento via inseminação artificial).

Apesar do potencial dessa estratégia de melhoramento genético, demonstrado pelos exemplos acima, o Irã enfrenta alguns gargalos e riscos para continuar avançando. O primeiro está relacionado às sanções internacionais que restringem as importações de sêmen (EUA, Canadá, Alemanha) e equipamentos (China, Índia). Em segundo lugar, registra-se que as taxas de concepção por inseminação artificial no Irã ainda permanecem inferiores à média global e persiste uma baixa adesão dos operadores aos sistemas oficiais de controle de rebanho. Por fim, a ampliação da prática de inseminação artificial e de outras para melhoramento do rebanho, assim como pressões de mudanças climáticas, têm levado a erosão genética acentuada, com quedas de até 93% na população de raças nativas, como o Gado Sistani.

O Irã também tem avançado na implementação de tecnologias reprodutivas com a expansão do uso de inseminação artificial e fertilização in vitro (FIV). O 1º laboratório nacional de FIV foi implantado em 2022, com produção de 3.000 embriões/ano. Também faz parte do programa de melhoramento a utilização de índices de desempenho, por exemplo, o LNI (Lifetime Net Income), resultando em crescimento anual de até 4,2% no mérito genético em propriedades participantes, e investimentos em estrutura de preservação de embriões criopreservados de raças nativas.

As importações de material genético bovino pelo Irã no último ano se concentraram, principalmente, em sêmen (98%), sendo que os principais países fornecedores foram Holanda, Estados Unidos, Canadá e França (90%). A tabela 1, ao final do texto, demonstra estes dados.

Oportunidades para Exportadores Brasileiros

A experiência brasileira serve de referência para as iniciativas iranianas. O histórico do Brasil em cruzamentos adaptados (Nelore x Gir, entre outras), com robustez produtiva em ambientes áridos e técnicas de manejo avançado, faz do país um parceiro estratégico tanto para exportação de material genético adaptado (sêmen/embriões de raças zebuínas e compostas), menos dependente de clima e insumos caros, como para exportação de serviços de consultoria e treinamento técnico para manejo e estabelecimento de programas de melhoramento, por exemplo, em cooperação com centros de excelência.
Atualmente, Brasil e Irã possuem acordo sobre o modelo de certificado sanitário internacional para exportação de embriões bovinos e bubalinos in vitro com origem brasileira (CE.IR.EA.VT.BO.NOV.17).

Para a aproximação comercial existem oportunidades em eventos como Iran PLEX (Exposição Internacional de Avicultura e Pecuária), realizada anualmente em Teerã, sendo um dos eventos mais importantes do setor pecuário no Irã. A edição de 2025 está programada para ocorrer de 10 a 13 de julho (https://plex-irantradefair.ir/); e iPEL Show Isfahan (Exposição Internacional de Pecuária, Avicultura, Aquicultura, Medicina Veterinária e Produtos Lácteos Exportáveis de Isfahan). Com foco na cadeia produtiva "do pasto ao alimento", a próxima edição (23ª) está prevista para ocorrer de 10 a 13 de fevereiro de 2026, em Isfahan, Irã (https://isfahan.ipelshow.ir/en/).
No quadro abaixo seguem os operadores iranianos que ofertam a venda de sêmen e serviços de inseminação artificial para bovinos:

Nome	Link:
Arkagen	https://arkagen.co/product/%D8%A7%D8%B3%D9%8E%D8%B1%D9%85-%D9%87%D8%A7%D8%AC-%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D8%A7%D8%AA%D8%AC-%D9%88-%D8%AF%D8%A7%D8%AE%D9%84%D8%AC-%D9%86%DA%98%D8%A7%D8%AF-%D9%87%D9%84%D8%B4%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D9%86/
Karanogen	http://www.karanogen.ir/?fa/pages/2/73
Behdam	https://behdam.com/
Nobelfarm	https://nobelfarm.com/
Isfahan Olive	https://zeitoonisfahan.net/
National Union of Livestock Breeders Industry	https://tandamparvar.ir/

CONCLUSÃO

A ampliação do melhoramento genético bovino no Irã abre espaço para estratégias integradas de modernização e sustentabilidade, com potencial positivo para exportadores brasileiros de genética, tecnologia e conhecimento. A experiência brasileira em cruzamentos adaptados e manejo tropical emerge como um modelo valioso, abrindo portas e conferindo vantagens competitivas para o estabelecimento de relações comerciais e eventual cooperação técnica.

Tabela 1: Importação de material genético bovino pelo Irã (março de 2024 a fevereiro de 2025).

País	Código SH	Descrição dos produtos	Peso (kg)	Valor (US$)
China	05119910	Embriões de animais	3.045	168.610
Alemanha	05111000	Sêmen de bovino	6	241.009
Inglaterra (Grã-Bretanha)	05111000	Sêmen de bovino	4	126.690
Estados Unidos	05111000	Sêmen de bovino	57	1.566.787
Itália	05111000	Sêmen de bovino	3	82.875
Bélgica	05111000	Sêmen de bovino	27	32.480
França	05111000	Sêmen de bovino	26	784.001
Canadá	05111000	Sêmen de bovino	134	1.391.199
Holanda	05111000	Sêmen de bovino	158	1.927.018
Total				**6.320.669**

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da IRICA, autoridade aduaneira da Rep. Islâmica do Irã.

VACINAS VETERINÁRIAS NO IRÃ - ANÁLISE EXPLORATÓRIA

Data: 15/05/2025
Posto: Teerã/Irã
Palavras-chave: produção animal, importação, vacinas veterinárias, autossuficiência, biossegurança, febre aftosa, influenza aviária.
Responsável: Marlos Schuck Vicenzi

SUMÁRIO:

O Irã consolida sua posição como um dos principais produtores de proteína animal no Oriente Médio, mantendo uma sólida parceria comercial com o Brasil na importação de insumos para alimentação animal. Com uma produção anual que ultrapassa 2,6 milhões de toneladas de carne, o país avança em seu programa de autossuficiência na produção de vacinas veterinárias, embora mantenha dependência estratégica de importações em segmentos específicos, especialmente em vacinas aviárias e para febre aftosa, criando oportunidades significativas para o Brasil no mercado de imunobiológicos.

O Irã estabeleceu-se como referência regional na produção animal, com um sistema produtivo diversificado que abrange desde a tradicional criação de ovinos e caprinos até modernos complexos de produção avícola. O país mantém um dos maiores rebanhos do Oriente Médio, com mais de 80 milhões de cabeças entre diferentes espécies, incluindo 5,2 milhões de bovinos e mais de 1,4 bilhão de aves. A produção avícola destaca-se particularmente, ultrapassando 2 milhões de toneladas anuais, distribuídas em mais de 70 mil estabelecimentos produtivos. Dados detalhados sobre rebanho e produção são apresentados na tabela 1.

As relações comerciais Brasil-Irã no setor agropecuário são robustas e estratégicas, com importações anuais médias superiores a 1,9 bilhão de dólares em insumos para alimentação animal (2019-2024). O milho lidera as importações com USD 910,9 milhões, seguido pela soja em grão com USD 706,8 milhões e farelo de soja com USD 312,4 milhões. Paralelamente, o Brasil tem desempenhado relevante papel no mercado internacional de vacinas veterinárias, exportando para mais de 50 países, incluindo importantes parceiros no Oriente Médio como Arábia Saudita (USD 438.697), Iraque (USD 149.827), Jordânia (USD 75.142), Kuwait (USD 13.205) e Emirados Árabes Unidos (USD 9.411).

A busca iraniana pela autossuficiência na Produção de Vacinas

Buscando a autossuficiência na produção de vacinas, o Irã confia no papel crucial do Instituto Razi de Vacinas e Soro (Razi Vaccine and Serum Research Institute), uma instituição centenária reconhecida como centro de excelência em pesquisa e desenvolvimento de imunobiológicos no Oriente Médio. Este instituto é central no programa nacional, produzindo anualmente 365 milhões de doses de vacinas para gado, o que preenche 95% da demanda interna. Contudo, no setor avícola, onde a demanda atinge 11 bilhões de doses anuais, a produção doméstica de 3,5 bilhões de doses ainda não é suficiente, sendo compensada por importações principalmente da França, Itália e Espanha. Os dados sobre a produção e importação de vacinas são ilustrados no gráfico 1.

Destaca-se que a presença contínua da febre aftosa em animais domésticos no território iraniano, documentada em relatórios à Organização Mundial para Saúde Animal (OMSA), até junho de 2022[1], representa uma oportunidade estratégica para o Brasil. Estudos científicos locais confirmam o impacto econômico significativo da doença e a necessidade permanente de programas de vacinação, especialmente considerando que o país ainda não possui status sanitário definido junto à OMSA para esta enfermidade. Esta situação abre espaço para a expertise brasileira em imunobiológicos e controle sanitário.

No setor avícola, as autoridades iranianas adotam uma postura progressista em relação à vacinação, particularmente no controle da influenza aviária de alta patogenicidade (IAAP). Defendem que programas de vacinação bem estruturados não apenas são compatíveis com o comércio internacional seguro, mas são essenciais para conter surtos, minimizar perdas econômicas e reduzir riscos pandêmicos.

Esta posição é especialmente relevante considerando a crescente gravidade das cepas de alta patogenicidade. O país argumenta que a vacinação, quando implementada dentro de uma estratégia abrangente de vigilância epidemiológica e biossegurança, não compromete o status sanitário e pode, inclusive, fortalecer as relações comerciais ao garantir maior segurança sanitária.

Estrutura Tarifária

O sistema tarifário iraniano para importação de vacinas veterinárias apresenta alíquota de 1% (HS 30024210/90). Soma-se a isso a taxa de "benefício comercial", destinada a beneficiar a importação de produtos não processados, e que incide em 18% para o HS 30024210 e 2% para o HS 30024290. Dados da autoridade aduaneira do Irã demonstram que o pais importou, no período de março a dezembro de 2024, um total de USD 55.014.863,00 em vacinas veterinárias.

Análise de oportunidades para o Brasil

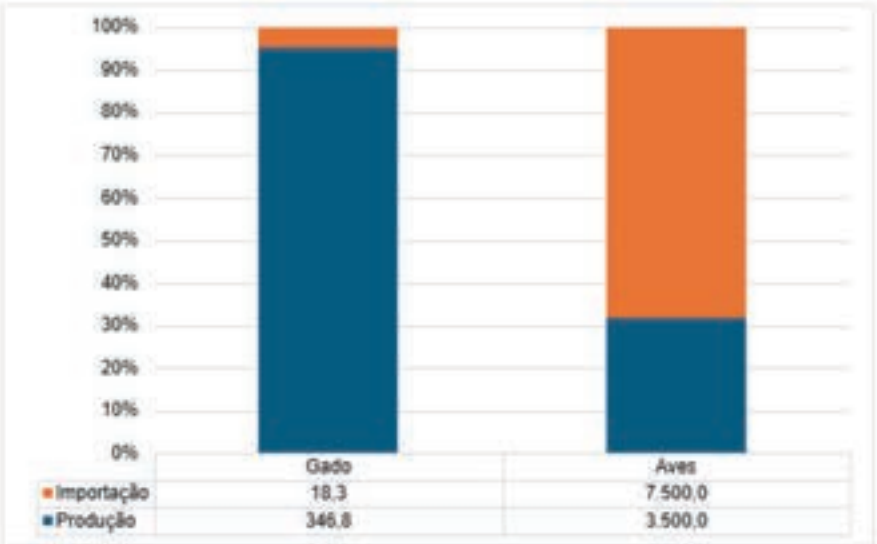
Apesar da busca determinada pelo Irã em alcançar a autossuficiência na produção de vacinas, as oportunidades para o Brasil permanecem expressivas, especialmente nas áreas onde a experiência e a tecnologia brasileiras são reconhecidas internacionalmente. A venda de vacinas para doenças avícolas e para febre aftosa surge como possibilidade concreta, considerando que o Brasil é referência mundial no controle desta doença e possui um dos maiores programas de vacinação do mundo. O interesse manifestado pelo governo iraniano na cooperação na área de vacinas e diagnósticos é um importante driver para viabilização de negócios. Ademais, o intercâmbio de conhecimentos no desenvolvimento de biossegurança e controle sanitário também representa uma área promissora para cooperação bilateral. Este cenário potencializa o fortalecimento das relações econômicas e comerciais entre os dois países, promovendo vantagens mútuas no mercado de saúde animal.

Tabela 1: Estatisticas de rebanho e produção animal no Irã, 2023.

Categoria animal	No animais vivos	No animais abatidos	Peso vivo médio (kg)	Peso total da carne dos animais abatidos (Ton)
Bovinos	5.200.000	1.113.798	292,0	250.830,00
Aves	1.401.954.686	1.149.373.209	5,6	2.172.644,00
Ovinos	55.600.000	8.606.786	26,5	178.664,00
Caprinos	19.852.000	2.067.384	15,0	31.837,00
Búfalos	94.000	24.232	325,0	4.870,00
Camelídeos	159.000	30.626	-	6.018,00
Produção de leite cru de bovinos: 7.654.331 Toneladas				
Produção de ovos de galinha com casca, frescos: 780.351 Toneladas				
No estabelecimentos avícolas: 70.059				

Fonte: Elaboração própria, a partir de informações do WAHIS/OMSA e FAOSTAT.

Gráfico 1: Produção e importação anual de vacinas pelo Irã (milhões de doses).



Fonte: Elaboração própria, a partir de informações coletadas em veículos de mídia em inglês.]

RECONHECIMENTO DA FAO DE BOAS PRÁTICAS E INOVAÇÕES EM PECUÁRIA

Data: 09/05/2025
Posto: Roma/Itália-FAO
Palavras-chave: pecuária; sustentabilidade; saúde única; saúde animal.
Responsável: Fernanda Vanessa Mascarenhas Magalhães

SUMÁRIO:

Como parte das celebrações de seus 80 anos, a FAO lançou uma iniciativa para reconhecimento de boas práticas e inovações em transformação da pecuária sustentável, One Health, saúde animal e centros de referência. A iniciativa destacará soluções impactantes e escaláveis no setor pecuário que apoiem sistemas agroalimentares mais eficientes, inclusivos, resilientes e sustentáveis. A FAO reconhecerá práticas e inovações que tenham levado a avanços significativos em áreas como: Transformação Sustentável da Pecuária; Zootecnia, Genética, Alimentação e Bem-estar Animal; Saúde Única (One Health); Saúde Animal; Soluções para a Resistência aos Antimicrobianos (AMR); Contribuições de Centros de Referência. O prazo para envio é 15 de junho de 2025.

Como parte das celebrações de seus 80 anos, a FAO lançou uma iniciativa para reconhecimento de boas práticas e inovações em transformação da pecuária sustentável, Saúde Única (One Health), saúde animal e centros de referência. A iniciativa destacará soluções impactantes e escaláveis no setor pecuário que apoiem sistemas agroalimentares mais eficientes, inclusivos, resilientes e sustentáveis.

A FAO reconhecerá práticas e inovações que tenham levado a avanços significativos em áreas como:

- Transformação Sustentável da Pecuária;
- Zootecnia, Genética, Alimentação e Bem-estar Animal;
- Saúde Única (One Health);
- Saúde Animal;
- Soluções para a Resistência aos Antimicrobianos (AMR);
- Contribuições de Centros de Referência.

Os candidatos elegíveis incluem instituições, organizações internacionais e regionais, instituições acadêmicas e de pesquisa, grupos da sociedade civil e entidades do setor privado.

As submissões devem demonstrar implementação bem-sucedida em escala e apresentar tecnologias, sistemas ou abordagens que aumentem a eficiência e apoiem a transformação sustentável das cadeias de valor da pecuária.

A avaliação será baseada nos seguintes critérios:

- Impacto e Aplicação Prática: Resultados concretos demonstrados e efetividade comprovada.
- Inovação e Originalidade: Grau de novidade e singularidade da abordagem proposta.
- Inclusão e Impacto Social: Contribuição para a igualdade de gênero, envolvimento de jovens e participação de comunidades indígenas.
- Escalabilidade e Replicabilidade: Potencial de adoção e implementação em diferentes contextos e regiões.

As iniciativas selecionadas serão formalmente reconhecidas durante a Conferência sobre a Transformação Sustentável da Pecuária (29.09 a 01.10.25), com visibilidade adicional no World Food Forum (13 a 17.10.25), na sede da FAO em Roma.

As submissões devem ser realizadas por meio do formulário oficial online (https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=aMQ6Frir0ESB_dnbFeOvlpNgipu1_FIGnKNs4YrQSbhUM0RRUEQ0NzdTRlc1M0JMQkJaU1BNNk5OOS4u).

O prazo para envio é 15 de junho de 2025.

Site da Iniciativa https://www.fao.org/one-health/highlights/highlights-detail/recognition-of-good-practices-and-innovations-in--sustainable-livestock-transformation--one-health--animal-health-and-reference-centers/en

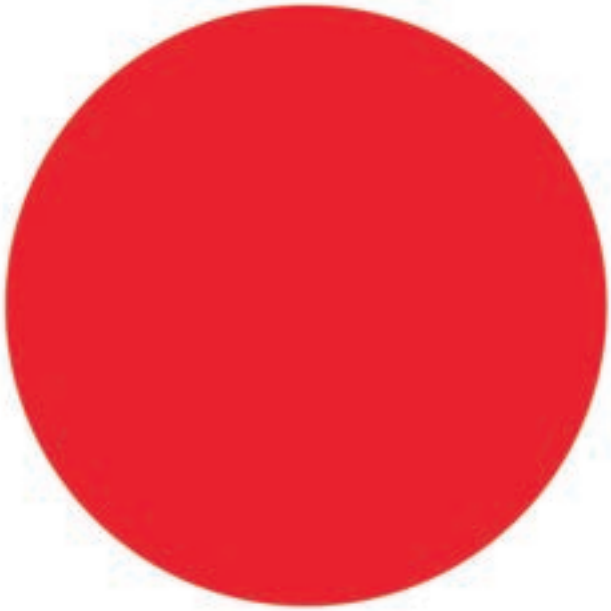
Os resultados esperados incluem uma declaração revisada da FAO sobre biotecnologia e maior conscientização sobre o potencial das biotecnologias com um chamado à ação para alcançar sistemas agroalimentares eficientes, inclusivos, resilientes e sustentáveis.

O público-alvo da conferência inclui representantes de governos, organizações internacionais e intergovernamentais, instituições acadêmicas e de pesquisa, organizações da sociedade civil, setor privado (incluindo fundações filantrópicas) e organizações de produtores.

A conferência consistirá em sessões plenárias de alto nível, sessões técnicas sobre tópicos temáticos, sessões paralelas com foco em subtemas do sistema agroalimentar, sessões de networking e eventos paralelos. As sessões individuais serão organizadas adotando formatos inovadores e interativos.

As inscrições no evento de representantes do setor privado, ONGs, academia podem ser realizadas diretamente no site até 05 de maio de 2025
https://faoeventregistration.powerappsportals.com/en-US/MeetingRegistration/?meeting_id=effa79ea-9de4-ef11-9341-7c1e526003be.

Site da Conferência: https://www.fao.org/events/detail/fao-biotech-conference-2025/en/.



OPORTUNIDADES DO MERCADO JAPONÊS O MERCADO DE MEL E PRÓPOLIS

Data: 15/05/2025
Posto: Tóquio/Japão
Palavras-chave: Exportações. Oportunidades. Mel e própolis.
Responsável: Marco Aurélio Pavarino

SUMÁRIO:

O Japão importou mais de 41 mil toneladas de mel em 2024. A produção interna no país responde por apenas 5% do consumo anual e, em termos de valores foram importados mais de USD 144 milhões. Entretanto, o Brasil ocupa apenas a décima sexta posição nas importações de mel que o Japão faz. Por outro lado, o mercado de própolis é dominado pelo Brasil. Em 2024 foram importadas mais de 17 toneladas de própolis pelo Japão, sendo que neste mesmo ano o Brasil alcançou a expressiva participação com 99,7% do volume importado. O consumo de própolis aumentou no período da Pandemia de Covid-19, tendo em vista as características antissépticas do produto. Isso tornou o produto mais conhecido dos japoneses, o que pode representar uma oportunidade para os produtores brasileiros.

VISÃO GERAL DO MERCADO DE MEL E PROPÓLIS NO JAPÃO

1.MEL NATURAL (SH 0409)

O Japão é um grande importador de mel. No ano de 2024 foram mais de 41 mil toneladas importadas de diversos países, sendo os principais fornecedores, nesta ordem: China, Nova Zelândia, Canadá, Argentina, Hungria e Romênia. O Brasil ocupou apenas a décima sexta posição neste mercado. A tabela abaixo traz a participação dos cinco principais países e do Brasil em termos de valores e volumes importados pelo Japão.

Tabela 1 – Participação dos principais países e do Brasil nas importações de mel do Japão - 2024

ORDEM	País	VOLUME (ton)	Valor (mil USD)	Participação no mercado (%)	
				volume	valor
1	China	27,928	54,607	66.62%	37.76%
2	Nova Zelandia	945	25,678	2.26%	17.76%
3	Canadá	2,538	16,335	6.05%	11.30%
4	Argentina	2,937	11,065	7.01%	7.65%
5	Hungria	1,368	9,326	3.27%	6.45%
6	Romênia	1,019	5,707	2.43%	3.95%
.					
.					
.					
16	Brasil	151	1,065	0.36%	0.74%
.					
.					
.					
Total		32,665	215,116		

Fonte: Ministério das Finanças do Japão - adaptado

O Gráfico acima demonstra como os países conseguem agregar valor de forma diferenciada aos produtos vendidos ao Japão. A China, apesar de deter mais de 66% do volume importado pelo Japão, é responsável por 37,76% do volume de recursos pagos pelo Japão. Por outro lado, a Nova Zelândia, com apenas 2,26% de participação no volume consegue participar em 17,76% no total do valor comercializado. Isso se deve em boa parte pelas características diferenciadas do mel que a Nova Zelândia exporta, cuja composição é da flor de manuka (Leptospermum scoparium), conhecida por suas propriedades antibacterianas.

Geralmente o mel comercializado ao Japão chega em tambores e é reenvasado para venda ao varejo. É cada vez mais comum as empresas demandarem a confecção de rótulos próprios para aplicação da marca e comercialização em supermercados, lojas de conveniências e lojas de artigos de produtos de saúde e funcionais. O mel é também bastante utilizado na culinária para a confecção de doces e artigos de confeitaria no Japão.

Algumas características do mel brasileiro como a cor e o teor de açúcar influenciam na aceitação não tão expressiva dos produtos pelos japoneses. É preciso também um trabalho enfático de marketing para a divulgação da qualidade do produto nacional. Outra questão fundamental é a competividade do produto brasileiro frente aos países concorrentes.

TARIFAS

As tarifas aplicadas ao mel brasileiro são aquelas aplicadas aos países no âmbito da OMC. O percentual é de 25,5% para os produtos na posição 040900 (mel natural). Alguns países que possuem acordo comercial com o Japão, como o caso da União Europeia e Estados Un possuem tarifa zero de importação destes produtos. Essa condição pode ser um impeditivo pa avanço das exportações do mel brasileiro no mercado japonês.

2. PRÓPOLIS BRUTO (SH 0410.90300)

Quase a totalidade do própolis consumido no Japão é originário do Brasil. Em 2024 o país foi responsável por 99,7% das importações do Japão, o que representou um valor de USD 2,43 milhões.

O própolis brasileiro é bastante conhecido dos japoneses e, durante a pandemia de Covid-19, o produto foi mais procurado por suas propriedades antissépticas. O Japão tende a pagar um valor maior aos própolis diferenciados como o própolis verde e o própolis vermelho, cujos valores atingem cifras bem mais altas que o mercado nacional brasileiro.

É bastante comum nas Feiras e eventos de alimentos do Japão como a FOODEX JAPAN e a Supermarket Trade Show encontrar empresas brasileiras fazendo divulgação dos produtos apícolas e prospectando novos negócios.

Figura 1 – Exemplos de produtos apícolas brasileiros no Japão.

2.1 TARIFAS

O própolis bruto tem tarifa zero para importação no país. Esta isenção é aplicada a todos os países e blocos econômicos com os quais o Japão tem relação.

1.REGULAMENTAÇÕES

Tanto o mel quanto o própolis bruto ou em extrato estão sujeitos às exigências estabelecidas no "Food Sanitation Act", a principal referência legal que estabelece os requisitos para consumo de alimentos no Japão. Além desta, existem outras normativas relacionadas aos padrões de inocuidade e sanidade que devem ser observadas no momento da exportação de produtos alimentares ao Japão. A seguir são listados os atos normativo e respectivos links de acesso:

- Food Safety Basic Act; (https://www.fsc.go.jp/english/basic_act/fs_basic_act.pdf)
- Food Sanitation Act; (https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/3687/en)
- Japan Agricultural Standards Act; (https://www.japaneselawtranslation.go.jp/ja/laws/view/3378)
- Health PromotionAct; (https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/3727/en)

Caso haja interesse na exportação do produto ao Japão, recomenda-se a consulta às estações quarentenárias japonesa do Ministério da Saúde, Trabalho e Bem-Estar. É interessante e recomendável que os exportadores forneçam também antecipadamente aos postos quarentenários as informações sobre a composição do produto (memorial descritivo) para sejam fornecidas as orientações iniciais e detalhadas sobre o processo e exigências para a importação.

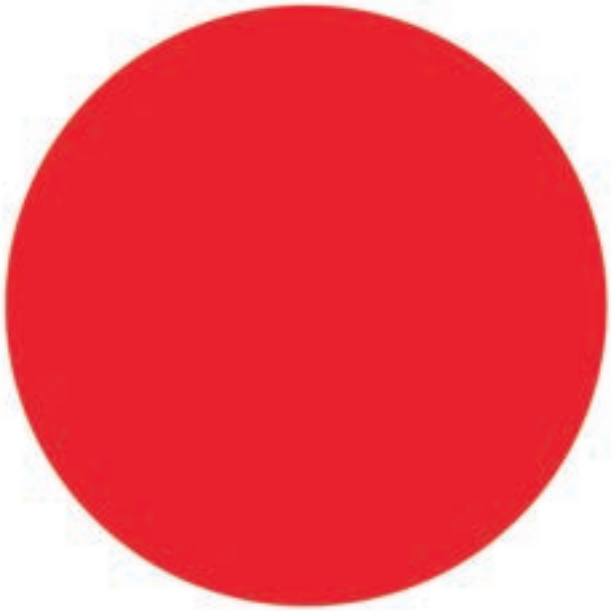
A localização e contatos das estações de quarentena vinculadas ao Ministério da Saúde, Trabalho e Bem-Estar do Japão podem ser acessados por meio do link https://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/soudan/.

A consulta aos postos quarentenários responsáveis pela inspeção de produtos de origem animal também pode ser realizada e é recomendada. A relação dos principais postos está detalhada a seguir.

