

Um
mundo de
oportunidades

Volume 10
Origem: vegetal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

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

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

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

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

CEP: 70043-900 Brasília - DF

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

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

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 Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virgínia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

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).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo



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

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

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

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



OPORTUNIDADES PARA O GERGELIM NO MERCADO ALEMÃO

Data: 15/10/2025

Posto: Berlim/Alemanha

Palavras-chave: Gergelim. Oleaginosas.

Responsável: Eduardo Sampaio Marques.

SUMÁRIO:

O documento aborda o rápido avanço da cultura do gergelim no Brasil e seu potencial exportador. O Brasil já é o 3º maior exportador mundial, com 10% do comércio global e tem potencial para avançar ainda mais e precisa conquistar mais mercados para realizar esse potencial. A Alemanha importa cerca de 35 mil toneladas anuais e o produto é usado sobretudo em panificação, snacks, produtos plant-based e culinária oriental. O preço médio de importação alemão supera significativamente a média mundial, indicando exigência por qualidade superior. O Brasil ainda exporta volumes mínimos à Alemanha, mas destaca-se por ser o exportador que mais ampliou embarques no mundo entre 2020 e 2024. O produto brasileiro já entra com tarifa zero na UE. Conclui que a Alemanha é um destino interessante, com melhor remuneração e potencial para consolidar a presença do gergelim brasileiro.

1. INTRODUÇÃO

A cultura do gergelim tem apresentado forte crescimento no Brasil nos últimos anos.

Dados da Conab mostram que a área plantada com gergelim no Brasil passou de 53 mil ha em 2018/19 para 608 mil ha na safra 2024/25, recém-encerrada. A produção foi de 41,3 mil toneladas para 399,4 mil toneladas no mesmo período. Com isso o Brasil vem também se tornando um exportador do produto com expressivos 246 mil toneladas exportadas em 2024 volume equivalente a 10% do comércio global. O país foi o terceiro exportador global, atrás de Nigéria e Paquistão e com volume semelhante a Índia e Sudão. Dentre os maiores exportadores o Brasil é, de longe, aquele que mais vem aumentando seus embarques.

Trata-se de cultura plantada predominantemente após a cultura da soja, como segunda safra, a popular safrinha. Desta forma representa excelente oportunidade para intensificar o uso da terra e se apresenta como alternativa ao milho, principal cultura de segunda safra nas regiões SE, CO e NE. Dadas suas características, inclusive, o gergelim permite um plantio mais tardio do que o milho o que contribui para maximizar o uso das áreas com a segunda safra.

A Alemanha é importadora tradicional do produto e pode representar um novo mercado para o gergelim brasileiro. Como que a produção brasileira tem grande potencial de crescimento é importante buscar novos mercados para que esse potencial se concretize.

2. Panorama do mercado alemão de gergelim

A União Europeia apresenta um mercado de gergelim fortemente dependente de importações, visto que a produção interna é limitada. O Bloco vem importando cerca de 160 mil toneladas anuais, na média dos últimos 10 anos.

Considerando as importações médias dos últimos 10 anos, a Alemanha é o maior importador dentre os membros da UE, com 35 mil toneladas anuais. A Grécia importa volumes muito semelhantes e superou a Alemanha nos 3 últimos anos. (Tabela 1).

A Alemanha, ou mesmo a União Europeia, não estão entre os maiores importadores globais, no entanto. Em 2024 as importações mundiais somaram 2,6 milhões de toneladas, sendo os principais importadores a China (1,2 milhão de t), a Turquia (245 mil t), o Japão (193 mil t), a Índia (141 mil t) e a Coreia do Sul (82 mil t). A Alemanha vem em 11ª posição, com 39 mil t.

Tabela 1: Importações alemãs de gergelim (SH 1207.40) por origem entre 2020 