For Animal products

Contact list of Animal Quarantine Service at airport and seaport

Name	TEL E-mail address	Airport	Seaport
Hokkaido and Tohoku Branch	+81-123-24-6080 aqs.spk@maff.go.jp	New Chitose Airport , Obihiro, Asahikawa, Kushiro	Wakkanai, Tomakomai, Muroran, Kushiro, Otaru, Ishikari-wan
Hakodate Airport Sub-branch	+81-138-84-5415 aqs.hkd@maff.go.jp	Hakodate, Aomori	Hakodate, Hachinohe
Sendai Airport Sub-branch	+81-22-383-2302 aqs.sdj@maff.go.jp	Akita, Sendai, Yamagata, Fukushima, Hanamaki	Ishinomaki, Akita, Onahama, Sendai-Shiogama, Akitafunakawa, Kamaishi
Narita Branch, Cargo Inspection Division	+81-476-32-6655 aqs.nrtcargo@maff.go.jp	Narita International Airport, Ibaraki (Hyakuri)	Kashima, Hitachinaka
Haneda Airport Branch (Cargo)	+81-3-5757-9755 aqs.hndcargo@maff.go.jp	Tokyo International Airport (Haneda)	
Tokyo Sub-branch	+81-3-3529-3021 aqs.tyo@maff.go.jp		Keihin Seaport (Tokyo), Chiba
Yokohama Head Office Animal-Products Inspection Division	+81-45- 201-9478 aqs.yokchiku@maff.go.jp		Keihin Seaport (Yokohama, Kawasaki)
Kawasaki Sub-branch	+81-44-287-7412 aqs.kws@maff.go.jp		Keihin Seaport (Kawasaki)
Niigata Airport Sub-branch	+81-25-275-4565 aqs.nii@maff.go.jp	Shonai, Niigata	Sakata, Niigata, Naoetsu
Shizuoka Sub-branch (Shimizu Seaport office) (Shizuoka Airport office)	+81-54-353-5086 +81-548-29-2440 aqs.smz@maff.go.jp	Shizuoka	Shimizu
Chubu Airport Branch	+81-569-38-8579 aqs.nga@maff.go.jp	Chubu International Airport	Mikawa
Nagoya Sub-branch	+81-52-651-0334 aqs.ngo@maff.go.jp	Nagoya	Nagoya
Yokkaichi Annex	+81-593-52-6918 aqs.ngo@maff.go.jp		Yokkaichi
Komatsu Sub-branch	+81-761-24-1407 aqs.kmq@maff.go.jp	Komatsu, Toyama	Fushiki-Toyama, Kanazawa
Kansai Airport Branch (Cargo)	+81-72-455-1958 aqs.kixcargo@maff.go.jp	Kansai International Airport Osaka International Airport	Wakayama-shimotsu



OPORTUNIDADES DO MERCADO JAPONÊS EXPORTAÇÃO DE CARNE BOVINA ENLATADA E EXTRATO DE CARNE BOVINA

Data: 15/05/2025
Posto: Tóquio/Japão
Palavras-chave: Exportações. Oportunidades. Carne Bovina Enlatada e Extrato de Carne Bovina.
Responsável: Marco Aurélio Pavarino

SUMÁRIO:

Desde março de 2023 o Brasil reabriu o mercado de exportações de carne enlatada (SH 16.02) e extrato de carnes (SH 16.03) de bovinosao Japão. Este mercado estavafechado desde o ano de 2017, tendo em vista a ocorrência de casos de Encefalopatia Espongiforme Bovina atípica no Brasil nos anos anteriores. Após 7 anos de negociações, as autoridades japonesas autorizaram novamente as exportações destes produtos ao Japão. A carne enlatada(canned meat) e os extratos de carne (beef extract) são amplamente utilizados no País no preparo de comidas. Em 2023 foram importados mais de 31 milhões de dólares em extrato de carne bovina e mais de 52 milhões de dólares em carne enlatada.

VISÃO GERAL DO MERCADO DE CARNE BOVINA ENLATADA E EXTRATO DE CARNE BOVINA NO JAPÃO

O Japão importou no ano de 2023 mais de 9 mil toneladas de preparados de carne bovina, incluindo a carne enlatada. Os principais fornecedores ao Japão são, nesta ordem, Austrália, Estados Unidos, China, Nova Zelândia, Uruguai e Brasil. O Brasil voltou a exportar este produto em 2023, após sete anos de suspensão deste mercado, alcançando a cifra de cerca de 6,5 mil dólares americanos com 47 toneladas. A tendência é que estes números aumentem nos próximos anos com a retomada das operações de exportação das empresas brasileiras e a volta da confiança das tradings importadoras do Japão na capacidade de suprimento do país. Os Gráficos abaixo apresentam a participação dos países no volume e valores exportados de carne em conserva (incluída a carne enlatada) ao Japão no período de 2029 a 2024.

Gráfico 1 – Participação dos países nas Exportações ao Japão de preparados de carne – volume (ton) período 2019 a 2024

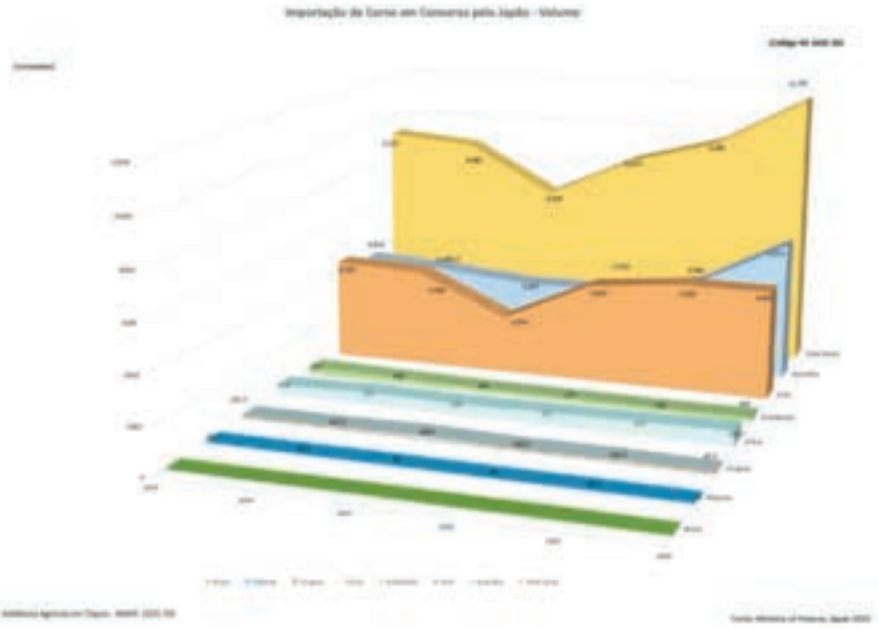
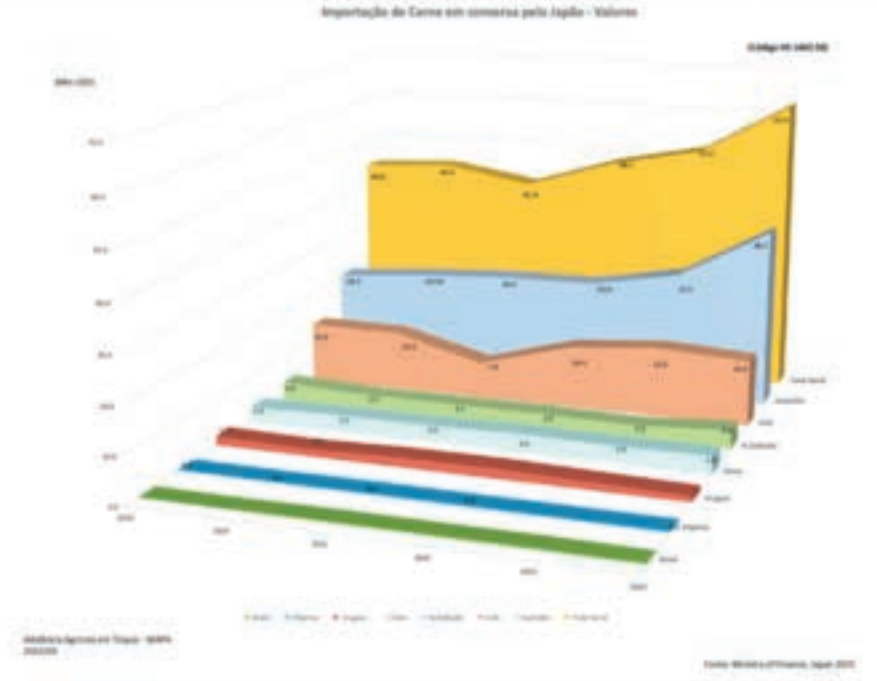


Gráfico 2 – Participação dos países nas Exportações ao Japão de preparados de carne – valores (milhões USD) período 2019 a 2024



O Brasil ainda não aparece nas exportações recentes de extrato de carne para o Japão. Os Gráficos abaixo expressam a participação dos países em volume e valores nas exportações de extrato de carne ao Japão.

Gráfico 3 – Participação dos países nas Exportações ao Japão de extrato de carne – volume (ton) período 2019 a 2024

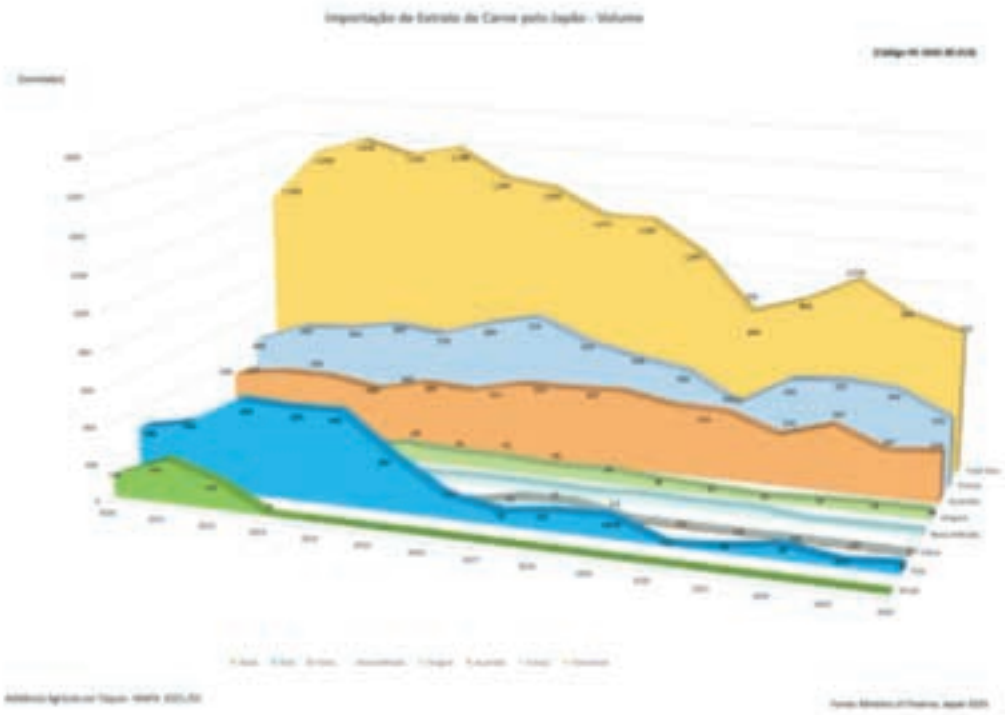
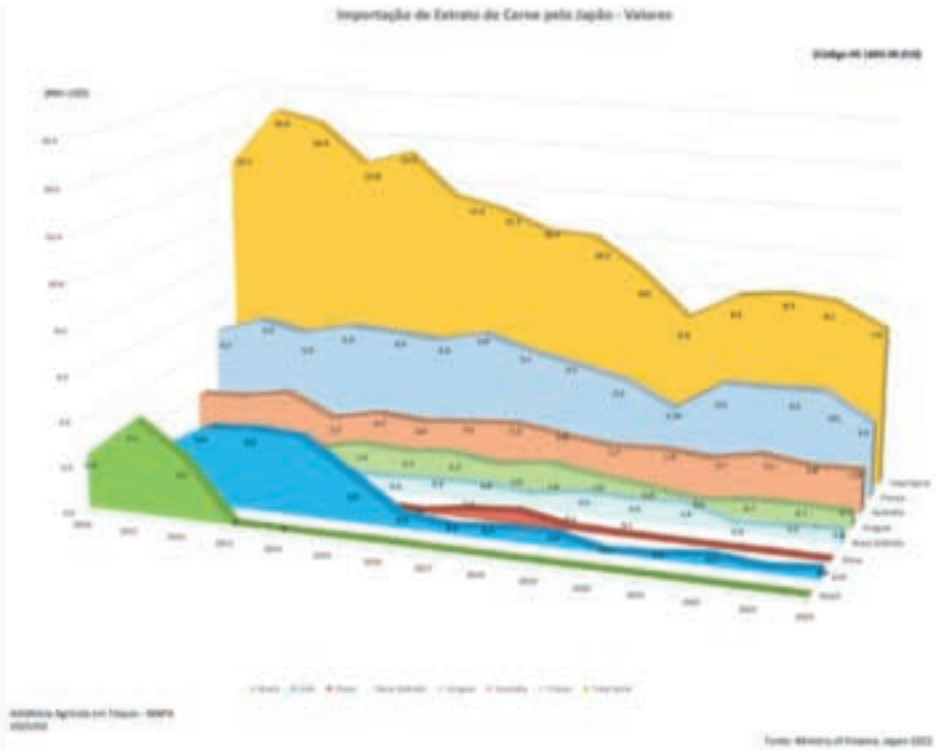


Gráfico 4 – Participação dos países nas Exportações ao Japão de extrato de carne – volume (ton) período 2019 a 2024



O mercado de carne enlatada no Japão apresentou comportamento crescente nos últimos anos. Foi impulsionado em boa medida pela mudança nas preferências do consumidor e pela demanda por fontes de proteínaconvenientes, de fácil armazenamento e disponibilidade. Várias marcas japonesas de alimentos, além de marcas internacionais, competem nesse nicho de mercado, oferecendo produtos que vão desde carne cozida simples até refeições prontas para consumo.

A vendas inicialmente eram direcionadas para carne enlatada simples, mas atualmente as empresas têm diversificado as opções que oferecem ao consumidor. A evolução da apresentação das embalagens também é uma mudança perceptível ao longo dos anos. Produtos como carne enlatada com baixo teor de sódio, baixo teor de gordura e isentas de hormônios também atendem ao apelo dos consumidores. Um outro fator que impulsiona a venda destes produtos é a condição do Japão à sujeição de desastres naturais frequentes, já que os enlatados se configuram como alimentos de emergência. As recomendações do governo para que a população esteja preparada para desastres naturais, em especial terremotos e tsunamis, sustentam ainda mais a demanda.

AS REGULAMENTAÇÕES PARA IMPORTAÇÃO DE EXTRATO DE CARNE BOVINA E CARNE ENLATADA BOVINA AO JAPÃO

Em março de 2023 o Brasil acordoucom o Japão os novos requisitos sanitários que permitiram a volta das exportações de carne bovina enlatada e extrato de carne bovina ao Japão. Foram sete anos de discussão até a finalização do processo. Os requisitos a serem cumpridos para as exportações destes produtos podem ser consultados nas páginas do Ministério da Agricultura, Florestas e Pesca do Japão – MFF pelo link: https://www.maff.go.jp/aqs/hou/require/attach/pdf/sub3-7.pdf e do Ministério da Saúde, trabalho e Bem Estar do Japão – MHLW: https://www.mhlw.go.jp/content/11130500/EVP.pdf.

Não há, a princípio, exigência das autoridades japonesasde vistorias in loco dos estabelecimentos que pretendem exportar estes produtos ao Japão. Neste mesmo sentido, os estabelecimentos brasileiros que já estavam aptos à exportação de carne bovina termoprocessada ao Japão foram automaticamente habilitados para exportação destes produtos.

Importante registrar que apenas alguns produtos foram abrangidos nos requisitos do MHLW e estes produtos estão listados no anexo do Programa de Verificação de Exportação (EVP em inglês). Os produtos permitidos para exportação são: Carne bovina enlatada (canned meat); Extrato de carne bovina (beef extract); Carne bovina cozida ou no vapor (boiled or steamed beef) e Miúdos de carne bovina cozida ou no vapor (boiled or steamed beef offal).

Existem quatronormativas principais relacionadas aos padrões de inocuidade e sanidade que devem ser observadas no momento da exportação de produtos alimentares ao Japão:

- Food Safety Basic Act;
- Food Sanitation Act;
- Japan Agricultural Standards Act; e
- Health PromotionAct.

Em relação às carnes, os exportadores devem observar especialmente a Lei sobre o Controle de Doenças Infecciosas dos Animais de Criação, cuja versão em inglês pode ser acessada no endereço: https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/4018/en

Outro ponto importante a ser observado são os regulamentos referentes à ingredientes e aditivos. O Japão tem uma legislação bastanterígida sobre estes produtos e os exportadores devem estar atentos para utilizar apenas aqueles permitidos para não haver impedimento da entrada do produto no país. É comum as estações quarentenárias de saúde animal solicitarem com antecedência informações sobre o processo de produção e manuseio do produto. É interessante e recomendável que os exportadores forneçam tambémantecipadamente aos postosquarentenários as informações sobre a composição do produto (memorial descritivo).

O ACESSO AO MERCADO JAPONÊS

As exigências dos compradores japoneses em relação à qualidade e apresentação do produto já são conhecidas e as estratégias para acessar este mercadodevem responder à estas exigências. Existem várias feiras direcionadas para alimentos, produtos alimentícios e segmentos específicos que acontecem todosos anos no Japão e é altamente recomendado que as empresas interessadas participem sempre que possível nestas feiras.

Apesar do mercadojaponês operar fortemente por meio de tradings, as empresas que trabalham com oferta de produtos no varejo usualmente estão presentes nas principais feiras por meio de seus representantes de vendas.Estabelecer contatos com os representantes nestes espaços é sempre uma excelente estratégia para estabelecer relações comerciais. Além disso, os sites das principais empresas geralmente disponibilizam endereços de contatosdas relações comerciais. A tabela abaixoapresenta algumas das maiores empresas de alimentos e produtos processados no Japão que podem ter interesse na comercialização da carne enlatada brasileira.

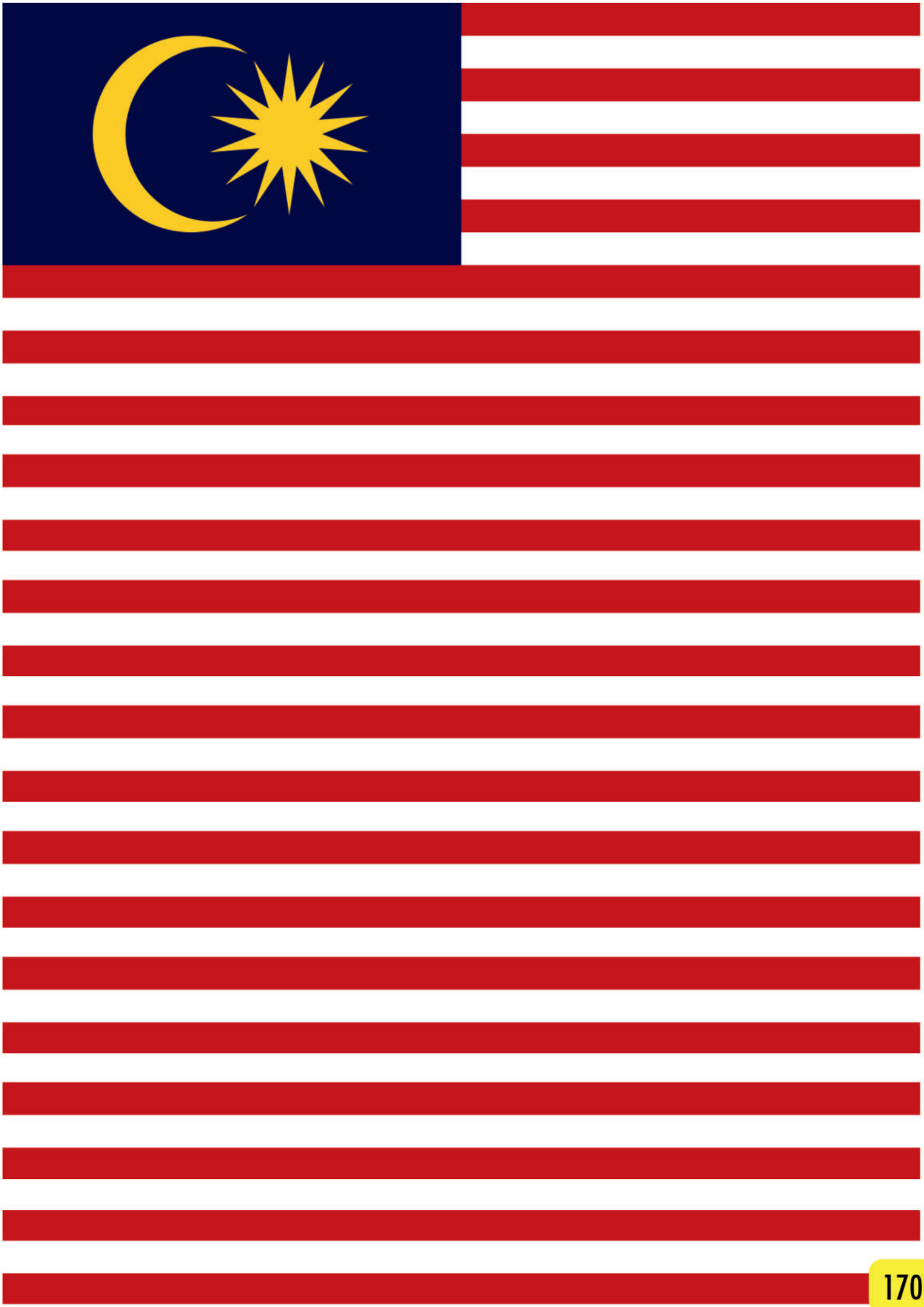
TABELA 1 – Relação empresas de comercialização de alimentos e produtos processados no Japão.

NOME DA EMPRESA	PRINCIPAIS PRODUTOS	ENDEREÇO ELETRÔNICO NA WEB
Nippon Foods Ltda.	Alimentos em geral	https://www.nipponham.co.jp/eng/
Ajinomoto Co., Inc.	Alimentos e condimentos	https://www.ajinomoto.com/
Kewpie Corp.	Molhos e Maionese	https://www.kewpie.com/en/
Zensho	Fast Food/Comida Japonesa (Gyudon)	https://www.zensho.co.jp/en/
Yoshinoya	Fast Food/Comida Japonesa (Gyudon)	https://www.yoshinoya.com/company/
Matsuya	Fast Food/Comida Japonesa (Gyudon)	https://www.matsuyafoods-holdings.co.jp/

Caso haja interesse nas exportações ao Japão, sugere-se o aprofundamento na leitura dos requisitos sanitários necessários que podem ser solicitados ao MAPA. A consulta aos postos quarentenários responsáveis pela inspeção de produtos de origem animal também pode ser realizada e é recomendada, como dito anteriormente. A relação dos principais postos quarentenários responsáveis pela fiscalização de produtos de origem animal está detalhada a seguir.

Contact list of Animal Quarantine Service at airport and seaport

Name	TEL E-mail address	Airport	Seaport
Hokkaido and Tohoku Branch	+81-123-24-6080 aqs.spk@maff.go.jp	New Chitose Airport, Obihiro, Asahikawa, Kushiro	Wakkanai, Tomakomai, Muroran, Kushiro, Otaru, Ishikari-wan
Hakodate Airport Sub-branch	+81-138-84-5415 aqs.hkd@maff.go.jp	Hakodate, Aomori	Hakodate, Hachinohe
Sendai Airport Sub-branch	+81-22-383-2302 aqs.sdj@maff.go.jp	Akita, Sendai, Yamagata, Fukushima, Hanamaki	Ishinomaki, Akita, Onahama, Sendai-Shiogama, Akitafunakawa, Kamaishi
Narita Branch, Cargo Inspection Division	+81-476-32-6655 aqs.nrtcargo@maff.go.jp	Narita International Airport, Ibaraki (Hyakuri)	Kashima, Hitachinaka
Haneda Airport Branch (Cargo)	+81-3-5757-9755 aqs.hndcargo@maff.go.jp	Tokyo International Airport (Haneda)	
Tokyo Sub-branch	+81-3-3529-3021 aqs.tyo@maff.go.jp		Keihin Seaport (Tokyo), Chiba
Yokohama Head Office Animal-Products Inspection Division	+81-45- 201-9478 aqs.yokchiku@maff.go.jp		Keihin Seaport (Yokohama, Kawasaki)
Kawasaki Sub-branch	+81-44-287-7412 aqs.kws@maff.go.jp		Keihin Seaport (Kawasaki)
Niigata Airport Sub-branch	+81-25-275-4565 aqs.nii@maff.go.jp	Shonai, Niigata	Sakata, Niigata, Naoetsu
Shizuoka Sub-branch (Shimizu Seaport office) (Shizuoka Airport office)	 +81-54-353-5086 +81-548-29-2440 aqs.smz@maff.go.jp	Shizuoka	Shimizu
Chubu Airport Branch	+81-569-38-8579 aqs.nga@maff.go.jp	Chubu International Airport	Mikawa
Nagoya Sub-branch	+81-52-651-0334 aqs.ngo@maff.go.jp	Nagoya	Nagoya
Yokkaichi Annex	+81-593-52-6918 aqs.ngo@maff.go.jp		Yokkaichi
Komatsu Sub-branch	+81-761-24-1407 aqs.kmq@maff.go.jp	Komatsu, Toyama	Fushiki-Toyama, Kanazawa
Kansai Airport Branch (Cargo)	+81-72-455-1958 aqs.kixcargo@maff.go.jp	Kansai International Airport Osaka International Airport	Wakayama-shimotsu



ANÁLISE DO MERCADO DE CARNE SUÍNA IMPORTADA DA MALÁSIA E O POTENCIAL DO BRASIL COMO FORNECEDOR

Data: 15/04/2025
Posto: Kuala Lumpur/Malásia
Palavras-chave: carne suína; mercado; exportação
Responsável: Dalci de Jesus Bagolin

SUMÁRIO:

O mercado malaio de carne suína, embora apresente crescimento modesto em volume, demonstra uma crescente dependência de importações devido a desafios na produção doméstica, como pressões ambientais e surtos de Peste Suína Africana, atendendo a uma significativa base de consumidores não muçulmanos. Este cenário cria oportunidades para exportadores internacionais num mercado historicamente dominado pela UE, EUA, Canadá e Austrália, mas sujeito a volatilidade. O Brasil, como quarto maior produtor mundial, tem escala e potencial de custo para competir, porém é fundamental avançar no processo de aprovação de estabelecimentos pelo Departamento de Serviços Veterinários (DVS).

O mercado malásio de carne suína apresenta um cenário complexo, mas potencialmente recompensador para fornecedores internacionais. Embora o consumo geral de carne esteja crescendo robustamente, impulsionado pelo desenvolvimento econômico e pela urbanização, o mercado específico de carne suína mostra um crescimento de volume mais modesto, atendendo principalmente à significativa parte da população não muçulmana. Historicamente quase autossuficiente, a dependência da Malásia das importações de carne suína aumentou substancialmente, uma tendência acelerada por desafios na produção doméstica, incluindo pressões ambientais, urbanização e interrupções significativas causadas pela Peste Suína Africana (PSA). Essa crescente dependência de importações cria oportunidades para as nações exportadoras.

O mercado de importação é atualmente dominado por players estabelecidos, principalmente a União Europeia, os Estados Unidos, o Canadá e a Austrália. No entanto, as dinâmicas recentes do mercado, incluindo um aumento nas exportações dos EUA e Canadá impulsionado pelos impactos da PSA e problemas de fornecimento dos concorrentes, demonstram que as quotas de mercado são voláteis e respondem à disponibilidade de fornecimento, preço e acesso regulatório.

Um passo importante é entender o ambiente regulatório da Malásia. O processo envolve o Departamento de Serviços Veterinários (DVS) para controles Sanitários e Fitossanitários (SPS) rigorosos e aprovações de estabelecimentos, o Serviço de Quarentena e Inspeção da Malásia (MAQIS) para licenças de importação por remessa, o Ministério da Saúde para padrões de segurança alimentar e a Alfândega para tarifas e impostos. Obter a aprovação do DVS para estabelecimentos exportadores envolve um processo de várias etapas, incluindo avaliações de risco do país (para novos entrantes), auditorias de documentação e inspeções obrigatórias no local. Além disso, fornecedores não pertencentes à ASEAN enfrentam tarifas de importação, Imposto sobre Vendas e Serviços (SST) e um sistema de Cota Tarifária (TRQ) para carne suína, que pode impactar a competitividade de preços em comparação com fornecedores dentro do bloco ASEAN, que se beneficiam de tarifas zero.

O Brasil, como o quarto maior produtor mundial de carne suína e um importante exportador global, possui a escala e as vantagens potenciais de custo, ligadas à sua forte base de suprimento de ração, para competir no mercado malásio. No entanto, seu sucesso depende de sua capacidade para atender ao processo de aprovação do DVS e superar as desvantagens inerentes de tarifas, TRQs e distâncias logísticas maiores em comparação com concorrentes regionais. As oportunidades para o Brasil residem em alavancar a potencial competitividade de preços, direcionar segmentos de mercado específicos como o setor HORECA ou fornecer cortes específicos e posicionar-se como um fornecedor alternativo confiável, em meio à volatilidade do mercado.

As recomendações estratégicas focam em priorizar o atendimento das exigências regulatórias da Malásia (DVS) para obter as aprovações necessárias, desenvolver uma proposta de valor competitiva enfatizando preço e qualidade, direcionar nichos de mercado específicos, otimizar a logística e construir relacionamentos fortes com importadores malásios. Para os importadores malásios, o Brasil representa uma oportunidade potencial de diversificação como um fornecedor confiável, com um produto competitivo e de qualidade.

Capítulo 1: O Cenário do Mercado de Carne Suína da Malásia

1.1 Tamanho do Mercado, Valor e Projeções de Crescimento

O setor de carnes da Malásia, abrangendo várias fontes de proteína, demonstra considerável atividade econômica e perspectivas de crescimento positivas. Em 2024, o valor total do mercado de carnes na Malásia foi estimado em USD 2,43 bilhões. As projeções indicam crescimento sustentado, com o mercado esperado para atingir USD 3,04 bilhões até 2030, refletindo uma Taxa de Crescimento Anual Composta (CAGR) de 3,8% durante o período de previsão. Essa expansão destaca um ambiente geralmente favorável para o consumo de carne no país.

No entanto, focar especificamente no segmento de carne suína revela uma trajetória de crescimento mais moderada em termos de volume. O volume de carne suína consumido na Malásia foi registrado em 256 mil toneladas métricas em 2023. Embora o mercado tenha apresentado flutuações nos anos anteriores, as previsões sugerem um aumento modesto para aproximadamente 259,16 mil toneladas métricas até 2028. Isso se traduz em uma CAGR projetada de 5 anos de apenas 0,18% para o volume do mercado de carne suína.

Essa disparidade entre o crescimento robusto do mercado geral de carnes (CAGR de 3,8%) e o crescimento mais lento do volume projetado para a carne suína (CAGR de 0,18%) merece atenção. Sugere que, embora a carne suína permaneça um componente significativo da dieta malásia para certos grupos demográficos, seu crescimento não está acompanhando outros tipos de carne. Vários fatores contribuem para essa diferença. O mercado geral de carnes inclui segmentos em rápida expansão, como aves, que dominam o consumo devido à sua acessibilidade e versatilidade, particularmente atraente em um mercado diversificado como a Malásia. A demanda por carne bovina e de carneiro também está crescendo. O consumo de carne suína, embora substancial entre a população não muçulmana, atende a um segmento específico, limitando seu potencial de crescimento geral em comparação com carnes com bases de consumo mais amplas. Além disso, desafios específicos do setor suíno, como preços flutuantes da ração e intensa concorrência de importações, também podem moderar sua expansão em relação ao mercado total de carnes. Isso indica que, embora o mercado de carne suína seja considerável e estável, sua dinâmica de crescimento é distinta e menos vigorosa do que o setor geral de proteínas na Malásia.

1.2 Produção Doméstica vs. Dependência de Importação

O setor suíno da Malásia passou por uma transformação significativa em relação à sua dependência de importações. Historicamente, a nação manteve um alto grau de autossuficiência. Por volta de 2014, estimava-se que a produção doméstica cobria aproximadamente 97% do consumo local, com a produção anual estável em torno de 231.000 a 232.000 toneladas métricas.

Concomitantemente, o consumo de carne suína em 2021 foi projetado em cerca de 255.000 toneladas métricas. Essa comparação sugere um déficit anual potencial de aproximadamente 34.000 toneladas métricas que precisou ser preenchido por importações durante esse período, um número consideravelmente maior do que as cerca de 9.000 toneladas importadas anualmente por volta de 2013-2014. Em 2024 a importação atingiu uma quantidade recorde de 65.000 toneladas métricas.
Vários fatores subjacentes contribuem para as restrições ao crescimento da produção doméstica. Preocupações ambientais associadas ao descarte de efluentes e odor de granjas de suínos, juntamente com a crescente urbanização, forçaram muitas granjas de pequena escala, anteriormente localizadas perto de centros populacionais, a se realocar ou cessar operações.

Como a Malásia é um país de maioria muçulmana, fatores culturais e religiosos também desempenham um papel, com oposição à expansão do setor suíno presente em algumas localidades, levando a políticas governamentais que favorecem "áreas designadas para criação de suínos", que enfrentaram desafios de implementação.

O setor também é fortemente dependente de insumos importados, particularmente ingredientes para ração como farelo de soja e milho, bem como animais vivos e material genético para melhoria do rebanho. Esses desafios estruturais levaram muitos pequenos produtores a sair do negócio e, embora algumas granjas maiores e mais modernas estejam investindo em melhores instalações, isso não foi suficiente para compensar o declínio nas operações menores e impulsionar o crescimento geral da produção.

Mais recentemente, surtos de Peste Suína Africana (PSA) impactaram significativamente a capacidade de produção doméstica de carne suína da Malásia. Essa interrupção relacionada à doença levou diretamente a uma maior necessidade de carne suína importada para atender à demanda do consumidor, um fator explicitamente citado como impulsionador do recente aumento nas importações de fornecedores como os Estados Unidos e o Canadá.

Portanto, o mercado de carne suína da Malásia parece ter transitado de um estado de quase autossuficiência há uma década para um de dependência aumentada e provavelmente crescente de importações. Essa mudança é impulsionada tanto por limitações estruturais de longo prazo na capacidade de produção doméstica quanto por choques agudos como os recentes surtos de PSA. Essa dinâmica evolutiva de oferta e demanda ressalta a crescente importância das importações no mercado de carne suína da Malásia e representa uma área chave de oportunidade para fornecedores internacionais.

1.3 Dinâmica de Consumo de Carne Suína e Principais Impulsionadores

O consumo de carne suína na Malásia é caracterizado por sua importância dentro de um segmento demográfico específico. Apesar da Malásia ser uma nação predominantemente muçulmana, existe uma demanda forte e consistente por carne suína entre a parcela substancial não muçulmana da população, especialmente a parte da população de origem chinesa e, também, a população cristã, mais concentrada nos estados de Sabah e Sarawak.

A carne suína classifica-se como uma das proteínas mais consumidas dentro deste grupo, com consumo médio per capita estimado em 5,64 kg anuais, um nível que se projeta permanecer relativamente estável na próxima década.

Embora a ingestão per capita possa ser estável, a demanda geral por carne suína é apoiada por tendências socioeconômicas mais amplas que impulsionam o consumo de carne em geral. Os principais impulsionadores incluem o aumento da renda disponível em toda a população e a crescente urbanização, que muitas vezes se correlaciona com mudanças na dieta e um foco crescente do consumidor em dietas ricas em proteínas. À medida que a Malásia experimenta crescimento econômico, o poder de compra dos consumidores, particularmente nas áreas urbanas, aumenta, permitindo maior inclusão de carne, incluindo carne suína para aqueles que a consomem, em suas dietas. Iniciativas governamentais destinadas a promover a produção doméstica de carne e garantir a segurança alimentar também contribuem para o ambiente geral do mercado, embora o setor suíno enfrente desafios específicos.

Além disso, a próspera indústria do turismo da Malásia atua como um impulsionador significativo da demanda, particularmente através do setor de Hotelaria, Restaurantes e Catering (HORECA). O aumento da chegada de turistas impulsiona a demanda por produtos de carne em hotéis e restaurantes, incluindo a culinária malásia tradicional que, embora não apresente carne suína, contribui para a atividade geral no setor de serviços de alimentação, onde a carne suína também é servida a clientes não muçulmanos e turistas.

Consequentemente, mesmo com números estáveis de consumo per capita, o volume geral de carne suína demandado é sustentado e potencialmente aumentado pelo crescimento populacional dentro do grupo demográfico consumidor e pelo poder de compra aprimorado decorrente do desenvolvimento econômico mais amplo. Adicionalmente, o crescimento em canais específicos como o setor HORECA, alimentado pelo turismo e mudanças nos estilos de vida, cria bolsões distintos de demanda, possivelmente por tipos ou cortes diferentes de carne suína em comparação com o consumo doméstico tradicional. Isso sugere um mercado caracterizado por estabilidade subjacente, apoiado por tendências econômicas positivas e oportunidades de crescimento setoriais específicas.

1.4 Segmentação de Mercado (Varejo, HORECA, Processamento)

O mercado de carne suína da Malásia é acessado através de vários canais, atendendo a diferentes necessidades e comportamentos de compra dos consumidores. O maior segmento continua sendo o consumo residencial ou doméstico, onde indivíduos compram carne suína para uso pessoal e preparo em casa.
O setor de Hotelaria, Restaurantes e Catering (HORECA) representa outro centro de demanda significativo. Este segmento frequentemente requer compras em grande quantidade e pode ter demandas específicas por cortes premium de carne.
A distribuição para esses usuários finais ocorre através de múltiplos canais. Supermercados e hipermercados detêm a maior participação de mercado no varejo geral de carnes, proporcionando ampla acessibilidade aos consumidores em todo o país, com mais de 334 hipermercados e mais de 40 cadeias de supermercados operando na Malásia.

Uma tendência crescente dentro do mercado mais amplo de carnes da Malásia é a demanda por produtos processados e de valor agregado. Isso sugere oportunidades além dos cortes crus frescos ou congelados, incluindo itens como salsichas, carne suína marinada ou opções prontas para cozinhar, atendendo à demanda do consumidor por conveniência.

A estrutura do mercado indica um domínio dos canais de varejo tradicionais, particularmente supermercados e hipermercados, para atingir a principal base de consumidores domésticos. No entanto, áreas importantes de crescimento estão surgindo através de plataformas online e do setor HORECA. Participantes de mercado bem-sucedidos provavelmente precisarão de estratégias que abordem os requisitos distintos desses diferentes canais, desde o fornecimento de cortes padrão para o varejo até o atendimento das necessidades de volume, cortes específicos ou produtos processados da indústria de serviços de alimentação. A Malásia Peninsular, localização de grandes centros urbanos como Kuala Lumpur e uma base populacional maior, representa o principal mercado regional para o consumo de carne dentro do país, porém há um bom potencial também na Malásia Insular devido ao perfil populacional.

Apesar de ser um país muçulmano, nos grandes centros urbanos a carne suína é facilmente acessível nas grandes redes de supermercados e hipermercados. Normalmente há uma seção separada no mercado para produtos derivados de suínos e bebidas alcoólicas, muitas vezes com um caixa separado. O custo do quilograma ao consumidor nestes locais é em torno de 50,00 Ringgits, o que é menos do que o custo do quilograma de carne bovina importada do Brasil ou da Argentina.

Figura 1 - Balcão refrigerado com carne suína em supermercado em Kuala Lumpur

Figura 2 - Produtos derivados de suínos em supermercado em Kuala Lumpur

Capítulo 2: Análise das Importações de Carne Suína na Malásia

2.1 Tendências Históricas de Importação: Volume e Valor (Análise de 5-10 Anos)

O cenário de importação de carne suína da Malásia passou por mudanças consideráveis na última década. Dados de 2014 indicavam níveis de importação relativamente modestos, estimados em cerca de 9.000 toneladas métricas anuais. No entanto, as importações aumentaram significativamente desde então. Entre 2019 e 2021, a Malásia importou uma média de 15.400 toneladas métricas de carne suína por ano, com um valor aproximado de USD 48 milhões, chegando a um volume de 65.000 toneladas métricas em 2023 e 2024. Isso demonstra uma clara tendência de alta no volume base de carne suína importada em comparação com os níveis observados no início da década.

Os anos recentes mostraram marcada volatilidade, fortemente influenciada por fatores externos. O impacto da Peste Suína Africana (PSA) na produção doméstica da Malásia, juntamente com a reduzida disponibilidade de carne suína de fornecedores europeus tradicionais, desencadeou um aumento dramático nas importações de fontes alternativas, mais notavelmente dos Estados Unidos e Canadá. As exportações de carne suína do Canadá para a Malásia atingiram 9.419 toneladas métricas avaliadas em USD 26,3 milhões em 2024, representando um aumento extraordinário em comparação com os volumes de 2022, onde foram vendidas 589 toneladas métricas.

A tendência geral é clara: as importações de carne suína da Malásia cresceram significativamente em relação aos níveis históricos e exibem considerável capacidade de resposta a choques de oferta global e problemas de produção doméstica. Essa volatilidade ressalta a natureza dinâmica do mercado e sugere oportunidades para fornecedores capazes de se adaptar rapidamente às condições de mercado em mudança.

Tabela 1: Importações de Carne Suína da Malásia (Volume e Valor), 2020-2024

Exportadores	2020	2021	2022	2023	2024
Mundo	47,389	51,049	98,105	196,743	214,892
Espanha	8,862	11,935	43,165	90,281	83,254
Dinamarca	1,058	6,326	19,363	46,076	49,310
Estados Unidos	1,028	968	590	15,163	28,317
Canadá	2,079	898	1,421	12,223	26,375
Bélgica	1,576	17,372	8,948	14,677	13,978
Austrália	291	73	1,386	4,530	5,975
Holanda	7,170	11,170	21,123	6,811	3,944
França	271	118	446	550	2,294
Outros	25,055	2,189	1,663	5,457	824

Fonte: TradeMap

2.2 Principais Nações Fornecedoras e Análise da Participação de Mercado

As principais fontes de carne suína importada para a Malásia têm sido tradicionalmente nações exportadoras ocidentais estabelecidas. Com base em dados médios de 2020 a 2024, os principais fornecedores foram identificados como a União Europeia (UE), Canadá, Estados Unidos (EUA) e Austrália. Esses países historicamente alavancaram suas capacidades de produção, vínculos comerciais estabelecidos e padrões de segurança alimentar reconhecidos para atender ao mercado malásio.

No entanto, o cenário competitivo não é estático. O recente e dramático aumento nas exportações de carne suína dos EUA e Canadá para a Malásia em 2023 sugere fortemente uma mudança significativa na dinâmica de participação de mercado. Esse aumento foi atribuído diretamente a fatores como o impacto da PSA na oferta doméstica da Malásia e a restrição na disponibilidade de carne suína de fontes europeias. Isso ilustra que o market share pode ser significativamente influenciado por interrupções no fornecimento que afetam tanto a produção doméstica quanto os exportadores concorrentes.

2.3 Perfil dos Principais Concorrentes (nações da UE, EUA, Canadá, Austrália): Pontos Fortes e Fracos

Compreender os pontos fortes e fracos competitivos dos fornecedores de carne suína para a Malásia é essencial para avaliar o potencial de novos entrantes como o Brasil.

- **União Europeia (UE):** No seu conjunto, a UE tem sido um fornecedor fundamental. Seus pontos fortes geralmente incluem relações comerciais bem estabelecidas, ofertas diversificadas de produtos de vários estados membros e sistemas SPS robustos frequentemente reconhecidos internacionalmente. No entanto, relatórios recentes indicam que a UE enfrentou restrições de oferta, o que contribuiu para abertura para concorrentes. Dependendo do estado membro específico, os custos de produção e os preços de exportação também podem ser menos competitivos em comparação com produtores globais de maior escala.

- **Estados Unidos (EUA):** Os EUA demonstraram recentemente capacidade significativa de penetração no mercado. Os principais pontos fortes incluem vasta escala de produção, potencial para preços altamente competitivos e sucesso no processo de aprovação de plantas na Malásia. Historicamente, obter a habilitação das plantas para a Malásia tem sido citado como um desafio, sugerindo que manter esse acesso é crucial.

- **Canadá:** O Canadá é consistentemente listado entre os principais fornecedores. Seus pontos fortes provavelmente residem em seu perfil comercial agrícola estabelecido, padrões de qualidade e segurança reconhecidos semelhantes aos dos EUA e logística potencialmente vantajosa em comparação com fornecedores europeus. Fraquezas potenciais podem incluir uma escala de produção geral menor em comparação com gigantes como os EUA e a UE, limitando potencialmente a flexibilidade de volume ou a competitividade de preços em certos cenários.

- **Austrália:** Também um fornecedor chave, a Austrália se beneficia significativamente de sua relativa proximidade geográfica com a Malásia em comparação com concorrentes europeus e americanos, potencialmente se traduzindo em custos de frete mais baixos e tempos de trânsito mais curtos. Goza de uma forte reputação de segurança e qualidade alimentar. No entanto, sua escala geral de produção de carne suína é menor do que a dos principais exportadores globais, o que poderia limitar sua capacidade de fornecer volumes muito grandes ou competir agressivamente no preço em todas as categorias de produtos.

Cada concorrente principal traz vantagens distintas para o mercado malásio, variando da presença histórica e diversidade da UE, da escala e melhorias recentes de acesso dos EUA, à sólida reputação do Canadá e à proximidade da Austrália. No entanto, cada um também enfrenta vulnerabilidades potenciais, como flutuações na oferta (UE), obstáculos históricos de acesso (EUA) ou limitações de escala (Canadá, Austrália). O sucesso potencial do Brasil dependerá de sua capacidade de alavancar estrategicamente seus próprios pontos fortes, particularmente sua escala de produção e potencial competitividade de preços, contra os perfis específicos desses players estabelecidos, enquanto aborda efetivamente seus próprios desafios, principalmente acesso regulatório e logística.

Capítulo 3: Navegando no Ambiente Regulatório para Importações de Carne Suína

Exportar carne suína com sucesso para a Malásia requer atender às regulamentações administradas por múltiplas agências governamentais. Compreender os papéis desses órgãos e os requisitos específicos é primordial para a entrada no mercado e o acesso sustentado.

3.1 Principais Órgãos Reguladores e Responsabilidades

Várias entidades governamentais malásias compartilham a responsabilidade pela supervisão da importação de carne suína e produtos suínos

- Departamento de Serviços Veterinários (DVS): Operando sob o Ministério da Agricultura, o DVS atua como a principal autoridade veterinária competente para a saúde animal e saúde pública veterinária relacionadas a produtos animais importados. Suas funções cruciais incluem a realização de avaliações de risco Sanitário e Fitossanitário (SPS) para países e produtos exportadores, estabelecimento de condições e protocolos de importação detalhados, realização de inspeções veterinárias e, mais criticamente, inspeção, aprovação e registro de abatedouros e plantas de processamento estrangeiras elegíveis para exportar carne suína para a Malásia. O DVS fornece a lista de estabelecimentos aprovados ao MAQIS, permitindo a emissão de licenças. Um processo de habilitação específico é requerido para os estados de Sabah e Sarawak, que no momento ainda não tem protocolo sanitário estabelecido com o Brasil.

- Serviços de Quarentena e Inspeção da Malásia (MAQIS): Estabelecida sob a Lei MAQIS de 2011, esta agência é responsável pela emissão da licença de importação obrigatória necessária para cada remessa de produtos animais, incluindo carne suína, que entra na Malásia Peninsular e Labuan, com base nas aprovações concedidas pelo DVS. O MAQIS também realiza tarefas de quarentena e inspeções, incluindo verificações aleatórias e amostragem de produtos alimentícios importados em pontos de entrada designados em toda a Malásia, para garantir a conformidade com as normas e regulamentos nacionais.

- Ministério da Saúde (MOH) - Divisão de Segurança e Qualidade Alimentar (FSQD): Esta divisão implementa e aplica a Lei Alimentar da Malásia de 1983 e os Regulamentos Alimentares de 1985, que estabelecem os padrões nacionais de segurança e qualidade alimentar para a maioria dos produtos alimentícios. As atividades da FSQD incluem monitoramento de contaminantes (como resíduos), aprovação de rótulos de alimentos e realização de verificações de conformidade. Os países exportadores muitas vezes precisam demonstrar equivalência em programas como monitoramento de resíduos.

- Departamento Real da Alfândega da Malásia (JKDM): O JKDM é responsável pela administração e cobrança de direitos de importação (tarifas) e outros impostos aplicáveis, como o Imposto sobre Vendas e Serviços (SST), sobre mercadorias importadas. Publica as tabelas tarifárias alfandegárias oficiais e aplica regulamentos e ordens alfandegárias.

- Departamento de Desenvolvimento Islâmico da Malásia (JAKIM): O JAKIM detém a autoridade para a certificação Halal. Embora a carne suína seja inerentemente não-Halal e, portanto, não sujeita à certificação JAKIM em si, o papel generalizado da agência na regulamentação de outras carnes importadas (bovina, cordeiro, aves) cria um ambiente operacional onde protocolos rigorosos de segregação e manuseio são prática padrão na logística e armazenamento para evitar contaminação cruzada. Isso influencia, indiretamente, os procedimentos de manuseio para importações de carne suína dentro da infraestrutura compartilhada.

Esta estrutura multiagência significa que os exportadores devem lidar com várias camadas de controle regulatório. O DVS atua como o guardião crucial para a conformidade SPS e aprovação de plantas, que é um pré-requisito para o MAQIS emitir a licença de importação necessária para cada remessa.

A conformidade com padrões mais amplos de segurança alimentar (MOH) e obrigações fiscais (JKDM) também é obrigatória. Navegar nisso requer uma abordagem coordenada e compreensão completa da competência de cada agência.

3.2 Licenciamento de Importação, Permissões (E-Permit) e Taxas Associadas

Um requisito fundamental para importar carne suína para a Malásia é obter uma licença de importação válida (também referida como permissão de importação) para cada remessa. Desde 2013 para a Malásia Peninsular e Labuan, essas permissões são emitidas pelo MAQIS, condicionadas à aprovação prévia do DVS.[16]

O processo de solicitação é gerenciado eletronicamente através do sistema online E-Permit. É crítico que os importadores solicitem e obtenham esta permissão antes que a remessa de carne suína parta do país exportador, permitindo tempo suficiente para verificação e processamento.

3.3 Requisitos Sanitários e Fitossanitários (SPS) e Certificação Veterinária

A Malásia aplica medidas Sanitárias e Fitossanitárias (SPS) para importações de carne suína, supervisionadas pelo DVS, para proteger a saúde animal e pública. A conformidade é obrigatória e rigorosamente verificada.

Uma pedra angular dos requisitos SPS é o Certificado Sanitário Veterinário que deve acompanhar cada remessa. Este certificado deve ser emitido pela autoridade veterinária competente do país exportador, tipicamente datado entre 7 e 30 dias antes da exportação.

Na chegada à Malásia, cada remessa está sujeita à inspeção veterinária por oficiais autorizados do DVS ou MAQIS. Amostras aleatórias podem ser coletadas para testes laboratoriais. As autoridades malásias reservam-se o direito de rejeitar, destruir ou deter qualquer remessa encontrada não conforme com as condições de importação.

Esses requisitos SPS abrangentes exigem serviços veterinários robustos, sistemas de rastreabilidade e controles de processamento dentro do país exportador. Conformidade consistente e certificação precisa são pré-requisitos não negociáveis para acessar o mercado malásio.

3.4 Aprovação de Estabelecimento: O Processo de Auditoria

Um pré-requisito crítico para exportar carne suína para a Malásia é que o produto deve originar-se de um abatedouro ou planta de processamento que tenha sido especificamente inspecionado, aprovado e registrado pelo Departamento de Serviços Veterinários (DVS) da Malásia.

O procedimento, particularmente para países que buscam acesso pela primeira vez, tipicamente envolve os seguintes passos:

- **Avaliação de Risco do País:** O DVS primeiro avalia o status geral de saúde animal e as capacidades do serviço veterinário do país exportador. A autoridade veterinária competente do país aspirante deve completar e submeter um questionário detalhado cobrindo seus programas de saúde animal, vigilância de doenças e medidas de controle, particularmente em relação aos suínos. O DVS analisa esta informação para determinar o nível de risco SPS associado às importações daquele país. Esta etapa já foi cumprida pelo Brasil, que em dezembro de 2024 teve o protocolo sanitário acordado com a Malásia através de um modelo de Certificado Sanitário Internacional.

- **Auditoria de Adequação (Revisão de Documentação):** Se a avaliação de risco a nível de país for satisfatória (considerada de baixo risco), estabelecimentos individuais (abatedouros, plantas de processamento) dentro daquele país que desejam exportar devem então aplicar ao DVS. Isso envolve a submissão de documentação abrangente, incluindo formulários de aplicação detalhados. Estes formulários cobrem aspectos como perfil da fábrica, layout e construção das instalações, instalações e procedimentos de saneamento (SSOPs), qualidade da água, programas de controle de pragas, planos HACCP, origem da matéria-prima (incluindo detalhes e certificações da granja), higiene e treinamento de pessoal, e procedimentos de recall. O DVS conduz uma "auditoria de adequação" revisando esta documentação submetida. O Brasil já tem um número considerável de plantas que solicitaram a habilitação para a Malásia e estão aguardando a avaliação documental. Maiores informações sobre os formulários para o pedido de habilitação podem ser obtidas no link: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-animal/empresario/divisao-habilitacao-certificacao/malasia-1/malasia

- **Auditoria de Conformidade (Inspeção no Local):** Se a revisão da documentação for satisfatória, o DVS agendará uma missão ao país e conduzirá uma inspeção física no local (auditoria de conformidade) do estabelecimento. Inspetores do DVS visitam a planta para verificar se suas instalações, operações e sistemas de controle cumprem os requisitos malásios. Importante notar que todos os custos associados a estas inspeções do DVS (incluindo viagens e acomodação para os inspetores) normalmente são arcados pelo estabelecimento requerente ou pela indústria/governo do país exportador. Dependendo da jurisdição (por exemplo, Sabah), auditorias de local separadas ou adicionais podem ser necessárias.

Uma vez que um estabelecimento completa com sucesso este processo e é aprovado pelo DVS, ele é adicionado a uma lista oficial publicada no site do DVS e registrado no sistema E-permit, permitindo que importadores malásios solicitem permissões para produtos daquela planta específica.

O longo processo de aprovação, incluindo a exigência de documentação detalhada e auditorias no local configuram dificuldades significativas à entrada, representando um investimento inicial substancial de tempo e recursos para qualquer novo fornecedor que busca acesso ao mercado de carne suína da Malásia. Reauditorias também podem ser exigidas periodicamente para manter o status de aprovação.

3.5 Tarifas, Imposto sobre Vendas e Serviços (SST) e Cotas Tarifárias (TRQs)

Além das aprovações SPS e regulatórias, medidas fiscais impactam significativamente a competitividade da carne suína importada na Malásia. Estas incluem tarifas de importação, impostos domésticos e potencialmente restrições quantitativas.

A Malásia aplica direitos de importação sobre mercadorias, geralmente calculados numa base ad valorem (percentagem do valor). Embora a tarifa média simples aplicada para bens industriais seja de cerca de 6,1%, direitos específicos são frequentemente aplicados a produtos agrícolas como a carne suína, o que pode resultar em taxas tarifárias efetivas consideravelmente mais altas.[26] Os direitos tendem a ser mais altos para produtos onde há produção local significativa.[26] A valoração aduaneira para cálculo dos direitos é baseada no valor Custo, Seguro e Frete (CIF) das mercadorias importadas.

Um fator crítico é o Acordo sobre o Comércio de Mercadorias da ASEAN (ATIGA). Sob o ATIGA, a carne suína importada de estados membros da ASEAN enfrenta um direito de importação de 0%. Isso proporciona uma vantagem competitiva substancial aos fornecedores dentro da região da ASEAN em comparação com aqueles fora dela.

Para importações de carne suína de países não pertencentes à ASEAN, a Malásia mantém um sistema de Cota Tarifária (TRQ) para o código SH 0203 (Carne de suínos, fresca, refrigerada ou congelada). Isso significa que um certo volume de importações (a cota) é permitido a uma taxa tarifária "dentro da cota" mais baixa (em torno de 25% historicamente), enquanto as importações que excedem esta cota enfrentam uma taxa tarifária "fora da cota" muito mais alta, em torno de 50%. Os volumes específicos de TRQ e as taxas aplicáveis são detalhados no Apêndice B da Ordem de Direitos Aduaneiros de 2022, gerenciada por agências designadas. Acessar a taxa mais baixa dentro da cota pode ser crucial para a competitividade de preços, tornando vital para os exportadores não pertencentes à ASEAN entender o mecanismo de alocação de cotas.

Além dos direitos de importação, as mercadorias importadas estão sujeitas ao Imposto sobre Vendas e Serviços (SST) da Malásia. Este imposto é tipicamente cobrado a uma taxa de 5% ou 10%, dependendo da categoria do produto.

Portanto, os exportadores de carne suína de fora da região da ASEAN enfrentam uma estrutura de custos multicamadas, incluindo direitos de importação padrão, SST e o impacto potencial do sistema TRQ. Se forçados a importar a alta taxa tarifária fora da cota, seus produtos poderiam se tornar significativamente mais caros do que a carne suína produzida domesticamente ou importações de nações da ASEAN que gozam de tarifas de 0%. Este ambiente fiscal influencia fortemente o custo desembarcado e a competitividade de preços no mercado malásio.

Apesar da vantagem tarifária, os países da ASEAN não têm participação significativa nas exportações para a Malásia.

3.6 Considerações Logísticas e de Manuseio

Manter a integridade do produto e cumprir os requisitos de manuseio são aspectos essenciais da importação de carne suína para a Malásia.

O gerenciamento padrão da cadeia de frio é obrigatório. As remessas de carne suína devem ser transportadas em veículos ou contêineres mantidos em condições higiênicas e devidamente refrigerados para garantir que as temperaturas apropriadas (congeladas ou refrigeradas) sejam preservadas durante toda a jornada.

As remessas devem ser direcionadas para locais de desembarque prescritos ou portos/aeroportos designados dentro da Malásia, conforme determinado pelas autoridades.
Embora a carne suína em si seja não-Halal, o sistema mais amplo de importação de alimentos da Malásia opera dentro de um contexto em que a integridade Halal para outras carnes (bovina, aves, cordeiro) é primordial. Essa realidade operacional significa que provedores de logística, armazéns e potencialmente até operações de retaguarda de varejo são tipicamente voltados para práticas rigorosas de segregação para prevenir qualquer contaminação cruzada entre produtos Halal e não-Halal. Exportadores e importadores de carne suína precisam estar cientes deste contexto, pois ele pode influenciar escolhas relativas a parceiros logísticos, instalações de armazenamento e procedimentos de manuseio para garantir a conformidade com essas expectativas implícitas de segregação, potencialmente adicionando complexidade logística ou custo em comparação com mercados sem tais requisitos paralelos rigorosos.

Embalagem e rotulagem também estão sujeitas a regulamentações. A embalagem deve ser satisfatória, limpa e potencialmente estéril. Requisitos específicos de rotulagem podem aplicar-se, como aqueles detalhados para importações em Sabah, que incluem o nome e endereço do fabricante, data de fabricação e data de validade, número do lote/partida e detalhes do importador. Regras gerais de rotulagem sob os Regulamentos Alimentares de 1985 também se aplicam.

Tabela 2: Checklist dos Principais Requisitos Regulatórios para Exportadores de Carne Suína para a Malásia

Categoria de Requisito	Item Específico	Agência Responsável Chave	Status/Notas para Potencial Exportador
Aprovação a Nível de País (se novo)	Avaliação de Risco do País pelo DVS e Aprovação	DVS	Primeiro passo obrigatório para novos países fornecedores. Requer submissão a nível governamental de questionário detalhado.
Aprovação a Nível de Estabelecimento	Submissão de Aplicação Detalhada e Documentação	DVS	Formulários abrangentes cobrindo todos os aspectos da operação.
	Auditoria de Adequação do DVS bem-sucedida (Revisão de Documentos)	DVS	Revisão da documentação submetida para conformidade.

	Auditoria de Conformidade do DVS bem-sucedida (Inspeção no Local)	DVS	Inspeção física obrigatória da planta; custos arcados pelo requerente.
	Aprovação e Registro do Estabelecimento pelo DVS	DVS	Listagem oficial necessária para ser elegível para exportação.
Requisitos por Remessa	Permissão de Importação Válida do MAQIS (via E-Permit)	MAQIS (baseado na aprovação do DVS)	Necessário para *cada* remessa *antes* da partida da origem.
	Certificado Sanitário Veterinário Conforme	Autoridade Competente do País Exportador	Deve atender aos requisitos específicos do DVS sobre ausência de doenças, inspeções, processamento. Emitido próximo à data de exportação.
Conformidade SPS	Adesão aos Requisitos de Ausência de Doenças	Exportador/ País Exportador	FMD, ASF, CSF, etc., conforme especificado pelo DVS.
	Adesão aos Padrões de Processamento e Manuseio	Exportador	Condições sanitárias, sem contaminantes, tratamentos específicos potenciais (ex: para Sabah).
Conformidade Fiscal	Pagamento das Tarifas de Importação Aplicáveis	Importador	Sujeito às taxas NMF e sistema TRQ para fornecedores não-ASEAN.
	Pagamento do Imposto sobre Vendas e Serviços (SST)	Importador	Taxa aplicável (ex: 5-10%).

Logística e Manuseio	Uso de Transporte Higiênico e Refrigerado	Exportador/ Provedor de Logística	Manter a integridade da cadeia de frio.
	Chegada aos Locais de Desembarque Prescritos	Exportador/ Provedor de Logística	Conformidade com os pontos de entrada designados.
	Embalagem e Rotulagem Adequadas	Exportador	Atender aos padrões malásios (incl. regras estaduais específicas potenciais).
	Consciência do Contexto de Segregação Halal	Exportador/Importador/ Provedor de Logística	Influência indireta nas práticas de manuseio em infraestrutura compartilhada.

Capítulo 4: Avaliando o Potencial do Brasil como Fornecedor de Carne Suína

4.1 Visão Geral da Produção e Capacidades de Exportação de Carne Suína do Brasil

O Brasil se destaca como uma força formidável na indústria global de carne suína, posicionando-o como um potencial fornecedor confiável para o mercado malásio. Ele está entre os maiores produtores mundiais, projetado para ocupar a quarta posição global com uma produção estimada de 4,5 milhões de toneladas métricas para o ano comercial 2024/2025, respondendo por aproximadamente 4% da produção global total. Este volume significativo de produção indica uma capacidade substancial para atender mercados de exportação além das necessidades domésticas.

O Brasil já é um ator importante no comércio agrícola internacional. Sua dominância, ao lado dos EUA e Argentina, no complexo global da soja, um componente crítico da ração animal, é bem estabelecida, bem como na produção de milho com a segunda safra. Esta forte posição na produção de ração muitas vezes se traduz em eficiências de custo para seus setores pecuários, incluindo o suíno. O Brasil tem vasta experiência na exportação de produtos cárneos (incluindo bovinos, aves e suínos) para diversos mercados em todo o globo, implicando a existência de infraestrutura logística de exportação estabelecida e know-how institucional.
Os principais pontos fortes provavelmente incluem esta grande escala de produção, o potencial para preços competitivos decorrentes das vantagens de custo da ração e sistemas de produção eficientes, e um histórico comprovado em exportações globais de carne.

O fato de o Brasil ter um programa de referência no controle da Febre Aftosa e ter permanecido livre de Peste Suína Africana, demonstra a conformidade com os requisitos específicos da Malásia e a capacidade sanitária do sistema veterinário brasileiro

No geral, a significativa base de produção do Brasil e seu papel estabelecido nas exportações agrícolas globais fornecem uma base sólida para seu potencial como fornecedor de carne suína para a Malásia. Sua competitividade será provavelmente fortemente influenciada por sua capacidade de alavancar vantagens de custo enquanto atende a rigorosos padrões de qualidade e SPS.

4.2 Análise Comparativa: Brasil vs. fornecedores atuais

A capacidade do Brasil de penetrar com sucesso no mercado malásio de carne suína depende de sua competitividade relativa aos fornecedores estabelecidos como UE, EUA, Canadá e Austrália em várias dimensões chave:

- **Preços:** O Brasil frequentemente detém uma vantagem de preço nos mercados globais de commodities devido à sua escala e custos de ração mais baixos, ligados à sua produção massiva de soja. No entanto, esta vantagem potencial deve ser avaliada contra o custo desembarcado na Malásia. Isso inclui o preço base mais frete internacional, seguro, tarifas de importação malásias (sujeitas a TRQ), SST e custos logísticos internos. O status de não-membro da ASEAN do Brasil significa que ele enfrenta tarifas ao contrário dos concorrentes regionais, e sua competitividade contra outros fornecedores não-ASEAN como os EUA ou a UE dependerá fortemente das diferenças de preço base e se as importações caem dentro da taxa tarifária TRQ mais baixa.
- **Percepção de Qualidade:** Embora o Brasil seja um grande exportador, as percepções de sua qualidade de carne suína no mercado malásio em relação à carne suína europeia, norte-americana ou australiana precisam ser consideradas. Importadores e consumidores malásios (tanto varejo quanto HORECA) podem ter expectativas específicas sobre fatores como teor e qualidade da gordura, consistência e padrões de segurança percebidos. O Brasil deve demonstrar que seu produto atende ou excede essas expectativas.
- **Logística:** A geografia apresenta um desafio. A distância de envio do Brasil para a Malásia é significativamente maior do que da Austrália ou potencialmente de alguns vizinhos da ASEAN. Isso se traduz em custos de frete mais altos e tempos de trânsito mais longos, o que pode impactar o preço final e potencialmente limitar a viabilidade de exportar produtos refrigerados (em vez de congelados). Cronogramas de envio confiáveis e integridade robusta da cadeia de frio em viagens prolongadas são capacidades logísticas críticas que o Brasil deve demonstrar.
- **Prontidão Regulatória:** Este é indiscutivelmente o fator mais crítico. O Brasil já passou pela avaliação de risco do país pelo DVS para carne suína. Existem estabelecimentos de carne suína brasileiros atualmente em avaliação documental pelo DVS. Porém, uma missão de auditoria ao Brasil pelo DVS é necessária para concluir o processo de habilitação.
- **Oferta de Produtos:** A competitividade também envolve o fornecimento dos produtos certos. Os exportadores brasileiros podem fornecer os cortes específicos de carne suína populares na Malásia (por exemplo, barriga, costelas, cortes musculares específicos para HORECA)? Existe capacidade e disposição para fornecer produtos congelados, que provavelmente são mais viáveis dados os tempos de trânsito? O Brasil pode atender à crescente demanda por produtos de carne suína de valor agregado ou processados?[1] Combinar as ofertas de produtos com a demanda do mercado é crucial.

O potencial do Brasil depende de mais do que apenas sua capacidade de produção. Seu sucesso requer um preço desembarcado atraente que supere quaisquer desvantagens tarifárias, qualidade que atenda às expectativas do mercado, logística viável e confiável e, o mais importante, navegação bem-sucedida no exigente sistema de aprovação do DVS da Malásia. Sem a aprovação do DVS para seus estabelecimentos, outros fatores competitivos tornam-se irrelevantes. Avançar a posição atual do Brasil neste processo regulatório é, portanto, primordial.

Tabela 4.2: Matriz Competitiva - Brasil vs. Principais Fornecedores em Fatores Chave

Fator	Brasil	União Europeia	EUA	Canadá	Austrália
Faixa de Preço Desembarcado Estimada	Potencialmente Competitivo (preço base)	Variável por país;	Competitivo (escala);	Competitivo;	Preço base potencialmente mais alto mas frete menor;
Qualidade Percebida	Geralmente Boa (Exportador Global); Percepção específica malásia precisa de avaliação	Geralmente Alta (Marcas/Padrões Estabelecidos)	Geralmente Alta (Exportador Estabelecido)	Geralmente Alta (Reputação de Qualidade)	Geralmente Alta (Forte Reputação de Segurança)
Facilidade / Custo Logístico	Desafiador (Longa Distância, Frete/Tempo Mais Altos)	Moderado (Rotas Estabelecidas, Distância Moderada)	Desafiador (Longa Distância, Frete/Tempo Mais Altos)	Desafiador (Longa Distância, Frete/Tempo Mais Altos)	Vantajoso (Proximidade, Frete/Tempo Menores)
Status Regulatório / Facilidade DVS	Em fase de habilitação de plantas	Acesso Estabelecido	Acesso Estabelecido;	Acesso Estabelecido	Acesso Estabelecido
Adequação da Gama de Produtos	Alta Capacidade de Volume; Precisa corresponder à demanda específica de corte/processamento	Oferta Diversificada (Múltiplos Países)	Ampla Gama (Grande Escala)	Boa Gama	Boa Gama; Escala potencialmente menor

Capítulo 5: Oportunidades e Desafios para as Exportações Brasileiras de Carne Suína para a Malásia

5.1 Oportunidades de Mercado Identificadas

Vários fatores criam oportunidades potenciais para os exportadores brasileiros de carne suína no mercado malásio:

- **Crescente Demanda por Importação:** A oportunidade mais fundamental decorre da crescente dependência estrutural da Malásia da carne suína importada. A produção doméstica enfrenta desafios persistentes relacionados a pressões ambientais, urbanização e custos de insumos, limitando sua capacidade de atender à demanda. Essa tendência subjacente é amplificada por choques periódicos como surtos de PSA, que reduzem ainda mais a oferta local e necessitam de maiores volumes de importação. Isso cria uma lacuna de mercado maior e mais acessível para fornecedores estrangeiros em comparação com décadas anteriores.
- **Sensibilidade ao Preço:** Como um componente de custo significativo para consumidores e empresas de alimentos, o preço é um fator chave de compra. O potencial do Brasil para preços competitivos, derivado de sua escala de produção e vantagens de custo de ração, pode ser um grande atrativo. Esta oportunidade torna-se mais pronunciada se os fornecedores incumbentes enfrentarem restrições (como visto com a recente restrição de oferta da UE) ou se as cotas TRQ para fornecedores preferenciais forem preenchidas, tornando potencialmente a carne suína brasileira atraente mesmo com tarifas padrão.
- **Nichos de Produtos Específicos:** O mercado malásio demanda uma variedade de produtos suínos. Oportunidades podem existir para o Brasil direcionar nichos específicos, como o fornecimento de cortes particulares (por exemplo, barrigas, costelas, miúdos, carne para indústria) que podem estar menos disponíveis ou mais caros dos concorrentes. Atender à crescente demanda por produtos processados e de valor agregado também poderia oferecer um ponto de entrada distinto no mercado.
- **Diversificação de Fornecedores:** Interrupções recentes no fornecimento de fontes tradicionais (por exemplo, Europa) podem encorajar os importadores malásios a buscar ativamente a diversificação em sua base de fornecedores. Esta estratégia de mitigação de riscos poderia torná-los mais receptivos a explorar novas parcerias com fornecedores como o Brasil, desde que a confiabilidade e a conformidade possam ser asseguradas.
- **Crescimento do Setor HORECA:** A expansão do setor de Hotelaria, Restaurantes e Catering, apresenta oportunidades distintas. Fornecedores capazes de atender aos requisitos específicos deste setor, como embalagens a granel, qualidade consistente para cortes específicos e processamento potencialmente personalizado, poderiam encontrar um mercado receptivo.

Essas oportunidades sugerem que o Brasil poderia conquistar uma posição no mercado malásio alavancando sua escala para competitividade de preços, direcionando estrategicamente segmentos de produtos ou canais mal atendidos e posicionando-se como um fornecedor alternativo confiável em um mercado cada vez mais dependente de importações e suscetível à volatilidade da cadeia de suprimentos.

5.2 Desafios Significativos

Apesar das oportunidades, os exportadores brasileiros de carne suína enfrentam desafios consideráveis no acesso e competição no mercado malásio:

- **Obstáculos Regulatórios:** O complexo, exigente e potencialmente caro processo de aprovação do DVS permanece a barreira mais significativa.[20] Navegar com sucesso na avaliação de risco do país (como um novo entrante), nos requisitos detalhados de documentação para a auditoria de adequação [31] e nas auditorias de conformidade obrigatórias no local financiadas pelo exportador [17] requer comprometimento substancial, tempo e investimento financeiro. Além disso, a adesão contínua às rigorosas condições SPS [17] e potenciais regulamentações estaduais específicas (como as de Sabah [22]) adiciona camadas de complexidade.
- **Concorrência Intensa:** O mercado já é atendido por fornecedores bem estabelecidos da UE, EUA, Canadá e Austrália.[7] Esses concorrentes frequentemente têm relacionamentos de longa data com importadores, reconhecimento de marca estabelecido e caminhos regulatórios potencialmente mais suaves devido ao engajamento histórico ou esforços recentes de simplificação.[1] O Brasil precisa de uma proposta de valor convincente para persuadir os importadores a mudar ou adicionar novos fornecedores.
- **Tarifas e Cotas Tarifárias (TRQs):** Como membro não pertencente à ASEAN, a carne suína brasileira está sujeita às tarifas de importação padrão da Malásia e ao SST.[26] Crucialmente, também se enquadra no sistema TRQ.[32] Garantir o acesso à taxa tarifária mais baixa dentro da cota é vital para a competitividade; estar sujeito às taxas potencialmente proibitivas fora da cota (até 168% [32]) prejudicaria severamente a carne suína brasileira contra as importações da ASEAN (tarifa de 0% [28]) e potencialmente contra outros fornecedores operando dentro de suas cotas.
- **Custos Logísticos e Distância:** A significativa distância geográfica entre o Brasil e a Malásia se traduz diretamente em custos de frete mais altos e tempos de trânsito mais longos em comparação com concorrentes regionais como Austrália ou nações da ASEAN. Isso impacta o custo final desembarcado e pode limitar a viabilidade de exportar produtos refrigerados, favorecendo a carne suína congelada. Garantir a integridade da cadeia de frio em longas distâncias também requer capacidades logísticas robustas.
- **Percepção e Conformidade do Status Sanitário:** Embora o Brasil mantenha programas de controle para doenças como FMD e permaneça livre de ASF, quaisquer percepções negativas ou preocupações sobre seu status de saúde animal poderiam dificultar a aprovação do DVS ou a confiança do importador. Demonstrar conformidade consistente com os requisitos específicos de ausência de doenças da Malásia através de certificação oficial [17] é absolutamente crítico.
- **Consistência do Acesso ao Mercado:** Mesmo após obter a aprovação do estabelecimento, o potencial relatado para que as licenças de importação sejam recusadas caso a caso sem explicação [24] introduz um elemento de risco operacional contínuo e incerteza para exportadores e importadores.

Os principais desafios para o Brasil estão, portanto, centrados em superar as etapas do processo regulatório e mitigar as desvantagens de custo inerentes decorrentes da logística, tudo isso enquanto compete efetivamente contra players globais entrincheirados no mercado malásio.

Capítulo 6: Conclusão

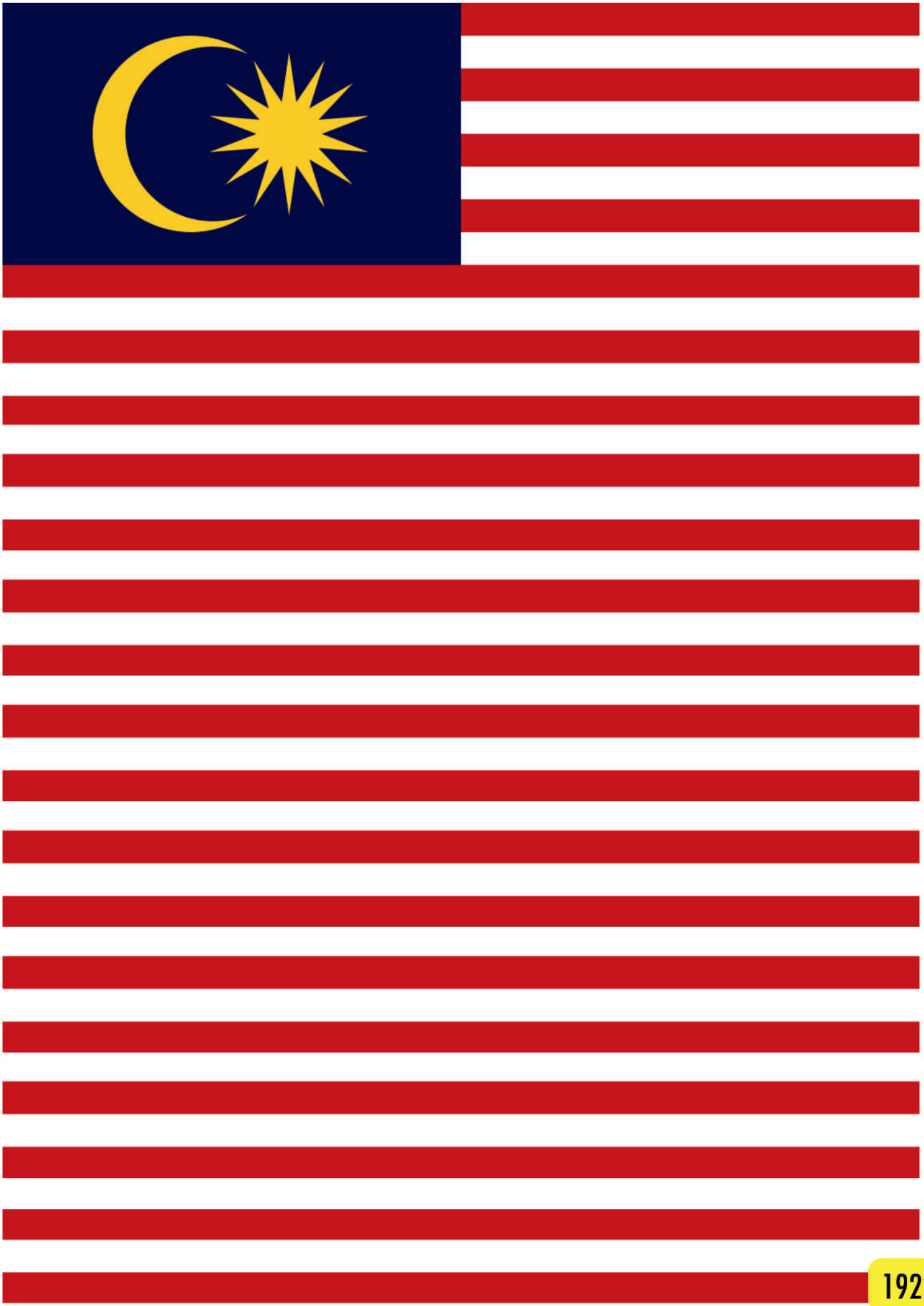
A análise revela que a Malásia apresenta um mercado estável, embora de crescimento modesto, para carne suína, caracterizado por uma base significativa de consumidores não muçulmanos e, criticamente, uma crescente dependência de importações. Essa dependência decorre de limitações estruturais e choques recentes (como a PSA) que impactam a produção doméstica. O cenário regulatório é complexo e exigente, com o Departamento de Serviços Veterinários (DVS) atuando através de um exigente processo de aprovação para estabelecimentos exportadores. O mercado é competitivo, apresentando fornecedores estabelecidos da UE, América do Norte e Austrália, embora a volatilidade recente demonstre potencial para mudanças na participação de mercado.

O Brasil possui pontos fortes consideráveis como potencial fornecedor, notadamente sua grande escala de produção e provável competitividade de custos ligada à sua base de ração. Os principais desafios permanecem as barreiras regulatórias, desvantagens fiscais em comparação com fornecedores da ASEAN, complexidades logísticas e concorrência estabelecida.

A Malásia provavelmente permanecerá um mercado significativo e cada vez mais dependente de importações para carne suína no futuro previsível. Os desafios subjacentes enfrentados por sua indústria doméstica, combinados com a demanda estável de sua população não muçulmana, criam uma necessidade sustentada de fornecimento estrangeiro.

O Brasil, com sua vasta capacidade de produção e potenciais vantagens de custo, possui os atributos fundamentais para se tornar um player relevante neste mercado. No entanto, suas perspectivas dependem do avanço no processo de habilitação de plantas. Obter aprovações de estabelecimento é o primeiro passo crítico e não negociável.

Assumindo que o acesso regulatório possa ser obtido, o sucesso do Brasil dependerá então de sua capacidade de oferecer um preço desembarcado atraente que permaneça competitivo apesar das tarifas, TRQs e custos logísticos. Construir confiança com os importadores malásios em relação à qualidade, consistência e confiabilidade será igualmente importante. O caminho para o Brasil é desafiador, exigindo esforço estratégico e investimento significativos. O sucesso a curto prazo depende do progresso na obtenção de aprovações do DVS, enquanto a viabilidade a longo prazo requer o estabelecimento de uma reputação de valor e confiabilidade dentro do competitivo mercado malásio de carne suína.



NAVEGANDO NO MERCADO DE GELATINA DA MALÁSIA: OPORTUNIDADES PARA EXPORTADORES BRASILEIROS

Data: 15/05/2025
Posto: Kuala Lumpur/Malásia
Palavras-chave: Malásia; Gelatina; Exportação; Halal.
Responsável: Dalci de Jesus Bagolin

SUMÁRIO:

Este relatório analisa o mercado de gelatina da Malásia, destacando a crescente demanda impulsionada pelos setores de alimentos, farmacêutico e nutracêutico, e a necessidade de certificação Halal emitida pelo JAKIM para acesso ao mercado. Apesar de a Malásia depender fortemente de importações e o Brasil ser um líder global na exportação de gelatina, ainda não existem empresas brasileiras habilitadas para esse mercado malásio, uma vez que o Certificado de Sanitário Internacional para as exportações do Brasil foi publicado em março deste ano. Isso representa uma oportunidade significativa para o país ampliar sua participação neste mercado. Iniciativas locais de produção, como o Parque Industrial de Gelatina Halal de Melaka (MHGIP), ainda não supriram a dependência de importações, mantendo espaço para exportadores brasileiros que superem os desafios regulatórios e competitivos.

NAVEGANDO NO MERCADO DE GELATINA DA MALÁSIA: OPORTUNIDADES PARA EXPORTADORES BRASILEIROS

I. Sumário Executivo

Este relatório analisa o mercado malásio de gelatina, focando em oportunidades e desafios para exportadores brasileiros. A Malásia tem uma demanda crescente por gelatina, impulsionada pelas indústrias de alimentos e bebidas, farmacêutica e nutracêutica. A certificação Halal, emitida pelo Departamento de Desenvolvimento Islâmico da Malásia (JAKIM), é crucial para o acesso ao mercado.

A Malásia depende fortemente de importações de gelatina. Embora o Brasil seja um líder global na exportação de gelatina, ainda não existem empresas brasileiras habilitadas para esse mercado malásio, uma vez que o Certificado de Sanitário Internacional para as exportações do Brasil foi publicado em março deste ano. Esta situação representa uma oportunidade significativa, devendo as empresas brasileiras cumprirem os requisitos de certificação Halal da Malásia e as exigências veterinárias do Departamento de Serviços Veterinários (DVS) para acessar o mercado.

Iniciativas locais como o Parque Industrial de Gelatina Halal de Melaka (MHGIP) visam aumentar a produção doméstica, mas seu impacto atual na dependência de importações parece limitado, mantendo oportunidades para fornecedores estrangeiros.

II. Introdução: O Cenário Global e Malásio da Gelatina

A. Gelatina: Visão Geral e Aplicações

A gelatina é um ingrediente alimentar translúcido, incolor e insípido, derivado do colágeno de subprodutos animais (bovinos, suínos, peixes). Suas propriedades gelificantes, estabilizantes e espessantes a tornam versátil nas indústrias de alimentos e bebidas, farmacêutica, cosmética e outras.

B. Dinâmica do Mercado Global de Gelatina

O mercado global de gelatina está em crescimento, atingindo US$ 2,73 bilhões em 2023. O Brasil foi o principal exportador mundial em 2023, com US$ 377 milhões. A demanda é impulsionada por preferências por produtos saudáveis e pelo setor farmacêutico.

C. Visão Geral do Mercado Malásio de Gelatina

O mercado combinado de colágeno e gelatina da Malásia deve atingir US$ 1.671,3 milhões até 2030 (CAGR de 5,8%). A certificação Halal é um pré-requisito essencial devido à grande população muçulmana e ao robusto ecossistema Halal do país.

III. Impulsionadores da Demanda por Gelatina na Malásia

A. Indústria de Alimentos e Bebidas

O setor de alimentos e bebidas é o maior consumidor de gelatina na Malásia, especialmente em confeitarias (balas de goma, marshmallows, geleias). A demanda por produtos Halal e funcionais impulsiona o uso de gelatina em laticínios, carnes e panificação.

B. Setores Farmacêutico e Nutracêutico

A indústria farmacêutica utiliza extensivamente a gelatina em cápsulas e comprimidos. O crescimento é impulsionado pelo envelhecimento da população, aumento da conscientização sobre saúde e doenças crônicas. A demanda por gelatina Halal no setor farmacêutico local é estimada em pelo menos 2.000 toneladas anuais. Nutracêuticos também contribuem para essa demanda.

C. Outras Aplicações Industriais (Cosméticos, etc.)

A gelatina é usada em cosméticos (cremes, máscaras, produtos para cabelo) e, em menor escala, em fotografia e adesivos. A demanda por cosméticos Halal também é relevante.

D. A Influência Abrangente da Demanda Halal

A certificação Halal é crucial em todos os setores relevantes. Fatores como a crescente população muçulmana, a busca por ingredientes naturais, a necessidade de excipientes Halal em medicamentos e o aumento da renda disponível impulsionam a demanda por gelatina Halal. A gelatina bovina é preferida por razões Halal e de custo.

IV. Mercado Malásio de Gelatina: Oferta, Importações e Produção Doméstica

A. Capacidade de Produção Doméstica e Iniciativas

Historicamente, a Malásia importava 100% de sua gelatina Halal. O Parque Industrial de Gelatina Halal de Melaka (MHGIP), anunciado em 2019 com meta de operação para meados de 2021, visa reduzir essa dependência. Liderado pela subsidiária da Sanichi Technology Bhd, BCA International Sdn Bhd, o projeto visa desenvolver a primeira planta de gelatina Halal e parque industrial da ASEAN. O plano visa um desenvolvimento em duas fases em um local de 86 ha em Malaca, com a planta de gelatina Halal prevista para iniciar as operações em meados de 2021 e a conclusão total do parque industrial até 2025. O valor de produção projetado da planta é de até RM250 milhões por ano, com um investimento para o parque atingindo RM1,3 bilhão. Matérias-primas, como lascas de osso seco com certificação Halal, foram planejadas para serem adquiridas da Nova Zelândia. No entanto, faltam informações recentes sobre seu status operacional, sugerindo que a Malásia continua dependente de importações.

Durante a feira Malaysia International Halal Showcase (Mihas) em 2024, a Ladang Lekir Sdn Bhd, uma subsidiária da estatal Perak State Agricultural Development Corporation e Leiner Gelatine Sdn Bhd firmaram um acordo de joint venture para desenvolver a indústria de gelatina Halal. Esta parceria estratégica visa que a Ladang Lekir colabore com o produtor de renome mundial para aumentar o consumo e a participação de mercado de gelatina Halal tanto no mercado nacional quanto internacional. O objetivo é estabelecer o estado de Perak como líder na indústria de gelatina Halal.

B. Dependência de Importação e Principais Nações Fornecedoras

As importações de gelatina pela Malásia foram de 2.029 toneladas em 2023 e 1.039 toneladas em 2024. Em 2024, o valor total das importações (HS 3503) foi de US$ 7,7 milhões. Os principais fornecedores são Paquistão, Bangladesh e Índia.

Tabela 1: Principais Países Importadores de Gelatina para a Malásia (HS 3503) - Valor e Participação (2024)

País	Valor de Importação para a Malásia (1.000 de USD)	Participação de Mercado (%) na Malásia
Paquistão	5.144	66,6
Índia	922	12,0
Bangladesh	618	8,0
Outros	1.039	13,4

Fonte: TradeMap

V. Conformidade Regulatória e de Importação para Gelatina

A. Tarifas de Importação da Malásia (Código HS 350300) e Acordos Comerciais

A gelatina (HS 3503) está sujeita a tarifas de importação zero e a um Imposto sobre Vendas (SST) de 5% ou 10%. Não há acordos tarifários preferenciais específicos para gelatina do Brasil.

B. Requisitos do Departamento de Serviços Veterinários (DVS) para Produtos de Origem Animal

A importação de gelatina requer conformidade com o DVS:

1. **Permissão de Importação:** Uma permissão de importação deve ser obtida do Departamento de Serviços de Quarentena e Inspeção da Malásia (MAQIS) antes do embarque. O MAQIS emite essas permissões com base na aprovação e avaliação de risco conduzidas pelo DVS.
2. **Certificado Sanitário Veterinário:** Cada remessa deve ser acompanhada por um Certificado Sanitário Veterinário válido emitido pela autoridade veterinária competente no país exportador (ou seja, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Brasil - MAPA)
3. **Aprovação da Planta:** A planta de processamento de gelatina no Brasil, bem como os matadouros que fornecem matérias-primas, devem ser inspecionados e credenciados tanto pelo DVS da Malásia quanto pelo JAKIM. Isso geralmente envolve uma auditoria no local pelas autoridades malásias. Esta aprovação em nível de estabelecimento é um pré-requisito crítico antes que as exportações regulares possam começar e pode exigir tempo e preparação significativos. Os procedimentos para a habilitação de plantas junto ao DVS e certificação Halal no JAKIM podem ser verificados no seguinte link:

https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-animal/empresario/divisao-habilitacao-certificacao/malasia-1/malasia

C. Certificação Halal JAKIM

A certificação Halal pelo JAKIM é fundamental para o acesso ao mercado malásio, especialmente para alimentos, produtos farmacêuticos e cosméticos.

Para exportar para a Malásia não é suficiente o estabelecimento ter alguma certificação Halal. É necessário que a entidade certificadora seja reconhecida pelo JAKIM e siga o padrão Halal da Malásia, baseado na norma MS 1500:2019. Atualmente existem três entidades certificadoras no Brasil reconhecidas pelo JAKIM.

Um fator limitante atualmente para as exportações brasileiras é de que os abatedouros de produção de matéria prima para a fabricação de gelatina também têm que ter também habilitação Halal pelo JAKIM. Apesar de o Brasil ser o maior produtor de produtos Halal a nível global, atualmente apenas 17 estabelecimentos de abate bovino estão habilitados junto ao DVS e JAKIM para exportar carne para a Malásia. Isto limita bastante a disponibilidade de matéria prima para a indústria de gelatina com destino à Malásia. Existem tratativas para tentar flexibilizar estes requisitos, mas devido ao fato de o padrão Halal da Malásia ser em geral mais rigoroso em relação ao de outros países, esta negociação é bastante complexa.
Atualmente é necessário que fabricantes de capsulas de medicamentos de gelatina também tenham a Certificação Halal do JAKIM.

D. Procedimentos Aduaneiros Gerais, Rotulagem e Documentação

É preciso cumprir a Lei de Alimentos de 1983 e os Regulamentos Alimentares de 1985. A rotulagem deve incluir nome do produto, ingredientes, peso líquido, dados do fabricante/importador, país de origem, datas de fabricação/validade, informações nutricionais (formato malásio), em Bahasa Malaysia e/ou inglês, e a marca Halal reconhecida pelo JAKIM.

Tabela 3: Visão Geral dos Requisitos de Importação da Malásia para Gelatina (HS 350300) do Brasil

Área Regulatória	Requisito/Regulamentação Chave	Autoridade Malásia Responsável
Tarifas e Impostos	Código HS 350300. Tarifa Zero). Imposto sobre Vendas (SST) de 5% ou 10%.	Departamento Real da Alfândega da Malásia
Certificação Halal	Certificação por entidade reconhecia pelo JAKIM no Brasil. Padrões de produção Halal. HAS. Norma MS 1500:2019	JAKIM
Aprovação Veterinária (SPS)	Permissão de Importação (MAQIS/DVS). Certificado Sanitário Veterinário do Brasil. Credenciamento DVS/JAKIM de plantas/matadouros.	Departamento de Serviços Veterinários (DVS) / MAQIS
Rotulagem e Segurança Alimentar	Conformidade com Lei de Alimentos 1983 e Regulamentos 1985. Requisitos de rotulagem.	Ministério da Saúde (FSQD) / Alfândega

VI. Ambiente Competitivo e Principais Atores

A. Visão Geral dos Principais Fornecedores Globais de Gelatina

Grandes multinacionais como Nitta Gelatin, Gelita AG, PB Leiner, Lapi Gelatine e Rousselot dominam o mercado global, muitas produzindo gelatina bovina e algumas com certificação Halal.

B. Perfil dos Principais Exportadores Brasileiros de Gelatina com Potencial para o Mercado Malásio

Principais exportadores brasileiros incluem GELNEX INDUSTRIA E COMERCIO LTDA, GELITA DO BRASIL LTDA, ROUSSELOT GELATINAS DO BRASIL LTDA, PB BRASIL INDUSTRIA E COMERCIO DE e SANCHEZ CANO Y CIA LTDA.

C. Importadores/Distribuidores Locais na Malásia

Parcerias com importadores/distribuidores locais como HALAGEL (M) SDN BHD e TEHMAG FOODS CORPORATION SDN BHD podem facilitar a entrada no mercado.

D. Estabelecimentos habilitados para exportar para a Malásia

Atualmente apenas 3 estabelecimentos estão habilitados para exportar para a Malásia, sendo um do Paquistão, um de Bangladesh e um da Índia.

E. Importação Ilegal

A escassez do produto no mercado Malásio faz com que sejam frequentes as apreensões pelo MAQIS de produto contrabandeado que tenta entrar ilegalmente no país.

VII. Conclusão

O mercado malásio de gelatina oferece uma oportunidade atraente, mas complexa, para exportadores brasileiros. A demanda crescente, especialmente nos setores alimentício, farmacêutico e nutracêutico, e a dependência de importações criam espaço para novos entrantes. O Brasil tem capacidade e qualidade para atender a esse mercado. O sucesso, no entanto, depende da conformidade com as regulamentações malásias: certificação Halal reconhecida pelo JAKIM e aprovações veterinárias do DVS.

É necessária uma abordagem estratégica, proativa e integrada, incluindo certificações, incorporação de princípios Halal e de segurança alimentar, e diferenciação em um cenário competitivo. Parcerias com distribuidores locais especializados em Halal são chave.

Embora iniciativas domésticas como o MHGIP existam, as tendências de importação sugerem que as oportunidades para exportadores estrangeiros persistirão. Para empresas brasileiras dispostas a investir em conformidade, o mercado malásio oferece acesso a uma base de consumidores Halal crescente e exigente.

MERCADO DE CARNE DE AVES NO MARROCOS

Data: 09/05/2025
Posto: Rabat/Marrocos
Palavras-chave:carne de aves; mercado; importações; oportunidades
Responsável: Ellen Elizabeth Laurindo – adida agrícola em Rabat e Sofia Faiz – assistente local

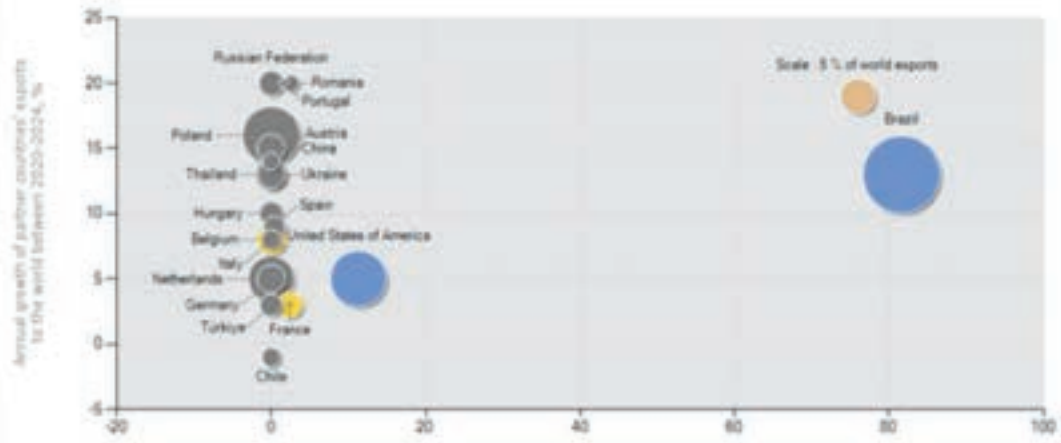
SUMÁRIO:

O Marrocos foi o 58º destino das exportações de carne de aves brasileiras em 2024, e registrou aumento de 24%, em volume, em relação ao ano anterior. A importação de carne de aves pelo Marrocos atingiu, em 2024, o montante de 5487 toneladas, sendo 5162t (81,6%) oriundas do Brasil. Apesar do mercado ser pequeno, o Brasil se posiciona como líder absoluto nas importações marroquinas de carne de aves, mesmo enfrentando uma tarifação de quase 100%.

Segundo dados publicados pela Associação Brasileira de Proteína Animal (ABPA), o Marrocos foi o 58º destino das exportações de carne de aves brasileiras em 2024, apresentando um aumento de 24% em relação ao ano anterior. Dados de comércio exterior do ITC, em 2024, mostraram que a importação destes produtos (NCM 0207) pelo Reino atingiu o montante de 5.487 toneladas, sendo 5.162 (81,6%) oriundas do Brasil. Em segundo lugar, estão as importações oriundas dos Estados Unidos (11,3%), Romênia (2,6%), França (2,4%) e Portugal (1,7%) (gráfico 1). Em relação à tarifa média aplicada aos principais exportadores, o Brasil é o país mais taxado, com média de 97,9%, seguido dos Estados Unidos, com 59,8% e os países europeus (Romênia, França e Portugal) com 40,9%.

A Turquia, que em 2021 deteve cerca de 97% e, em 2022, 76%, do marketshare de carne de aves importada pelo Marrocos, em 2024 realizou exportações insignificantes ao Reino, sendo completamente substituída pelos produtos oriundos do Brasil.

Gráfico 1 – Diversificação dos mercados fornecedores de carne de aves (NCM 0207) ao Marrocos, em 2024



O Brasil tem Certificado Sanitário Internacional acordado com o Marrocos para exportação de carne de aves e produtos à base de carne de aves, havendo necessidade de habilitação do estabelecimento exportador. A habilitação, contudo, não demanda auditoria pelo Serviço Oficial marroquino, somente avaliação documental encaminhada e validada pelo DIPOA/MAPA dentro da plataforma marroquina (Atlas).

Dentre os eventos e oportunidades para divulgação dos produtos brasileiros no Marrocos, destaca-se o Salão Internacional de Agricultura no Marrocos (SIAM), que é a maior feira agropecuária do país e ocorre, anualmente, em Meknès. A Embaixada do Brasil participa desta feira desde 2023, com pavilhão institucional. Há possibilidade de divulgação dos produtos brasileiros através de eventos realizados na Embaixada, como jantares com degustação dos produtos brasileiros. Além dos eventos, a realização de rodada de negócios com importadores locais é altamente recomendada e apoiada pela adidância agrícola.

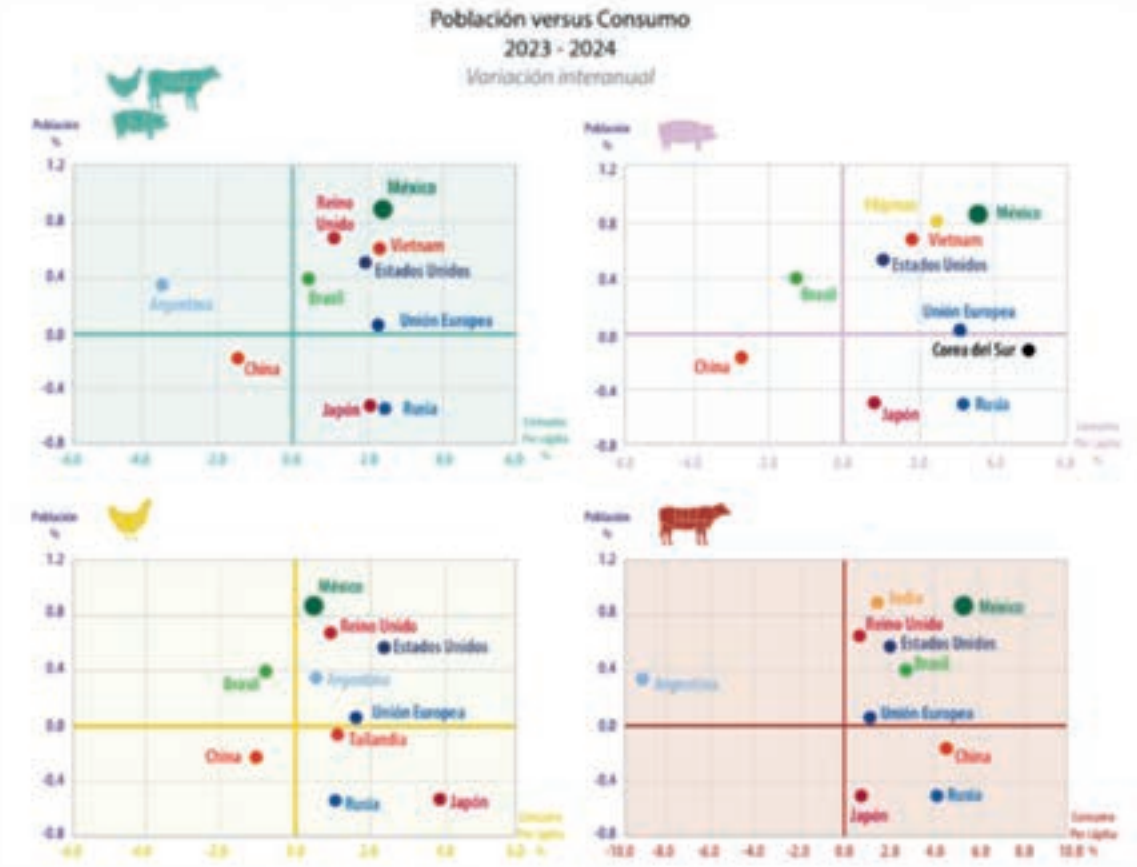
ANÁLISE DA AUTOSSUFICIÊNCIA EM CARNE DO MÉXICO E A INSERÇÃO ESTRATÉGICA DO BRASIL EM SEU SUPRIMENTO COMPLEMENTAR.

Data: 15/05/2025
Posto: Cidade do México/México
Palavras-chave: comércio internacional, proteína animal, consumo, produção.
Responsável: Adriane Reis Cruvinel

SUMÁRIO:

O México ocupa posição de destaque global na produção e consumo de carne, mas ainda depende de importações para atender sua demanda interna. Mesmo com ampla rede de acordos internacionais, grande parte do comércio agrícola ocorre com os Estados Unidos. Poucos países, independente de possuírem acordo comercial com México, têm potencial para ampliar o fornecimento ao mercado mexicano. Diante disso, fortalecer relações comerciais, especialmente com o Brasil, torna-se estratégico para garantir o abastecimento mexicano para proteína animal.

O México está entre os maiores produtores e consumidores de carnes, estando na sexta posição mundial para ambos os parâmetros.



Conforme pode ser verificado nos gráficos acima, comparando dados de população de vários países e consumo per capita, independente da espécie, o México se posiciona como grande consumidor.

Apesar de nos últimos anos ser verificado aumento na produção mexicana de carne, essa não acompanha o aumento do consumo, comprometendo sua autossuficiência em termos de proteína animal, que foi de somente 76% em 2024.

Nesse sentido, cada vez mais, garantir provedores estáveis, de produtos de qualidade e preços competitivos tem sido o objetivo do setor mexicano.

Apesar de possuir 13 Tratados de Livre Comércio com 52 países, 80% do comércio dos produtos agrícolas é realizado com os EUA, principal sócio comercial do T-MEC (Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá).

Dos 52 países que possuem algum acordo comercial com o México, somente 31 comercializam produtos cárneos.

De outros 83 países que não possuem nenhum acordo comercial com o México, 33 realizam negócios com proteína animal. Desses 33 países, os que possuem maior disponibilidade de oferta dos produtos cárneos, conforme balança positiva, para exportação ao país mexicano são: disparadamente Brasil, com média de 7,7 milhões de toneladas anuais exportadas; Tailândia, com 978 mil toneladas exportadas; Argentina, com 939 mil toneladas exportadas e; Paraguai com 349 mil toneladas exportadas.

Nesse sentido, com possibilidade de prover o México conforme demanda crescente, sem comprometer os mercados já consolidados, Brasil se apresenta como importante ator.

Considerando que o acesso da carne brasileira ao mercado mexicano ainda depende das renovações do programa de redução de tarifas, o estabelecimento de acordo comercial específico para manutenção desse acesso é visto como prioritário tanto para o setor mexicano como pelo setor brasileiro.

MERCADO E PRODUÇÃO DE CARNE SUÏNA NA NIGÉRIA

Data: 14/05/2025
Posto: Abuja/Nigéria
Palavras-chave: carne suína; suinocultura; mercado; cooperação; investimento; processamento.
Responsável: Frederique Abreu

SUMÁRIO:

A Nigéria desponta como o principal produtor de carne suína do continente africano, com uma produção anual estimada em 303.000 toneladas, o que representa 60% da produção da África Ocidental. Apesar desta posição de liderança, o setor enfrenta desafios estruturais significativos, incluindo a predominância de criações de baixa produtividade, limitações tecnológicas, altos custos de insumos e barreiras culturais e religiosas. Este cenário apresenta oportunidades substanciais para a cooperação internacional, especialmente com o Brasil, quarto maior produtor e exportador mundial de carne suína. A recente parceria entre o Governo Nigeriano e a empresa brasileira JBS abre caminho para uma transformação significativa do setor suinícola nigeriano. A expertise brasileira em genética, nutrição, sanidade e processamento pode ser fundamental para superar os desafios existentes e impulsionar o desenvolvimento sustentável do mercado de carne suína na Nigéria.

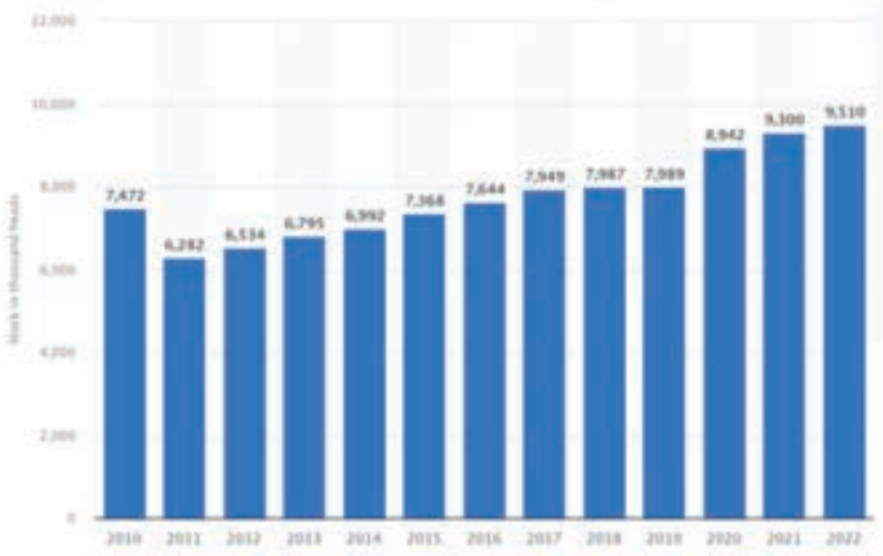
CONTEXTO

A Nigéria possui uma posição de destaque na produção suinícola africana, sendo o maior produtor de carne suína do continente. Este setor representa um componente importante para a segurança alimentar e nutricional da população nigeriana, oferecendo uma fonte acessível de proteína animal. No entanto, apesar de sua capacidade produtiva, a indústria suinícola na Nigéria enfrenta desafios complexos que limitam seu potencial de crescimento e desenvolvimento. Paralelamente, o Brasil desenvolveu uma suinocultura comercial robusta e tecnologicamente avançada, tornando-se um dos principais produtores e exportadores mundiais. Esta posição foi alcançada através de investimentos consistentes em pesquisa, desenvolvimento genético, nutrição, manejo sanitário e processamento.

Neste contexto, a cooperação entre Brasil e Nigéria no setor suinícola apresenta um potencial significativo para transformar os desafios nigerianos em oportunidades de crescimento. A combinação da escala de produção nigeriana com a expertise tecnológica e o conhecimento de mercado brasileiro pode impulsionar a modernização do setor suinícola da Nigéria, agregar valor à produção local e fortalecer sua competitividade regional e global.

Cenário Atual da Produção e do Mercado de Suínos na Nigéria

A Nigéria destaca-se como o maior produtor de carne suína da África, com uma produção anual estimada em 303.000 toneladas, ligeiramente superior à da África do Sul (290.000 toneladas). O que equivale a 60% do total da África Ocidental. Dados recentes indicam que o número de suínos vivos na Nigéria alcançou aproximadamente 9,5 milhões de cabeças em 2022, demonstrando um crescimento de 3,8% em relação a 2021 como ilustrado na Figura 1 abaixo.



Fugura 1: Evolução do rebanho suíno na Nigéria (AgribusinessSpace, 2025)

O sistema produtivo nigeriano é variado, abrangendo desde sistemas tradicionais de subsistência com baixa produtividade até operações comerciais de média e grande escala. Infelizmente, a maioria dos suínos no país ainda é criada sob sistemas extensivos e semiextensivos, utilizando predominantemente raças indígenas com baixo desempenho de crescimento e reprodutivo. Isto representa um fator limitante significativo para a produtividade do setor.

O consumo de carne suína na Nigéria é influenciado por fatores culturais e religiosos, sendo mais comum em determinadas regiões e grupos populacionais. As restrições culturais e religiosas em partes do país limitam a expansão do mercado interno, já que em algumas comunidades o consumo de carne suína é desencorajado ou proibido.

O consumo per capita local é significativamente abaixo do potencial (apenas 2,1 kg/ ano, abaixo da média africana de 4,5 kg/ano), indicando oportunidades de crescimento consideráveis para o mercado interno. Os preços da carne suína no mercado doméstico são impactados pela sazonalidade, custos de produção, logística e oferta limitada em certas regiões. As exportações nigerianas de produtos suínos são modestas, direcionadas principalmente para países vizinhos como Níger, revelando um déficit na balança comercial do setor.

Desafios e Oportunidades para a Cooperação Brasil-Nigéria no Setor de Suínos

O setor suinícola nigeriano enfrenta diversos desafios que limitam seu potencial de crescimento e oferecem oportunidades para a cooperação com o Brasil:

- **Alto Custo e Escassez de Insumos:** O elevado custo e a disponibilidade limitada de grãos para alimentação dos suínos, particularmente milho e soja, representam um dos problemas mais críticos. Os altos custos de transporte e a concentração da produção de grãos em regiões com questões de segurança agravam a situação.
- **Oportunidade de Cooperação:** O Brasil pode compartilhar tecnologias de produção de grãos adaptadas a condições tropicais e expertise em formulação de rações balanceadas com ingredientes alternativos. Empresas brasileiras de nutrição animal podem desenvolver soluções customizadas para o mercado nigeriano.
- **Limitações Genéticas:** A predominância de raças locais com baixo desempenho produtivo e reprodutivo é um fator limitante para a produtividade do setor.
- **Oportunidade de Cooperação:** O Brasil possui avançada tecnologia em genética suína, com empresas como a Agroceres PIC que poderiam transferir conhecimento sobre melhoramento genético e introduzir linhagens de alta produtividade adaptadas às condições nigerianas. A Agroceres PIC já possui experiência em exportação de material genético para diversos países, operando a maior e mais avançada unidade de reprodução suína da América Latina.

- **Desafios Sanitários:** Ocorrência frequente de surtos de doenças, especialmente a peste suína africana, causa perdas significativas, estimadas em US$ 50 milhões/ano, e limita o desenvolvimento do setor.
    - **Oportunidade de Cooperação:** O Brasil pode compartilhar protocolos de biosseguridade, tecnologias de diagnóstico e programas de controle e prevenção de doenças através de instituições como a Embrapa e empresas privadas do setor de saúde animal. O governo nigeriano já planeja colaborar com o Instituto Nacional de Pesquisa em Biotecnologia para desenvolver vacinas contra a peste suína africana, com objetivo de produzir 1,2 bilhão de doses nos próximos três anos

- **Limitações no Processamento:** A capacidade de processamento de carne suína na Nigéria é severamente limitada, apenas 15% da carne suína é processada localmente, resultando na dependência de importações de produtos processados.

- **Oportunidade de Cooperação:** O Brasil pode transferir tecnologia e conhecimento em processamento de carne suína, desde abate humanitário até técnicas de processamento avançadas. A recente parceria com a JBS apresenta um potencial significativo nesta área, com planos para construir seis novas fábricas de processamento de carne no país

- **Barreiras Culturais e Religiosas:** Estima-se que 30% da população evita carne suína por razões religiosas ou simples desinformação.

Compartilhamento de estratégias de marketing e comunicação para abordar percepções negativas e promover os benefícios nutricionais da carne suína, com foco em regiões e segmentos populacionais receptivos.

Perspectivas Futuras e Recomendações para a Cooperação Brasil-Nigéria

A cooperação entre Brasil e Nigéria no setor suinícola oferece um potencial significativo para o desenvolvimento econômico e social de ambos os países. A Nigéria pode se beneficiar da expertise tecnológica brasileira para modernizar sua produção, agregar valor aos seus produtos e fortalecer sua posição no mercado regional. O Brasil, por sua vez, pode diversificar suas parcerias internacionais e expandir seu mercado para tecnologias, equipamentos e serviços no setor suinícola.

Para concretizar esse potencial, recomenda-se:

Expansão Comercial e Acesso a Mercados:

- Facilitar a exportação de tecnologia suinícola brasileira para a Nigéria.
- Desenvolver programas de demonstração de tecnologias brasileiras adaptadas às condições nigerianas.
- Promover a transferência de conhecimento em sistemas de produção eficientes e sustentáveis.

Cooperação em Políticas Públicas e Sustentabilidade

- Adaptar modelos brasileiros de crédito rural para financiar a modernização da suinocultura nigeriana.
- Implementar programas de capacitação em manejo sanitário e biosseguridade com base na experiência brasileira.
- Desenvolver estratégias para o tratamento e aproveitamento de resíduos da produção suinícola, minimizando impactos ambientais.
- Integrar iniciativas de produção suinícola a programas de segurança alimentar.

Fortalecimento das Relações Comerciais Bilaterais

- Promover missões técnicas e intercâmbio de conhecimento entre os dois países
- Estabelecer parcerias entre instituições de pesquisa, como a Embrapa e instituições nigerianas
- Facilitar joint ventures entre empresas brasileiras e nigerianas na cadeia de valor suinícola

Conclusão

O mercado de carne suína na Nigéria apresenta um potencial significativo para crescimento e desenvolvimento, impulsionado pela sua posição de liderança continental em produção e pela crescente demanda por proteína animal. A recente parceria de investimento com o Brasil cria uma plataforma ideal para superar os desafios existentes, modernizar o setor e agregar valor à produção local.

A cooperação estratégica com o Brasil surge como um caminho promissor para a transformação do setor suinícola nigeriano, através da transferência de tecnologia, conhecimento e experiência em toda a cadeia de valor. Ao combinar a liderança produtiva nigeriana no continente com a expertise tecnológica brasileira, ambos os países podem construir uma parceria duradoura e mutuamente benéfica, contribuindo para a segurança alimentar, a geração de empregos e o crescimento econômico na Nigéria.

NORMAS PRIVADAS: O ACESSO A MERCADOS E O ACESSO A SUPERMERCADOS

Data: 15/05/2025
Posto: OMC
Palavras-chave: OMC, normas privadas, produtos de origem animal.
Responsável: Rafael d'Aquino Mafra.

SUMÁRIO:

Normas ou padrões privados são requisitos estabelecidos por agentes não estatais, como supermercados, varejistas e indústrias de transformação. GlobalG.A.P. e Fairtrade são exemplos conhecidos desse tipo de norma, que muitas vezes determinam o acesso a mercados — sem se tratar de legislação oficial. Esta edição do AgroInsight recupera as discussões já travadas na Organização Mundial do Comércio, onde o tema está na agenda há mais de 20 anos sem avanço concreto, apresenta uma base de dados útil ao exportador (Standards Map) e discute caminhos para lidar com essas exigências, incluindo ações práticas e o fortalecimento do diálogo entre setor privado e governo.

O grande dia chegou: depois de investir na modernização da produção, pesquisar as tarifas de cada país e desenvolver um produto altamente competitivo, depois de estudar cada lei do país de destino e obter o aval do Ministério da Agricultura, finalmente ocorre um encontro com importadores. Na conversa, porém, o exportador descobre que seu produto atende a todos os requisitos legais para entrar no país, mas, para entrar no supermercado, há uma série de outras regras — e até mesmo outras certificações! Nada disso estava previsto na planilha de custos. Muitos desses requisitos "novos" sequer são razoáveis, tampouco têm base científica. Mas, se conhecer as leis era uma forma de superar barreiras não tarifárias, o que são essas novas certificações? Elas são aceitas na OMC? E, acima de tudo: o que se pode fazer?

Quem exporta para mercados de países desenvolvidos já as conhece — e quem tem interesse precisa conhecê-las. São as "normas privadas", que também atendem por outros nomes, como "padrões privados", "esquemas voluntários de certificação", "eco-labelling", "iniciativas de sustentabilidade", entre muitos outros.

Neste texto, apresentamos insights sobre o que são essas normas, como elas se enquadram dentro dos Acordos da OMC e onde encontrá-las. Idealmente, a conclusão seria: a quem reclamar. Porém, como vamos ver, as diferenças de funcionamento entre as normas privadas e as "barreiras governamentais" tornam essa resposta um problema ainda sem solução.

1 – O que são normas privadas?

Chamam-se "normas privadas" todas as exigências feitas no ato da importação ou comercialização sem a participação do governo. Isso inclui certificações, como selos que comprovam alguma característica do produto. Entre as características mais comuns abordadas por normas e certificações privadas estão questões sociais, trabalhistas, ambientais, de bem-estar animal, entre outras.

As normas privadas têm por objetivo estabelecer padrões desejados pelos compradores dos produtos, supostamente para satisfazer aos seus consumidores. Ou seja, se uma rede exige uma determinada conduta — e que essa conduta seja certificada —, isso ocorre para garantir aos consumidores finais que aquele produto foi produzido obedecendo a determinadas características.

Como destaca Rua[1], ainda que os padrões privados sejam, **do ponto de vista legal, voluntários,** muitas vezes a dominância de mercado de determinadas redes ou a exigência generalizada de uma norma os tornam obrigatórios de facto.

É importante lembrar que, muitas vezes, a exigência antecede a demanda do consumidor ou supera o preço que esse mesmo consumidor está disposto a pagar.

Outra ressalva é que nem toda norma privada é, necessariamente, uma barreira não tarifária. Pode-se afirmar que muitas são positivas e reforçam a confiança entre fornecedores, compradores e consumidores finais, com base em características que agregam valor aos produtos. Muitos produtores, inclusive, consideram a certificação privada uma maneira eficiente de diferenciar seu produto em relação à concorrência nacional ou internacional.

Há, ainda, quem diga que as normas privadas são questões de "acesso a supermercados", em um jogo de palavras com a expressão "acesso a mercados". Enquanto o acesso a mercados lida com questões governamentais oficiais, o "acesso a supermercados" refere-se a normas aplicadas, muitas vezes, por grandes varejistas da Europa e dos Estados Unidos, que definem quem terá seu produto vendido — ou não.

Legalmente, as normas privadas são voluntárias. Porém, nos casos em que poucos compradores dominam o mercado, cumpri-las torna-se, na prática, uma obrigação.

2 – Histórico

No final dos anos 90, já era muito conhecida no Brasil a norma "EurepGAP", posteriormente chamada "GlobalGAP", em que GAP é a sigla para Good Agricultural Practices, ou boas práticas agrícolas. O foco, na época, eram questões de gestão da qualidade.
De lá para cá, as normas privadas se proliferaram. Estima-se que hoje existam mais de 350 normas envolvendo temas como direitos humanos e trabalhistas, devida diligência, clima e meio ambiente, gênero, negócios sustentáveis, qualidade, segurança dos alimentos, rastreabilidade e credibilidade — muitas delas voltadas exclusivamente para o setor agrícola.

3 – As normas privadas nos acordos da OMC

Na Organização Mundial do Comércio (OMC), o tema tem duas vertentes: uma no Comitê de Barreiras Técnicas (TBT) e outra no Comitê de Medidas Sanitárias e Fitossanitárias (Comitê SPS).

Comitê TBT

O Acordo sobre Barreiras Técnicas (Technical Barriers to Trade – TBT) tem uma parte de seu texto dedicada exclusivamente a normas voluntárias. Assim, a questão já era conhecida desde a primeira versão do documento, em 1979. A preocupação, no entanto, não era com normas impostas por agentes privados, e sim com normas elaboradas por agentes privados e tornadas obrigatórias por agentes públicos. Dessa forma, o Acordo TBT trata de questões relativas à elaboração dessas normas.

Os exemplos mais conhecidos do tipo de norma de que trata o Acordo TBT são as normas ISO (International Organization for Standardization) e, no Brasil, as normas da ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas).

O Acordo recomenda que as normas de organismos como esses sigam boas práticas de elaboração previstas no próprio texto e que, uma vez tornadas obrigatórias, sigam as regras estabelecidas para os regulamentos técnicos, que são os documentos oficiais.

Assim, de modo geral, a preocupação dos exportadores não é tanto com normas como as da ISO, mas muito mais com padrões impostos por compradores ou associações que, mais do que estabelecer características de segurança, avançam sobre critérios de ética empresarial, direitos trabalhistas, preservação ambiental, entre outros.

Essas questões vão se tornar mais prementes ao longo do tempo e acabarão sendo tratadas em outro Comitê, dedicado a medidas sanitárias e fitossanitárias.

Comitê SPS

O tema foi inserido na agenda do Comitê SPS há 20 anos. Foi levado por um país que nunca havia participado — e nunca mais participaria ativamente — do Comitê SPS, e que, por ser tão pequeno, é pouco conhecido.

São Vicente e Granadinas é uma ilha do Caribe com apenas 110 mil habitantes — menos que a população do bairro da Vila Mariana, na cidade de São Paulo. As ilhas se estendem por 18 km de comprimento e 11 km de largura, totalizando 344 km² de área. O país, com tamanho equivalente à área urbana de Belo Horizonte, colocou o tema das "normas privadas" na pauta do Comitê em 2005 e, de alguma forma, ele permanece na agenda até hoje. A preocupação era justamente com as normas estabelecidas pelo GlobalGAP.

O tema foi objeto de debate por muito tempo. Enquanto países exportadores, como o Brasil, outros países latino-americanos e a Austrália, defendiam que o tema implicava em uma questão importante de acesso a mercados, os Estados Unidos e a União Europeia argumentavam que as ações adotadas por entes privados dentro de seus territórios estariam fora do escopo de ação dos Acordos da OMC.

> As normas privadas estão na agenda do Comitê SPS da OMC há 20 anos. Porém, nenhum caso específico foi levado à discussão nesse período.

O Brasil teve papel importante na discussão e, ao final, houve a decisão, em 2011, de incluir um ponto permanente na agenda, no qual os membros da OMC poderiam apresentar quaisquer reclamações sobre normas privadas relacionadas ao Acordo sobre Medidas Sanitárias e Fitossanitárias.

Porém, em 17 anos, o ponto na agenda nunca foi utilizado.
Nenhum membro apresentou qualquer questão que considerasse uma norma privada prejudicial às suas exportações.
Imagina-se que o motivo seja o receio dos exportadores de perder ainda mais acesso ao reclamarem das normas privadas.
A discussão ocorrida no Comitê SPS, bem como a falta de elementos concretos nos últimos 17 anos, demonstram que o tema não é claramente previsto nos Acordos da OMC. A OMC é uma organização intergovernamental e não tem alcance sobre entidades privadas.

4 – O que fazer?

Diante da impossibilidade de abrir um painel no Órgão de Solução de Controvérsias da OMC, há dois caminhos a seguir, que podem ser conduzidos de forma complementar:

a – Analisar as normas privadas

Como em todo negócio, é necessário entender os pedidos dos seus clientes. No caso das normas privadas, é possível acessar a plataforma mantida pelo International Trade Center (ITC), chamada Standards Map (Standardsmap.org). Lá, é possível buscar as normas, compará-las, filtrá-las e conhecer melhor cada exigência.

Assim, é possível averiguar se o produto que se quer exportar já cumpre os requisitos. Acontece com frequência de o produto já atender a todas — ou à maior parte — das exigências, ao cumprir os rigorosos padrões oficiais brasileiros ou os dos mercados de destino.

A plataforma já possui aplicativo próprio, tutorial, "visitas guiadas", mas, infelizmente, o conteúdo está disponível apenas em inglês, por enquanto.

O Standards Map inclui em sua base de dados também regulamentos governamentais. Por isso, é necessário observar se a norma é obrigatória e se foi emitida por uma autoridade ou não.

Apenas a título de exemplo, uma busca pelo setor de pecuária, com origem no Brasil, retorna 41 normas aplicáveis, entre regulamentos oficiais e normas privadas. Entre elas, estão a norma da ABNT para Ecolabel, as normas oficiais para produtos orgânicos da China e da União Europeia, sete normas sobre comércio justo ou ético, diretrizes da OCDE (Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico) e da ONU (Organização das Nações Unidas), diversas normas de sustentabilidade, entre outras questões relevantes. É possível obter informações adicionais ou até mesmo comparar as normas.

Os requisitos de cada norma são classificados quanto ao prazo para cumprimento e quanto à forma como aparecem no texto — ou seja, se estão explicitamente descritos na norma ou não.

A plataforma Standards Map ajuda o produtor a identificar mais de 300 normas — privadas ou não — que definem o acesso ao mercado (e ao supermercado).

Outra classificação que pode ajudar muito o exportador é quanto ao nível de "criticidade", ou seja, o quanto o cumprimento daquela norma é decisivo para obter acesso ao mercado. Há normas que são opcionais e acessórias, mas que podem oferecer vantagens comparativas no mercado.

Por todos esses motivos, **é fundamental conhecer bem as normas ao se preparar para entrar em um mercado.**

b – Colaboração entre setor privado e setor público

Ainda que não seja possível contestar oficialmente as normas privadas na OMC, é importante levar ao conhecimento do governo as condições enfrentadas pelo setor privado — sobretudo à Secretaria de Comércio e Relações Internacionais. **Essa troca de informações é valiosa para consubstanciar as discussões travadas com parceiros bilaterais.**

Outro ponto possível é levar a questão ao Comitê SPS. Como mencionado, há certo receio em apresentar reclamações contra determinados entes comerciais. No entanto, pode ocorrer de o acesso ao mercado já ter sido totalmente obstruído — ou ainda de as empresas exportadoras considerarem que a discussão é válida, mesmo tratando-se de um comprador já estabelecido.

Nos dois casos, é necessário fortalecer o diálogo, de modo a entender como a situação evolui e avaliar as opções disponíveis.

Conclusão

As normas ou padrões privados existem há mais de 20 anos e, muitas vezes, definem o acesso a um mercado específico. Elas podem se constituir em verdadeiras barreiras não-tarifárias e, muitas vezes, representam um desafio ainda maior por não serem leis ou regulamentos oficiais, dificultando o diálogo sobre a aplicabilidade, factibilidade, legitimidade e custo dos requisitos. Por outro lado, em alguns casos, a existência das normas privadas pode ser uma vantagem para quem consegue atender aos requisitos com maior eficiência, superando a concorrência. É necessário incluir a análise destas normas nos projetos envolvendo exportação, fortalecer o diálogo com o governo e, eventualmente, levar a questão para a arena multilateral. O caminho do campo ao prato sempre passa por um supermercado. É preciso entender como chegar neste ponto da cadeia de valor, preservando o interesse de produtores e consumidores.

CHINA INICIA INVESTIGAÇÕES PARA APLICAR MEDIDAS DE SALVAGUARDA NA CARNE BOVINA, USANDO REGRAS DA OMC – O QUE É PRECISO SABER

Data: 15/05/2025
Posto: OMC
Palavras-chave: OMC, carne bovina, China.
Responsável: Rafael d'Aquino Mafra.

SUMÁRIO:

A China iniciou investigação para aplicação de medidas de salvaguarda no mercado de carne bovina. Há regras no comércio internacional para este tipo de processo desde 1947 e, com a criação da OMC, a questão chama mais atenção e os passos a serem seguidos são bem estabelecidos. O país que se interessa em aplicar precisa demonstrar um aumento súbito de importações e uma ligação clara com prejuízos aos produtores internos. Haverá discussões na OMC no final de abril e há expectativa de conclusão das investigações em maio. O Brasil, como principal fornecedor do produto, tem atuado diretamente junto ao governo chinês.

Em dezembro de 2024, a China anunciou que iniciaria investigações sobre salvaguarda para o mercado de carne bovina. O anúncio surpreendeu, pois essa é uma ferramenta complexa, cujo uso costuma levar muito tempo e, ainda assim, sofrer questionamentos na Organização Mundial do Comércio (OMC). Para aplicar uma salvaguarda, é necessário um aumento súbito nas importações e nenhum dos exportadores enxergava o mercado como sofrendo uma mudança brusca. Assim, foi outra surpresa.

De novembro para cá, as regras da OMC e sua estrutura ficaram em cheque, com o anúncio dos Estados Unidos de aplicação de tarifas diferentes daquelas que foram acordadas entre os membros da OMC. O cenário de incertezas criado não permite fazer uma análise do futuro da Organização. E, ainda assim, o processo chinês de aplicação de salvaguarda segue em curso. Sua aplicação impacta diretamente ao setor de produtos de origem animal. Seus desdobramentos podem indicar outras tentativas do uso deste instrumento de defesa comercial ou mesmo, em discussões sobre o futuro da OMC.

Assim, apresentamos em seguida o quadro normativo da OMC para a condução do caso de modo a gerar insights para o planejamento e a projeção de cenários do setor exportador brasileiro. Vamos abordar inicialmente um breve histórico para entender como essa ferramenta chegou a esse formato, conhecer seu alcance e limitações para poder compreender melhor o caso prático.

Salvaguardas | Um breve histórico

A OMC foi antecedida por um acordo que tratava de questões tarifárias, o GATT (General Agreement on Tarifss and Trade – Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio). O Acordo tratava de alguns outros aspectos que poderia anular as vantagens tarifárias e a salvaguarda era uma delas. Portanto, as cláusulas que tratam do tema vigoram desde 1947, quando o GATT foi assinado. Porém, havia um entendimento geral de que as cláusulas do Art. XIX não eram suficientemente claras e eram, além disso, de difícil aplicação. Dessa forma, nas negociações para a criação da OMC, houve uma preocupação em especificar melhor como essa ferramenta poderia ajudar a ampliar o comércio, sem prejudicar os produtores locais de forma desleal.

O que é salvaguarda? E por que chamam isso de 'remédio'?

A salvaguarda é a forma reduzida de dizer "aplicação de medidas de salvaguarda". São medidas que buscam resguardar, proteger os produtores domésticos de uma concorrência externa que pode, ao fim, extinguir uma indústria inteira.
Não bastasse o nome exótico, é comum que alguns veículos especializados em comércio internacional usem o jargão "remédio comercial". A expressão vem do inglês, "trade remedy". O uso da língua inglesa para essa palavra também significa "remédio", no sentido de "medicamento", mas pode ser usado como sinônimo de "solução" ou de "recurso" no mundo jurídico.

Assim, quando se busca fazer referência a um conjunto de recursos ou soluções para questões comerciais, utiliza-se a expressão 'trade remedy'. No Brasil, costuma-se traduzir como "instrumentos de defesa comercial". Os outros instrumentos de defesa comercial são as medidas antidumping e as medidas compensatórias. Destes, as medidas antidumping são as [illegible] conhecidas, mas essas diferem das salvaguardas em aspectos importantes que veremos [illegible] seguida.

O que a OMC diz sobre salvaguardas?

Nos Acordos da OMC, as salvaguardas têm um Acordo próprio, mas aparecem também no GATT, que foi "renovado" em 1994. Há, ainda, salvaguardas agrícolas no Acordo sobre Agricultura, que possuem regras diferentes.Contudo, como neste caso a China não recorreu às previsões das salvaguardas agrícolas, o foco será no Acordo próprio sobre o tema.

GATT - Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio

No GATT, o tema é tratado no Art. XIX, que estabelece que uma medida que restrinja importações de modo a evitar prejuízos à indústria doméstica (ou seja, uma salvaguarda) pode ser aplicada se cumprir duas condições:

- for resultado de consequências imprevistas das obrigações assumidas na OMC, incluindo a redução tarifária;
- que a importação seja em volume e condições que podem prejudicar de maneira permanente os produtores domésticos daquele produto ou de similares.

Ainda no primeiro parágrafo do Art. XIX do GATT se estabelece a necessidade de uma compensação, ao membro exportador, da perda ocasionada pela aplicação da salvaguarda.

Não é difícil perceber por que os negociadores decidiram que era necessário detalhar melhor a aplicação dessas cláusulas. Ainda assim, a necessidade do cumprimento dessas duas condições já indica como a aplicação de medidas de salvaguarda não pode ser feita sem adoção de procedimentos adequados.

Acordos da OMC

Por sua vez, o Acordo sobre Salvaguardas estabelece critérios e limites mais claros na aplicação das salvaguardas. Apresento alguns aspectos relevantes a serem considerados na condução das ações do Brasil diante da investigação em curso na China.

- É estabelecido um tempo-limite para todas as ações de salvaguarda (conhecida como sunset clause). Ou seja, tem que ter um momento para começar e já prever quando vai se encerrar. O texto legal também rejeita a busca, adoção ou manutenção de restrições voluntárias de exportação ou regramentos específicos para a importação, que era uma prática até a criação da OMC.
- O Acordo determina o critério de um "aumento súbito" das importações (ainda chamado de "surto de importações" na comunidade epistêmica de defesa comercial ou "import surge", em inglês) que justifique a adoção de uma medida restritiva. Pode ser um aumento real absoluto nas importações ou pode ser um aumento no market share de um mercado em contração, ainda que a quantidade absoluta de importações não tenha aumentado. Por definição, o aumento gradual ou a manutenção dos níveis de importação eliminaria imediatamente a caracterização de um cenário para aplicação da salvaguarda.

- O Acordo é explícito ao definir os critérios para determinar "prejuízo significativo" (serious injury) ou ameaça de prejuízo e os fatores a serem considerados na determinação de impacto das importações sobre a indústria doméstica. Ao ser aplicada, a medida de salvaguarda deve se restringir à extensão necessária para prevenir ou auxiliar a indústria relacionada. No caso da adoção de restrições quantitativas (cotas), elas não devem reduzir as quantidades de importação abaixo da média anual dos últimos três anos representativos, a não ser que haja uma clara justificativa.
- A princípio, uma salvaguarda não pode ser endereçada às importações de um país em particular. Contudo, o Acordo descreve como as cotas devem ser alocadas entre os países fornecedores, incluindo a circunstância excepcional que motivou ao rápido crescimento desproporcional das importações. Essa questão é particularmente importante para o Brasil, que é o principal fornecedor de carne bovina para a China.
- A medida não deve durar mais que quatro anos, mas pode ser estendida até oito anos, desde que a necessidade da prorrogação seja devidamente justificada. Medidas com aplicação superior a um ano devem ser progressivamente retiradas.
- Quando um membro restringe importações para proteger sua indústria nacional, deve, em princípio, compensar os membros exportadores. A forma e a extensão da compensação devem ser objeto de consultas entre importador e exportador e, se não houver acordo, o membro exportador poderá retaliar o país importador com aumento de tarifas. Essa retaliação também é detalhada no Acordo.
- Os países em desenvolvimento são, de alguma forma, protegidos da adoção de salvaguardas. O membro importador só pode aplicá-la se o país em desenvolvimento exportador for responsável por mais de 3% das importações do produto ou se os países em desenvolvimento forem responsáveis, coletivamente, por mais de 9% das importações.

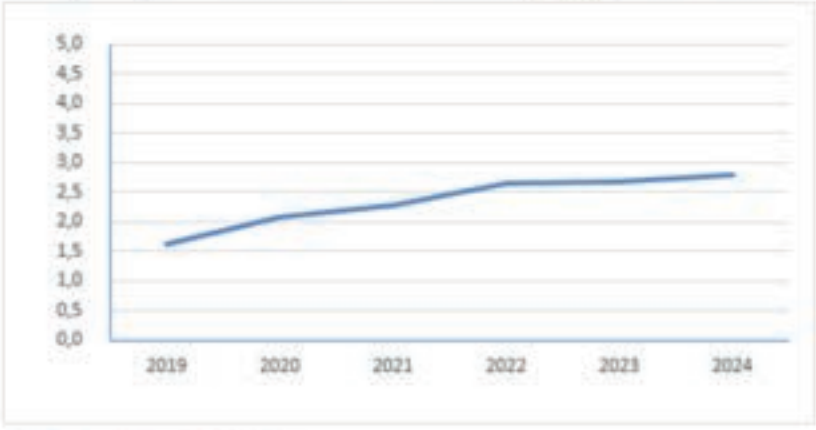
Ações realizadas pela China

Como mencionado anteriormente, a China anunciou o início das investigações em novembro. O país convidou os exportadores, associações e empresas interessadas a apresentar informações e pedidos. A audiência ocorreu no final de março deste ano.

Em seguida, o governo chinês deve conduzir investigações adicionais, considerando as informações recebidas na audiência, entre outras. Em maio, estão previstas visitas aos principais exportadores.

Com todas essas ações, o governo chinês precisa, se quiser aplicar as medidas em conformidade com as regras da OMC, demonstrar o aumento súbito das importações e o prejuízo direto.

Gráfico 1: Importações da China de carne bovina – 2019-2024 (em milhões de toneladas)



Fonte: *TradeMAP* HS 0202

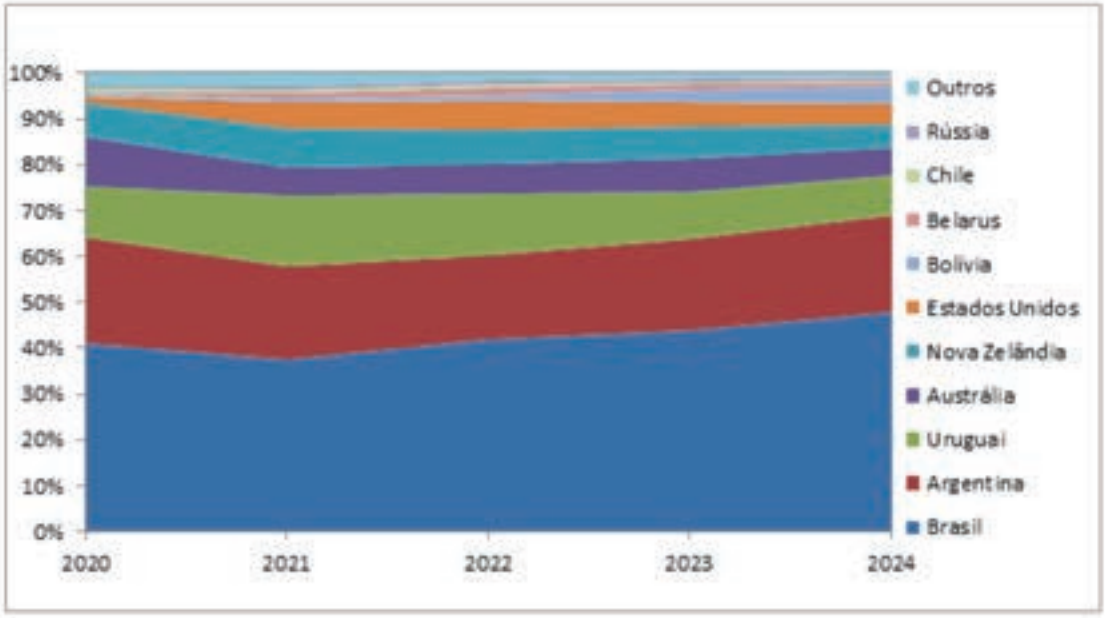
O Gráfico 1 aponta um crescimento de 1,6 milhão de toneladas em 2019 para 2,8 milhões em 2024, um aumento de 75% em 6 anos. O crescimento de 2023 para 2024, no entanto, é comparativamente modesto, de apenas 100 mil toneladas.

Uma boa medida de comparação para averiguar se o aumento é súbito ou não é o consumo e a tendência de consumo. Segundo relatório do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA) (https://apps.fas.usda.gov/psdonline/circulars/livestock_poultry.pdf), o consumo chinês de carne bovina era de 9,9 milhões de toneladas ao ano em 2021, passando a 10,6 milhões em 2022, 11,1 milhões em 2023 e 11,5 milhões em 2024.

Dessa forma, há um aumento de importações de 100 mil toneladas contra um aumento no consumo em 400 mil toneladas. Ainda que seja apenas uma estimativa, seria uma redução na participação das importações. Isso sem considerar o consumo de carne fresca (HS 0201), que está fora da presente análise, mas sobre a qual a produção doméstica tende a contribuir mais.

Como foi visto anteriormente, a aplicação de cotas específicas a algum país é possível, embora seja uma exceção. Por isso, é útil observar a participação no mercado de carne bovina chinês no Gráfico 2, a seguir:

Gráfico 2 – Participação nas importações chinesas de carne bovina, de 2020 a 2024 – em %



Fonte: TradeMap SH: 0202

Como é possível observar no Gráfico 2, acima, o Brasil responde por 40% das importações da China. Portanto, o Brasil seria um candidato a medidas específicas, se essa fosse a indicação do resultado das investigações.

Naturalmente, é uma medida que o Brasil não deseja ver implementada e que, aparentemente, seria injusta, dado que não há aumento súbito das importações e nem uma prática desleal de preços. Porém, caso houvesse, é importante lembrar que o país que a aplica precisa oferecer compensações e chegar a um acordo. Além disso, a aplicação deve se limitar a quatro anos, prorrogáveis por igual período em casos excepcionais. Porém, a retirada das eventuais restrições deve ser gradual.

Próximos passos na OMC

O Comitê de Salvaguarda da OMC é responsável por monitorar a implementação do Acordo. Os membros devem informar a adoção de cada fase ao Comitê, por meio de uma notificação.

No Comitê, é possível incluir na agenda um ponto para contestar a adoção de salvaguardas ou mesmo o início das investigações, embora não seja uma "preocupação comercial específica", como costuma ocorrer nos Comitês de Medidas Sanitárias e Fitossanitárias (SPS) e de Barreiras Técnicas ao Comércio (TBT), como visto na segunda edição do Agroinsight.

As próximas reuniões do Comitê serão nos dias 28 de abril e 27 de outubro de 2025. O Brasil deve se manifestar acerca do caso em curso na China. A resposta da China pode dar indícios do que deve acontecer em seguida.

Pontos de atenção para o futuro

Como foi colocado acima, a demonstração da necessidade de uma medida de salvaguarda envolve muitas questões, como o aumento súbito das importações. O histórico de contenciosos na OMC indica uma aplicação rigorosa do conceito.

No entanto, diante do enfraquecimento da OMC e da inatividade do Órgão de Solução de Controvérsias em sua capacidade plena, uma contestação pode levar muito tempo. Assim, a aplicação de uma medida poderia gerar os efeitos desejados pelo governo chinês até que a medida fosse considerada inadequada. Sobretudo, se os efeitos desejados forem apenas políticos, como indicar a preocupação com a situação de determinados grupos. Além disso, no caso de estabelecimento de cotas, essas não podem ser inferiores às quantidades de importação dos últimos três anos representativos, em média, a não ser que haja uma clara justificativa.

Reflexões finais

Com base nos grandes números disponíveis, é difícil entender por que o governo chinês decidiu conduzir uma investigação para aplicação de salvaguardas. Somente com o resultado do processo será possível obter uma justificativa mais precisa desta decisão. A audiência já foi realizada e contou com a participação do governo e do setor privado brasileiro, que certamente demonstraram que não houve um movimento imprevisível ou um aumento súbito nas importações.

Apesar da incerteza sobre o futuro da OMC, a Organização segue como a melhor alternativa para um comércio internacional baseado em regras. Governo brasileiro e setor privado devem somar esforços para defender o interesse nacional para utilizar esse espaço da melhor forma, sempre em busca de um comércio justo, estável e baseado no compromisso histórico de cada país.

ÓLEO DE AVES – MERCADO PERUANO

Data: 01/05/2025
Posto: Lima/Peru
Palavras-chave: oléo de aves, comércio, Peru.
Responsável: Warley Efrem Campos e María Victoria Borja Lozano

SUMÁRIO:

O documento destaca a negociação para abertura do mercado peruano para o óleo de aves destinado à alimentação animal e evidencia a demanda desse produto, concluindo que o Peru representa um mercado interessante para o Brasil devido ao aumento da produção de alimentos para animais de companhia.

A reciclagem animal desempenha um papel fundamental na sustentabilidade da cadeia produtiva no Brasil. Do total de 19,9 milhões de toneladas de ruminantes produzidos, 38% são reaproveitados como matéria-prima para a indústria de farinhas e subprodutos. No caso das aves, esse percentual é de 28%, com um volume reciclado de 4,8 milhões de toneladas. Já os suínos, apresentam um índice de 20%, resultando em 1,2 milhão de toneladas destinadas à reciclagem. Esses números reforçam a importância da economia circular na pecuária, reduzindo o desperdício e agregando valor aos resíduos da indústria frigorífica.

Ao avaliar a dinâmica de mercado, para o caso do Peru, a efetivação do comércio de produtos de origem animal se dá em duas etapas. A primeira constitui o estabelecimento dos requisitos sanitários, o que representa a abertura do mercado; e a segunda a habilitação das unidades produtivas por meio de avaliação documental e inspeções in loco, o que constitui o acesso ao mercado. Nesse sentido, inclui-se um quadro resumo da situação atual do país, no que se refere aos produtos da reciclagem animal.

Quadro resumo da situação das negociações entre Brasil e Peru para acesso de produtos brasileiros da reciclagem animal no mercado peruano.

Abertura de Mercado	Acesso ao Mercado
Farinha de aves – Requisitos estabelecidos em 2019	Comércio estabelecido no primeiro semestre de 2023. Atualmente existem 14 empresas habilitadas.
Hemoderivados de Bovinos e Suínos em Pó - Requisitos estabelecidos em 2024	Empresas em fase de avaliação documental e aguardando inspeção *in loco*.
Farinhas de carne e ossos bovina - Requisitos estabelecidos em 2024	Empresas em fase de avaliação documental e aguardando inspeção *in loco*.
Gelatina e colágeno de osso não comestíveis – Requisitos estabelecidos em 2024.	Para este tipo de produto não é necessária a habilitação individual das empresas.
Óleo de Aves – Requisitos estabelecidos em abril de 2025.	Ainda não iniciado.

A importação de óleo de aves para alimentação animal no Peru é regulamentada pelo Serviço Nacional de Sanidade Agrária (SENASA), o qual publica os requisitos sanitários que constam no Certificado Sanitário Internacional. Os requisitos para os distintos produtos aprovados para a importação pelo SENASA podem ser obtidos pelo link Consulta de Requisitos.

As tarifas atualmente aplicadas ao Brasil para o comércio de óleo de aves são atrativas para a exportação ao Peru, uma vez que estão zeradas em decorrência do que foi definido no Acordo de Complementação Econômica nº 58 (ACE nº 58), firmado entre Mercosul e Peru em 30 de novembro de 2005, com o objetivo de estabelecer uma área de livre comércio entre as Partes.

No último ano, o Peru adquiriu US$ 4.883.501 de gordura de aves, importando US$ 3.391.679 de gordura de aves (NCM 15019000) vs US$ 1.491.822 de gorduras com NCM 15180090.

Atualmente o Brasil já exporta óleo de aves para o Peru para a utilização em produtos de uso veterinário. Os principais fornecedores foram os Estados Unidos e Brasil, conforme visualizado na tabela abaixo.

Soma de US$ CIF Tot	Rótulos de Coluna				
Rótulos de Linha	BRASIL	CHILE	ESTADOS UNIDOS	TÚNEZ	Total Geral
2020	179.056		3.408.892	67.242	3.655.190
2021	1.715.679		5.148.054		6.863.733
2022		88.775	8.044.278		8.133.053
2023	4.797.206		1.044.412		5.841.617
2024	2.965.102		1.918.399		4.883.501
Total Geral	**9.657.044**	**88.775**	**19.564.034**	**67.242**	**29.377.094**

As maiores empresas importadoras são Rinti S.A., Molitalia e Aminoprotein Peru S.A.C.; representando 98,43% das importações nos últimos seis anos.

Conforme visualizado no gráfico abaixo, o valor importado tem variado significativamente ao longo dos anos. De acordo com o Relatório de Tendências do Centro de Pesquisa em Economia e Negócios Globais (CIEN), na categoria "óleos comestíveis", "outros óleos e gorduras" (banha e outras gorduras animais comestíveis) serão posicionados como a terceira categoria nas tendências de vendas. Estima-se que, em 2025, chegariam a US$ 46,1 mil milhões (16,9% do total estimado) e US$ 57,1 mil milhões em 2028, o que refletiria um crescimento médio anual de 7,4% entre 2025 e 2028, a maior taxa entre todas as categorias de óleos.

Fonte: Veritrade.

Em 2022, as exportações peruanas de alimentos para animais de estimação alcançaram US$ 2,9 milhões, refletindo um crescimento constante do setor. No Peru, o mercado de exportação desses produtos cresceu a uma taxa média anual de +7,3% entre 2018 e 2022. Em 2021, o país ocupou a 63ª posição no ranking mundial de fornecedores de alimentos para animais de estimação e a 11ª posição na América Latina. Esse crescimento contínuo impulsiona uma demanda crescente por insumos essenciais, como o óleo de aves, bastante utilizado na formulação de rações balanceadas para cães e gatos.

De janeiro de 2019 até dezembro de 2024 o Peru exportou o Total US$ FOB 14.294.719 de alimento para pets (Partida 203910) sendo 94.16% produtos com NCM 2309109000 à "Outros alimentos para cães ou gatos", acondicionados para venda no varejo e sendo destinado 56% para o Ecuador.

Em conclusão, os dados históricos de exportação de produtos da reciclagem animal, especialmente de aves animais do Brasil para o Peru; o aumento das exportações peruanas de alimentos para animais de companhia e a recente abertura do mercado peruano demonstram um panorama positivo, refletindo grande potencial para as exportações brasileiras.

CENÁRIO ATUAL E PERSPECTIVAS DA CARNE BOVINA NO REINO UNIDO: TENDÊNCIAS DE PRODUÇÃO, CONSUMO E COMÉRCIO EXTERIOR EM 2025

Data: 15/05/2025
Posto: Londres/Reino Unido
Palavras-chave: carne bovina; comércio exterior; mercado; tendências; importação.
Responsável: Márcio Rezende Evaristo Carlos

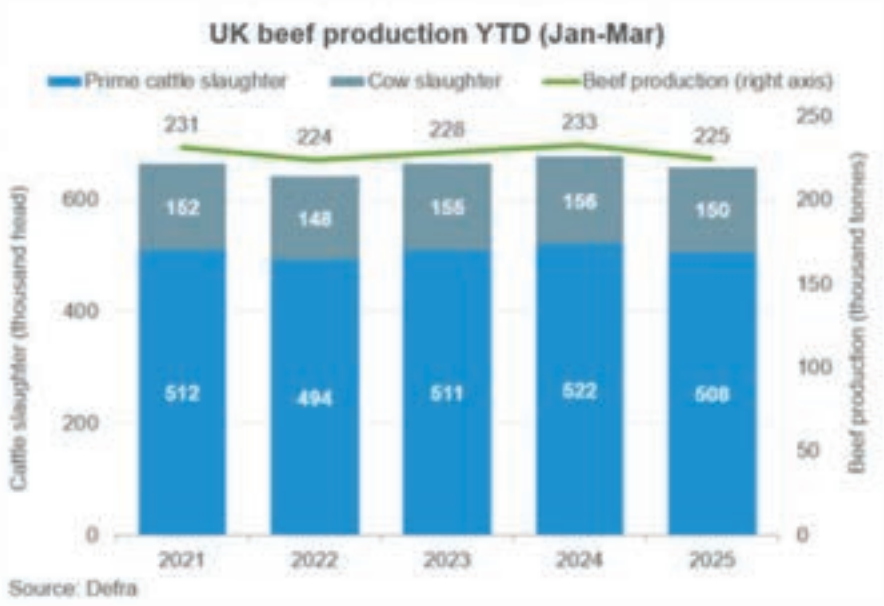
SUMÁRIO:

A produção de carne bovina no Reino Unido registrou queda de 3,5% no primeiro trimestre de 2025, totalizando 224.800 toneladas. O abate de bovinos de corte teve retração de 2,6%, reflexo da menor oferta de animais e restrições na cadeia de suprimento. A produção de carne bovina no país deve diminuir 5% em 2025, enquanto o consumo interno pode crescer 1%. A necessidade de importação aumenta frente à queda da produção doméstica. Exportações devem cair 7%, mesmo após alta em 2024. Acordos recentes entre Reino Unido e Estados Unidos ampliam acesso recíproco a cotas tarifárias, com busca por reconhecimento mútuo de sistemas de certificação. O produto brasileiro enfrenta cenário de maior concorrência, com aumento da importância de protocolos privados de produção para garantir atendimento a requisitos específicos. O desafio para acesso ao mercado britânico será de manter qualidade, sustentabilidade e confiança do consumidor diante das mudanças no cenário global.

Segundo relatório do Conselho de Desenvolvimento da Agricultura e Horticultura (AHDB) do Reino Unido, nos três primeiros meses de 2025 (janeiro a março), a produção de carne bovina britânica totalizou 224.800 toneladas, conforme dados do Departamento do Meio Ambiente, Alimentação e Assuntos Rurais do Reino Unido - DEFRA. Esse volume representa uma queda de 8.100 toneladas, ou 3,5%, em relação ao mesmo período de 2024. O abate de bovinos de corte no período atingiu 508.000 cabeças, uma redução de 14.000 cabeças (2,6%) na comparação anual.

Segundo o British Cattle Movement Service (BCMS), houve menor disponibilidade de animais para abate, refletindo uma restrição na cadeia de suprimento, que já se manifesta nos números mais baixos de abate. Ainda nesse trimestre, o peso médio das carcaças de bovinos de corte registrou uma leve queda, com redução média de 1,5 kg em relação a janeiro a março de 2024. No mesmo intervalo, o abate de vacas de descarte também apresentou queda anual, chegando a 155.000 cabeças, 6.000 a menos (4,0%) que no mesmo período do ano anterior. Esse resultado pode ser atribuído à relação favorável entre o preço do leite e o custo da ração, que incentiva a manutenção das vacas para produção leiteira, reduzindo a oferta para o abate.

Gráfico 1: Produção de carne bovina pelo Reino Unido (Jan-Mar)



Fonte: Conselho de Desenvolvimento da Agricultura e Horticultura (AHDB)

Segundo análise de mercado da AHDB, espera-se que a produção de carne bovina no Reino Unido diminua 5% em 2025 em relação ao ano anterior, totalizando 885 mil toneladas. Em contrapartida, o consumo doméstico de carne bovina deve crescer 1% no mesmo período. A queda no rebanho tem relação com a lucratividade dos negócios, a redução dos subsídios na forma de pagamentos diretos e os preços elevados da carne bovina. Vale lembrar que 2024 foi um ano forte para o setor no Reino Unido, com crescimento de quase 4% na produção, atingindo 934 mil toneladas.

A disponibilidade de gado para abate deve continuar a cair, com previsão de redução de 6% em 2025, totalizando 1,99 milhão de cabeças, e tendência de queda no fornecimento para 2026, acompanhando o histórico recente de registros de bezerros. Hannah Clarke, Analista Líder da AHDB, destacou que o setor de carne bovina entra em 2025 em um período de significativa restrição de oferta, o que deve sustentar os preços do gado durante o ano. No entanto, ressaltou que a sensibilidade dos consumidores aos preços e a escolha dos cortes terão papel decisivo no valor total da carcaça.

A redução na oferta ocorre concomitantemente a um crescimento de 1% na demanda do consumidor, ainda que influenciada pela incerteza econômica. No varejo, produtos de carne bovina populares, como carne moída, devem ser o item de escolha para consumidores sensíveis ao preço. Por outro lado, preocupações com alimentos ultraprocessados acabam impulsionando a demanda por cortes de carne fresca.
No comércio exterior, as importações de carne bovina pelo Reino Unido devem aumentar 12% para compensar a menor produção doméstica, com a Irlanda, principal fornecedora, respondendo pelo maior aumento. Dados sobre importações de carne bovina pelo Reino Unido, que podem ser acessados pela página da AHDB na internet, indicam aumento nas importações de fora da União Europeia.

Em contrapartida, as exportações, após um forte crescimento em 2024, têm previsão de queda de 7% em 2025 devido às restrições de oferta. Dessa forma, os preços do gado na fazenda tendem a ser sustentados pela oferta reduzida, tanto no mercado interno quanto global. Ainda assim, a sensibilidade do consumidor britânico ao preço e o mix de cortes adquiridos serão fundamentais na determinação do valor total da carcaça.

A AHDB assinala que os varejistas precisarão promover as características da carne bovina, com foco nos seus benefícios à saúde, versatilidade e conveniência para impulsionar a demanda. Segundo Hannah Clarke, analista da AHDB, a cadeia de suprimentos precisará focar em enfrentar os desafios das restrições de oferta sem perder a qualidade do produto, com ênfase contínua em sustentabilidade e bem-estar animal. Em sua opinião, isso será essencial para manter a confiança e a demanda dos consumidores a longo prazo.

Nesse cenário, insere-se as manifestações que temos ouvido de importadores britânicos acerca do aumento de demanda para importações de carne bovina do Brasil, concentrada em produtos à base de carne, mas com aumento do interesse também pela carne bovina in natura.

No dia 08/05/2025, a International Meat Trade Association – IMTA, que reúne importadores de carne do Reino Unido saudou o anúncio do acordo comercial entre o Reino Unido e os Estados Unidos, que estabelecerá o acesso recíproco a cotas tarifárias em ambas as direções, sem concessões em termos de padrões vigentes no Reino Unido, incluindo a não utilização de hormônios na produção.

Segundo a associação, os Estados Unidos há muitos anos exportam o produto "high quality beef" (HQB), sem hormônios, para o Reino Unido. Agora os exportadores britânicos de carne bovina também terão acesso a uma cota dedicada de 13.000 toneladas no mercado americano, o qual até o momento era restrito a uma cota compartilhada com outros países.

Quando o Reino Unido deixou a União Europeia, o acesso dos Estados Unidos ao mercado britânico foi reduzido. No processo conhecido como Brexit, o Reino Unido perdeu o acesso à cota de carne bovina de alta qualidade, conhecida como "Cota 481", nome derivado do número do regulamento original da União Europeia que a instituiu, mas que atualmente é regida pelo Regulamento Delegado (UE) 2020/1987 da Comissão. Esse produto havia conquistado um importante nicho de fornecimento para restaurantes de alto padrão no Reino Unido. Após a saída da UE, os Estados Unidos mantiveram acesso ao mercado britânico com apenas 1.000 toneladas da cota Hilton, compartilhada com o Canadá, com tarifa de 20%.

Frente à organização do mercado britânico de carnes, em que o varejo é reservado ao produto nacional, até mesmo pela preferência do consumidor, o produto brasileiro deverá enfrentar disputa pelo mercado para processamento e "food service" com o produto estadunidense que passa a ter maior competitividade pela isenção tarifária. Por outro lado, o consumidor britânico é bastante reativo aos padrões de produção de carne bovina dos Estados Unidos, principalmente por permitirem o uso de hormônios, diferentemente da produção brasileira, isenta do uso de hormônios.

No documento "Termos Gerais para o Acordo de Prosperidade Econômica entre os Estados Unidos da América e o Reino Unido da Grã-Bretanha e Irlanda do Norte", de 08/05/2025, Reino Unido e Estados Unidos acordaram trabalhar conjuntamente para ampliar o acesso a mercados agrícolas e reforçar o comércio agrícola bilateral. Ambos afirmaram que alimentos e produtos agrícolas importados deverão cumprir os padrões sanitários e fitossanitários (SPS) do país importador, além de outros padrões mutuamente acordados.

Os dois países comprometeram-se a cooperar para melhorar o acesso aos respectivos mercados de produtos agrícolas, tratar de questões relevantes e ampliar a cooperação, incluindo programas de verificação de exportação e participação conjunta em organismos internacionais de definição de padrões. Foi acordado que cada parte oferecerá aos organismos de avaliação da conformidade do outro, tratamento igual ao dispensado aos organismos estabelecidos em seu próprio território, abrangendo procedimentos, critérios, taxas e demais condições relativas à acreditação, aprovação, licenciamento ou reconhecimento desses organismos.

Nos Estados Unidos, a certificação de requisitos específicos para carne bovina pelo Serviço de Comercialização Agrícola (AMS) desempenha um papel fundamental ao garantir a conformidade com os regulamentos do Reino Unido. O AMS é um serviço/agência que integra o United States Department of Agriculture - USDA. Tem a função de apoiar e facilitar o comércio de produtos agrícolas americanos, assegurando padrões de qualidade, certificações, inspeções e serviços de auditoria para produtos como carnes, frutas, vegetais, grãos e laticínios.

No Brasil, esse papel é desempenhado por meio da aprovação de protocolos privados e o seu monitoramento pela Secretaria de Defesa Agropecuária – SDA/MAPA, cujo aumento de demanda é crescente e com perspectivas futuras ainda maiores. Há tendência ao afastamento de padrões acordados multilateralmente e estabelecimentos de mecanismos bilaterais como o desenhado por Reino Unido e Estados Unidos. Tal fator deve estar no campo de atenção das autoridades brasileiras e do setor exportador de produtos agropecuários, de modo a manter o acesso e competitividade dos produtos brasileiros por meio de acordos semelhantes.

CARNES: PRODUÇÃO, CONSUMO, TENDÊNCIAS. RÚSSIA, MAIO DE 2025

Data: 15/05/2025
Posto: Moscou/Rússia
Palavras-chave: carne bovina, produção, frango, ovos, preço, tendências de consumo.
Responsável: Marco Túlio Santiago, Adido Agrícola; Ekaterina Khudiakova, Assistente Técnica

SUMÁRIO:

A Rússia enfrenta desafios na área de produção de carne bovina. Os especialistas acham que produção interna diminuirá nos próximos anos devido à tendência de redução do número de cabeças de gado provocada por altos custos de criação e baixa no consumo. Conforme peritos, é importante monitorar de perto as mudanças na política agrícola russa e o contexto macroeconômico, que influenciam diretamente o mercado de alimentos e os padrões de consumo.

A produção de carne bovina na Federação Russa deve continuar em queda nos próximos anos. Segundo Roman Kostyuk, diretor-geral da União Nacional de Produtores de Carne Bovina, o consumo interno deverá ser suprido por carnes mais baratas, como carne suína e de frango. Já a carne bovina de maior qualidade continuará destinada à exportação. Diante desse cenário, as empresas russas não vislumbram perspectivas concretas de investimento na criação de gado de corte no país.

Atualmente mais de 20% da carne bovina no mercado russo vem das exportações do Uruguai, Brasil e Paraguai. Enquanto isso, há demanda crescente para carne bovina de alta qualidade, assim os setores premium e halal poderiam ser focos para fortalecer a presença brasileira no mercado russo de carnes.

De acordo com dados recentes do Serviço Federal de Estatísticas Estaduais (Rosstat), o preço médio da carne de frango aumentou 1,2% no período analisado, marcando um avanço significativo frente ao crescimento de 0,87% registrado na semana anterior. Entre os principais fatores que impulsionam esse aumento estão a elevação dos custos com alimentação animal e logística, bem como a maior demanda com a aproximação do verão, estação que tradicionalmente registra maior consumo de carne no país.

Outros produtos pecuários também apresentaram variações nos preços:

- Carne suína: aumento de 0,47%;
- Manteiga: queda de 0,22%;
- Ovos de galinha: redução de 1,25%.

Produtos básicos como açúcar e pão preto apresentaram variações mínimas de preço, não consideradas significativas pelos analistas.

Especialistas do setor agroalimentar destacam a importância de monitorar de perto as mudanças na política agrícola russa e o contexto macroeconômico, já que esses fatores podem influenciar diretamente o mercado de alimentos e os padrões de consumo.

Segundo o Ministério da Agricultura da Rússia, os preços de ovos no atacado caíram entre 13% e 17% em relação ao mesmo período do ano anterior, dependendo da categoria. Essa redução é atribuída, em parte, à normalização do mercado após a epidemia de gripe aviária, conforme explicou Ilya Bereznyuk, sócio-gerente da Agro and Food Communications.

Além disso, a queda nos preços pode estar relacionada a uma mudança no perfil de consumo: há indícios de que parte da demanda por carne de frango está sendo redirecionada para a carne suína. Konstantin Korneev, diretor da Rincon Management, observa ainda uma retração no consumo de salsichas, produto que tradicionalmente utiliza carne de frango em larga escala.

Diante de todo exposto, considera-se a expectativa de oportunidade para fortalecimento na participação brasileira no mercado de carnes na Federação da Rússia.

OCIDENTALIZAÇÃO DA DIETA ASIÁTICA E CRESCIMENTO DA DEMANDA POR QUEIJOS

Data: 15/05/2025
Posto: Singapura
Palavras-chave: exportação, queijos, Singapura.
Responsável: Luiz Caruso, Camila Agner D'Aquino

SUMÁRIO:

O mercado de queijos em Singapura é pequeno (USD 124,3 milhões), mas cresce cerca de 4% ao ano, impulsionado por hábitos alimentares ocidentalizados, presença de expatriados e interesse crescente pela gastronomia. Singapura se destaca como o mercado mais promissor do Sudeste Asiático, com consumidores de alto poder aquisitivo em busca de queijos premium e artesanais.

A maior parte dos queijos é importada, sobretudo da Austrália, Nova Zelândia, Itália e França. A distribuição ocorre principalmente por meio de supermercados, mas canais como lojas especializadas e e-commerce ganham espaço, especialmente para queijos raros. O consumidor local valoriza a origem, a qualidade e a variedade, embora o clima úmido e os preços elevados mantenham certos produtos em nichos premium.

O mercado de queijos em Singapura é relativamente pequeno, com importações totais de USD 124,3 milhões, atrás de países vizinhos como Filipinas (USD 202 milhões) e Malásia (USD 187,7 milhões). Os principais exportadores para Singapura são Austrália (26,8%), Nova Zelândia (13,1%), Itália (8,7%) e França (8,1%).
Ainda assim, o mercado cresce de forma constante, a uma taxa média de 4% ao ano, impulsionado pela ocidentalização dos hábitos alimentares, pela presença de expatriados e pelo crescente interesse culinário. Esses fatores fazem de Singapura o mercado mais promissor do Sudeste Asiático para queijos, com destaque para consumidores de alto poder aquisitivo que buscam produtos premium e artesanais, como Brie, Camembert, Cheddar e outras variedades menos comuns nos países vizinhos, onde predominam queijos processados.
A principal rede de distribuição é formada por supermercados como FairPrice, Cold Storage e Sheng Siong, mas canais como lojas especializadas e comércio eletrônico vêm ganhando espaço, especialmente no segmento de queijos raros.

Praticamente todo o queijo consumido no país é importado, com destaque para fornecedores da Austrália, Nova Zelândia, França, Holanda e Itália. O consumidor local valoriza a origem, a qualidade e a variedade dos produtos, embora os preços elevados e os desafios logísticos — como o armazenamento em clima úmido — mantenham alguns produtos restritos ao nicho premium. No segmento de queijos frescos, os mais consumidos incluem haloumi, feta, queijo de cabra e mozzarella fresca.

HS	Produto	Valor importado em 2024 (USD)
'040630	Queijos fundidos, exceto ralados ou em pó	$60.835.000
'040620	Queijos ralados ou em pó, de qualquer tipo	$26.365.000
'040610	Queijos frescos (não curados), incluídos o queijo de soro de leite, e o requeijão	$22.896.000
'040690	Outros queijos	$13.154.000
'040640	Queijos de pasta mofada (azul*) e outros queijos que apresentem veios obtidos utilizando Penicillium roqueforti	$1.039.000
	TOTAL	**$124.289.000**

Embora a venda de leite cru líquido seja proibida em Singapura, a comercialização de queijos e laticínios produzidos com leite cru é permitida, desde que submetidos ao controle da autoridade sanitária local (SFA), que realiza testes e monitoramento regulares.

Por se tratar de um mercado ainda em expansão, é fundamental que a rede de distribuição em Singapura conheça o produto, compreenda sua qualidade e diferenciais. Por isso, recomenda-se fortemente a apresentação física do item, seja por meio da participação em feiras ou do envio de amostras aos potenciais parceiros locais. Essa é uma estratégia essencial, frequentemente apontada como decisiva para a inserção de novos produtos no mercado singapurense.

Contato de potenciais importadores de queijo e produtos lácteos em Singapura

Empresa	Nome contato	e-mail	Celular
Ben Foods	James Koh	jameskoh@benfoods.com	+65 91116818
Bidfood Singapore	Amanda Tan	tan_amanda@bidfood.com.sg	+65 98468996
Foodtrade	Mr. Alvin Kwek	foodtrade@singnet.com.sg	+65 96379412
Indoguna	Angie Watt Wai Leng	angie.watt@indoguna.com.sg	+65 96670803
Leader Food	David Zhao	sales@leaderfoodsg.com	+65 91594053
Prime Deli Trading	Kenneth Huang	info@primedeli.com.sg	+65 96471335
QB Food Trading	Ms Evelyn Ler	eler@johnsonville.com	+65 93367199
S.S. Kim Enterprises	Soh Boon Kim	marketing@sskim.com.sg	+65 96589662
Trade-Pro Ship Supply	Edmond Chang	edmchang@trade-pross.com	+65 90909911

USO DE DERIVADOS LÁCTEOS NA ALIMENTAÇÃO ANIMAL NA TURQUIA

Data: 15/05/2025
Posto: Ancara/Turquia
Palavras-chave: Derivados lácteos, alimentação animal, investigação ampla.
Responsável: Diego Leonardo Rodrigues

SUMÁRIO:

A Turquia produz 23 milhões de toneladas de leite/ano, mas importa derivados lácteos concentrados, como leite em pó e soro, para alimentação animal e humana. Essa dinâmica reflete a logística robusta e a posição geográfica estratégica do país, além de tensões entre produtores e indústria sobre preços. O mercado turco de alimentação animal (US$ 3,4 bi em 2023) deve crescer, impulsionando importações de ingredientes lácteos, como soro em pó e caseína. Dados mostram que as importações desses produtos são consistentes, com destaque para a Holanda como principal fornecedor. O Brasil obteve certificação sanitária para exportar derivados lácteos à Turquia, abrindo oportunidades no setor de nutrição animal. Uma investigação do governo turco sobre cartéis no setor lácteo pode aumentar a demanda por importações nos próximos meses. O cenário favorável, com produção animal em expansão na Turquia, cria espaço para ampliar as exportações brasileiras de ingredientes lácteos.

O setor leiteiro da Turquia produz 23 milhões de toneladas de leite por ano. A demanda interna é alta e o país ainda é importante fornecedor do oriente médio. Por outro lado, o país é importador de derivados lácteos concentrados, como leite em pó e soro de leite, tanto para a indústria da alimentação animal como humana.

Esta dinâmica de importar produtos em que a Turquia é autossuficiente é peculiar do país e pode ser vista em diversos setores. Em parte, isso se deve a robustez logística do país e sua posição geográfica estratégica.

Neste contexto, o debate sofre custos de produção frente aos preços pago ao produtor pela indústria tem sido intensificado na última década. A queda de braço entre a produção primária e o setor industrial é conhecida pelo setor brasileiro, ao passo que algumas soluções têm sido apontadas recentemente em nosso país para pacificar a oferta e demanda.

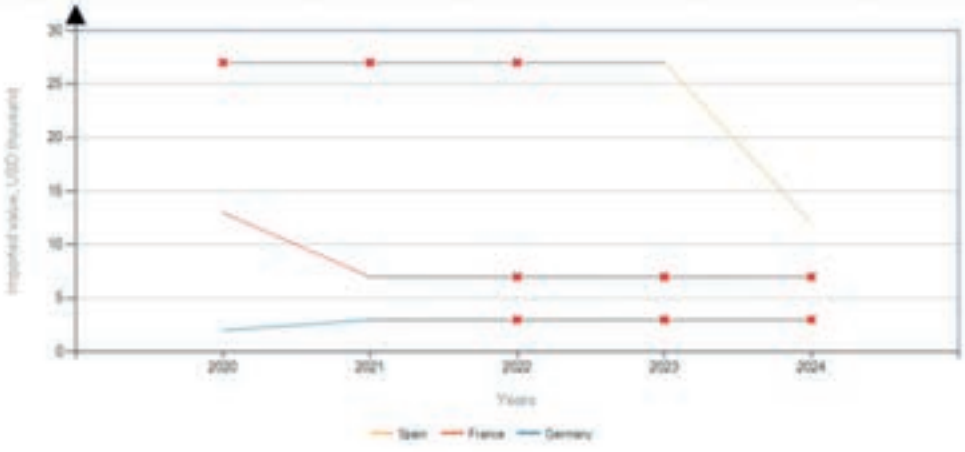
Alimentação animal com derivados lácteos

O mercado da alimentação animal da Turquia em 2023 foi estimado em US$3,4bi com previsão de atingir US$4,8bi em 2031 e parte da matéria-prima é importada.

Diversos produtos derivados lácteos são utilizados na alimentação animal. Soro de leite em pó, leite em pó desnatado e caseína são exemplos, mas a cada dia nossas soluções e composições são elaboradas para o balanceamento nutricional de rações de animais de produção e no setor pet.

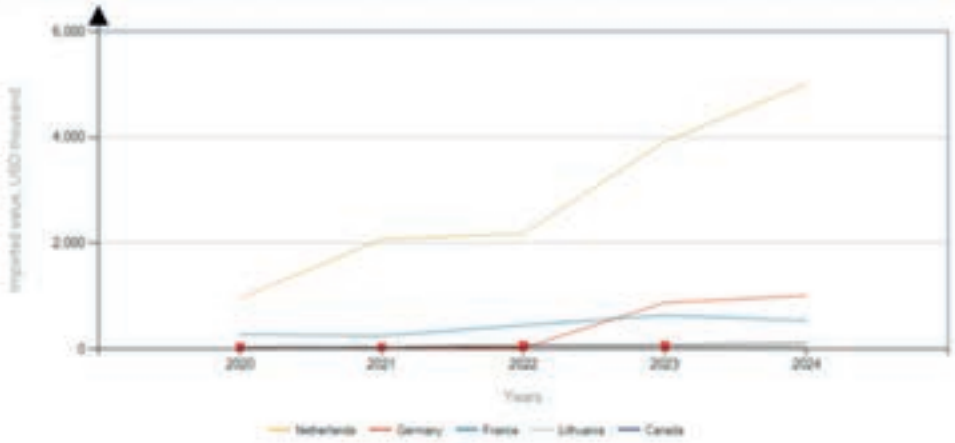
A seguir, apresentamos alguns dados que mostram os volumes importados pela Turquia de códigos relevantes para derivados de leite na alimentação animal

Figura 01. Importação da Turquia de produtos contendo pelo 75% de derivados lácteos para alimentação de cães e gatos por país de origem, de 2020 a 2024.



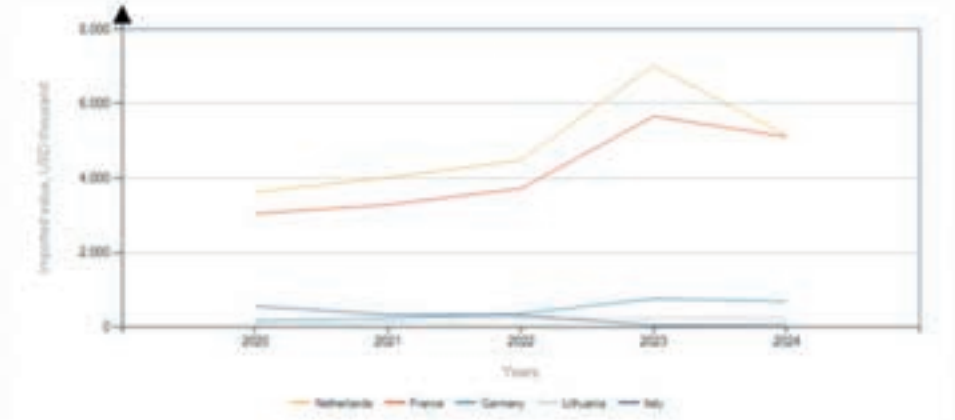
ITC, 2025

Figura 02. Importação da Turquia de produtos contendo pelo menos 75% de derivados lácteos para alimentação animal, exceto para cães e gatos por país de origem, de 2020 a 2024.



ITC, 2025

Figura 03. Importação da Turquia de produtos contendo pelo menos 50% e no máximo 75% de derivados lácteos para alimentação animal, exceto para cães e gatos por país de origem, de 2020 a 2024.



ITC, 2025

Perspectivas e Oportunidades

No contexto apresentado, observa-se que as importações de derivados lácteos para alimentação animal são consistentes e com tendência de aumento ao longo do tempo. Predomina a origem Holanda, que é importante fornecedor global, inclusive para o Brasil.

O Brasil acordou recentemente certificado sanitário com a Turquia para respaldar a exportação deste tipo de produto. A produção animal na Turquia está aquecida e com previsão de crescimentos para 2025, impulsionando importações para ingredientes para alimentação animais, em especial de animais de produção.

Adicionalmente, o Ministério da Agricultura e Florestas da Turquia iniciou recentemente uma ampla investigação em 56 indústrias do setor leiteiro, incluindo as maiores indústrias do país. Há indícios de formação de cartel e medidas ilegais de controle de mercado que estão impactando no preço do leite pago ao produtor. Nos próximos meses, o desdobramento destas investigações deve impactar o mercado e potencialmente fomentar a importação destes produtos.

Assim, há espaço para a ampliação da gama de produtos para alimentação animal de origem animal do Brasil para a Turquia – tanto do lado da oferta (setor brasileiro capacitado e com produtos disponíveis), como da demanda na Turquia.

A principal representação setorial é a Türkiye Feed Manufacturers Association (Türkiye Yem Sanayicileri Birliği). Seu objetivo é guiar os membros que produzem todos os tipos de alimentos para animais domésticos em temas técnicos e econômicos e permitir a cooperação mútua.

A associação congrega potenciais importadores como concorrentes nacionais aos produtos brasileiros.

Türkiye Yem Sanayicileri Birliği
Endereço: Çetin Emeç Bulvarı Lizbon Caddesi
(Eski 2. Cad.) Öveçler Mah. No:38/7 Dikmen Çankaya ANKARA
Website: https://www.yem.org.tr/
E-mail:info@yem.org.tr
Tel:+90.312.472 83 20
Contato: Serkan Özbudak

O AUMENTO DOS CASOS DE LINGUA AZUL NOS PAISES DA UNIÃO EUROPEIA

Data: 15/05/2025
Posto: Bruxelas/Bélgica-UE
Palavras-chave: doença da língua azul; União Europeia; animais suscetíveis; medidas de controle.
Responsável: Nilton de Morais

SUMÁRIO:

A língua azul (LA) é uma doença viral transmitida por vetores que afeta ruminantes domésticos e selvagens como ovinos, caprinos, bovinos e cervídeos. Existem diversos sorotipos do vírus da língua azul (VLA), sendo os mais virulentos o VLA-8 e o VLA-3, que causam alta mortalidade em ovelhas e afetam os bovinos provocando redução na produção de leite e aumento de perdas reprodutivas.

Este AgroInsight abordará o aumento da incidência da doença na Europa nas últimas duas décadas, impulsionado por fatores como as alterações climáticas, a dinâmica dos vetores e a emergência de novos sorotipos, que coincide com uma tendência geral de declínio das populações de gado na União Europeia (UE).

Embora seja complexo estabelecer uma ligação causal direta e definitiva, a doença tem contribuído inegavelmente para as perdas populacionais nas regiões afetadas, especialmente durante surtos graves.

Este documento visa oferecer uma visão de como a UE está lidando com o problema e quais oportunidades de aprendizado e de exportação para produtos brasileiros neste novo cenário.

A língua azul (LA) é uma doença viral transmitida por vetores, mosquitos do gênero Culicoides, que afeta ruminantes domésticos e selvagens como ovinos, caprinos, bovinos e cervídeos. O vírus da língua azul (VLA) não é contagioso para humanos. Há 26 sorotipos conhecidos, sendo os mais virulentos o VLA-8 e o VLA-3. Estes causam alta mortalidade em ovelhas e afetam os bovinos provocando redução na produção de leite e aumento de perdas reprodutivas.

A doença era considerada exótica na Europa, com incursões esporádicas registradas antes do final da década de 1990. Isso mudou com a emergência e a disseminação de diversos sorotipos do VLA na bacia do Mediterrâneo entre 1998 e 2005. Esse aumento inicial na incidência foi atribuído principalmente às mudanças climáticas e à expansão para o norte do mosquito Culicoides imicola, importante vetor do vírus. A presença contínua de múltiplos sorotipos nesse período inicial já indicava a variabilidade inerente ao vírus e a complexidade de seu controle.

Uma grande mudança ocorreu a partir de agosto de 2006, quando o sorotipo VLA-8 causou uma grave epizootia no norte da Europa. Diferentemente dos surtos anteriores, a transmissão do VLA-8 nessa região se deu por espécies nativas de Culicoides, demonstrando a capacidade do vírus de se adaptar a novos vetores e de se estabelecer em áreas geográficas onde antes não era prevalente. O dano econômico causado por essa epizootia foi considerável, evidenciando o potencial impacto da LA na produção animal. Nos últimos 10 anos, conforme pode ser verificado no quadro 1, houve um aumento significativo dos casos no mundo, com destaque para a UE.

Quadro 1. Número de casos de língua azul (2015-2025)

Local/ano	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025*
UE-27	12.935	10.552	76.345	25.196	584	5.542	134.793	4.807	15.274	18.906	19
Europa	13.028	13.077	76.349	25.185	640	10.019	134.794	4.795	15.309	23.311	334
Mundo	76.995	88.391	81.485	31.761	10.019	12.945	137.375	46.529	17.492	27.179	334

*Dados até 08/05/2025. Fonte: https://wahis.woah.org/#/home

Embora seja complexo estabelecer uma ligação causal direta e definitiva entre o aumento da incidência da LA e a diminuição geral do número de animais de produção devido à influência de outros fatores como, por exemplo, forças de mercado e políticas agrícolas, a doença contribui inegavelmente para perdas populacionais nas regiões afetadas, especialmente durante surtos graves.

Segundo dados do Eurostat, disponíveis no quadro 2, houve diminuição das principais espécies de animais de criação desde 2015. Comparando os números de 2023 com os de 2015, a quantidade de bovinos diminuiu 7,6%, a de suínos caiu 8,6% e a de caprinos, numa queda mais acentuada, reduziu 16%. A espécie ovina foi a única que aumentou 25,18%.

Quadro 2 - Número de bovinos, suínos, ovinos e caprinos na UE27 (milhões de cabeças - 2015-24)

Espécie / Ano	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Bovinos	79,3	79,6	79	77,8	77,1	76,5	75,7	74,8	73,7	71,8
Suínos	144,3	142,6	145,5	143,5	143,1	145,9	141,6	134,4	132,8	132,1
Ovinos	31,5	30,9	33,6	35,1	37,2	42,1	45,1	44,6	42,1	44,1
Caprinos	12,3	12,3	12,2	12,2	12,1	11,9	11,7	11,2	10,6	-

Fonte: Eurostat/UE

Medidas de controle adotadas pela UE

A vacinação é considerada a medida mais eficaz e prática para minimizar as perdas econômicas relacionadas à LA. Programas de vacinação em massa com duração de pelo menos cinco anos e alta cobertura (cerca de 95%) são frequentemente recomendados para os programas de erradicação. Um grande desafio no controle e erradicação da LA é a existência de múltiplos sorotipos do vírus. Outro agravante é que a imunidade a um sorotipo não protege contra outros, e as vacinas são tipicamente específicas para cada sorotipo. A falta de vacinas autorizadas para sorotipos emergentes como o VLA-3 inicialmente representou um problema significativo. Campanhas de vacinação bem-sucedidas foram creditadas para o controle de surtos anteriores, como nos casos de epizootia de VLA-8 na Alemanha e no Reino Unido.

A implementação de zonas de controle com restrições ao movimento de animais suscetíveis é uma estratégia fundamental para evitar a propagação do vírus de áreas infectadas para regiões livres da doença. Medidas de quarentena também são usadas para isolar animais infectados. Essas restrições estão sendo utilizadas pela UE e podem perturbar significativamente os mercados e o comércio de animais, impactando a viabilidade econômica da criação nas áreas afetadas e potencialmente levando a reduções localizadas no número de animais devido às dificuldades em vendê-los ou movimentá-los. Programas bem estruturados de vigilância, incluindo vigilância ativa com testes em animais e vigilância passiva de casos suspeitos, são essenciais para a detecção precoce de surtos da doença e para o monitoramento da disseminação do vírus. Testes pré-movimentação também são usados para garantir que os animais transportados não estejam infectados.

Medidas para controlar os mosquitos vetores, como o uso de inseticidas e repelentes, podem ajudar a reduzir a transmissão do vírus da LA. O monitoramento de vetores também é importante para entender a atividade e a distribuição dos mosquitos. Embora o controle de vetores possa desempenhar um papel na redução do risco de transmissão, sua eficácia em condições de campo em larga escala pode ser limitada. As mudanças climáticas, ao potencialmente estender a estação e os períodos de atividade dos mosquitos, também podem tornar o controle de vetores mais desafiador.

Outros problemas causados pela doença

Restrições comerciais: a detecção de focos de LA leva à implementação de zonas de restrição, impedindo ou dificultando a movimentação de animais e seus produtos (carne, leite, sêmen) dessas áreas para regiões livres da doença, tanto dentro da UE quanto para países terceiros. Essas restrições podem levar a um acúmulo de animais nas propriedades afetadas, com consequente pressão sobre os recursos (alimentos e espaço) e desvalorização dos animais no mercado local.

Dificuldades para o controle: as estratégias de controle da LA incluem vigilância entomológica e sorológica, vacinação (quando disponível e apropriada), restrição de movimentação e, em casos extremos, abate sanitário de animais infectados ou suspeitos. O abate sanitário, embora drástico, visa erradicar focos e evitar a disseminação da doença, resultando diretamente na diminuição do número de animais. A vacinação, por outro lado, pode proteger os animais suscetíveis, mas a sua implementação em larga escala pode ser dispendiosa e logisticamente complexa, podendo levar alguns produtores a reduzirem seus rebanhos como medida preventiva ou econômica.

Impacto a longo prazo: A persistência da LA em certas regiões da UE pode levar a mudanças nas práticas de criação, com alguns produtores optando por reduzir o número de animais suscetíveis ou mudar para espécies menos vulneráveis. A incerteza regulatória e as flutuações do mercado decorrentes da doença também podem desincentivar novos investimentos no setor pecuário em áreas de risco.

Conclusão

Em resumo, a UE tem experimentado um aumento significativo na incidência da LA, marcado pela emergência de novos sorotipos virulentos como o VLA-3, e sua ampla distribuição geográfica nos últimos anos. Esse aumento coincide com uma tendência de declínio nas populações de animais de produção na Europa, afetando principalmente bovinos e caprinos. Diversos mecanismos causais potenciais podem explicar essa relação, incluindo a mortalidade direta de animais infectados, problemas na parte reprodutiva, a diminuição da produtividade, pela diminuição da produção de leite e ganho de peso para bovinos, as pressões econômicas decorrentes das restrições comerciais e dos custos de controle, e a incerteza geral que desestimula os criadores em áreas de alto risco. O impacto econômico da LA é considerável, tanto em termos de perdas diretas para os criadores quanto de custos indiretos para o setor agrícola como um todo, o que pode levar à redução do número de animais ou ao abandono da atividade. As medidas de controle atuais, como a vacinação, as restrições de movimento, a vigilância e o controle de vetores, apresentam desafios e limitações, especialmente diante da emergência de novos sorotipos e da influência das mudanças climáticas.

A diminuição do número de bovinos e caprinos, ocorrida nos últimos dez anos e a ocorrência de doenças, como a LA, reduziu e poderá diminuir ainda mais o número de animais na UE e aumentar a demanda por importação de proteína animal. Isto representa uma oportunidade para o Brasil, como país com capacidade de aumentar a exportação de carne bovina para a UE.

Referências

Bluetongue - EFSA - European Union, acessado em 8 de maio de 2025, https://www.efsa.europa.eu/en/topics/topic/bluetongue

Bluetongue - WOAH - World Organisation for Animal Health, acessado em 8 de maio de 2025, https://www.woah.org/en/disease/bluetongue/

Bluetongue Epidemiology in the European Union - PMC - PubMed Central, acessado em 8 de maio de 2025, https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC2570923/

Bluetongue in Europe: past, present and future - PMC - PubMed Central, acessado em 8 de maio de 2025, https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC2865089/

Eurostat, acessado em 08/05/2025: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/explore/all/agric?lang=en&subtheme=agr.apro.apro_anip.apro_mt.apro_mt_ls&display=list&sort=category&extractionId=apro_mt_lspig

Bluetongue in Cattle and Sheep - NADIS, acessado em 8 de maio de 2025, https://www.nadis.org.uk/disease-a-z/cattle/bluetongue-in-cattle-and-sheep/

REDUÇÃO DA TARIFA DE IMPORTAÇÃO PARA COXAS DE FRANGO CONGELADAS NO VIETNÃ

Data: 15/05/2025
Posto: Hanói/ Vietnã
Palavras-chave: coxas de frango, NMF, redução tarifária.
Responsável: Juliano Vieira - Adido Agrícola em Hanói

SUMÁRIO:

O Governo do Vietnã publicou decreto que revisa as alíquotas do imposto de importação segundo a cláusula da Nação Mais Favorecida (NMF) para diversos produtos, incluindo coxas de frango congeladas importadas sob o código SH 0207.14.20. A tarifa foi reduzida de 20% para 15% e já está em vigor.

O Decreto nº 73/2025/ND-CP, publicado em 31 de março de 2025 pelo Governo do Vietnã, revisou as alíquotas do imposto de importação com base na cláusula da Nação Mais Favorecida (NMF) para diversos produtos, incluindo coxas de frango congeladas importadas sob o código SH 0207.14.20. A tarifa foi reduzida de 20% para 15% e já está em vigor.

Essa tarifa é aplicada aos países enquadrados na categoria de NMF, conforme as regras da Organização Mundial do Comércio (OMC). Entre os países que se beneficiam desse tratamento e que já exportam seus produtos ao Vietnã estão o Brasil, Estados Unidos, Argentina e Turquia.

A lista de estabelecimentos e produtos brasileiros já autorizados a exportar carne de frango ao Vietnã pode ser consultada no site: https://cucthuy.gov.vn/en/danh-sach-cac-doanh-nghiep-cua-22-nuoc-du-dieu-kien-xuat-khau-thuc-pham-co-nguon-goc-dong-vat-tren-can-vao-viet-nam.

Para as empresas que ainda não estão autorizadas a exportar ao Vietnã, o local exige habilitação específica. Para tanto, é necessário cumprir os dispositivos previstos no Decreto nº 15/2018/ND-CP, publicado em 2 de fevereiro de 2018, que estabelece as diretrizes para a solicitação da habilitação.

Para as empresas que tencionam participar em eventos de promoção comercial no Vietnã, sugere-se a participação nas feiras internacionais Food and Hotel Vietnam (FHV) e Food and Hospitality Hanoi (FHH). Cada evento é realizado bianualmente, alternando-se entre as cidades de Ho Chi Minh (região sul) e Hanói (região norte). Nas últimas edições, a FHV, sediada em Ho Chi Minh, tem registrado um maior número de participantes. A próxima edição da FHV ocorrerá entre os dias 25 e 27 de março de 2026.

Informações detalhadas sobre esses eventos estão disponíveis nos sites https://foodnhospitalityvietnam.com/?lang=en e https://foodnhospitalityhanoi.com/?lang=en.

A lista abaixo apresenta relação de potenciais importadores vietnamitas de carne de frango:

- ACE FOOD PLUS

Endereço: nº. 30, Nguyen Khang Street - Cau Giay District - Hanoi
Website: https://acefoodsplus.vn/
Telefone: (+84) 96 2939 668

- FOOD ANBINH

Endereços:
1. Headquarters: Lot 7, Den Lu 3, Hoang Van Thu Ward, Hoang Mai District, Hanoi City.
2. Office HCM: Bau Bang, Ward 13, Tan Binh District, City Ho Chi Minh.
Website: https://anbinhgroup.com.vn/en/
Telefones:
Hotline: 84.944.838.688
-Purchase Manager: (+84) 904 063 737

- TOPVIET FOOD

Endereço: No. 19 Van Don, Nai Hien Dong Ward, Son Tra District, Danang city
Website: https://topvietfood.com/
Telefone: (+84) 988.888.143

- VINAFOOD VIET NAM JOINT STOCK COMPANY

Endereço: Lot C47 – LK10, No 8, Urbant Zone Geleximco Le Trong Tan, Ha Dong, Ha Noi
Website: https://vinafood.vn/
Telefone: (+84) 24.22.307.307

- THAO TIEN COMPANY LIMITED

Endereço: 165/24 Phan Văn Hớn, P. Tân Thới Nhất, Q. 12, Tp. HCM
Website: http://thaotien.vn/
Email: thaotien@thaotien.vn
Telefone: (+84) 938 110 596

- ONFOOD FOOD XNK COMPANY LIMITED

Endereço: 163/4 Đường số 20, Khu phố 7, Tổ 48A, P. 5, Q. Gò Vấp, Tp. Hồ Chí Minh
Website: www.onfoods.vn
Telefone: (+84) 0339608913 - 0914007829 - 0989111251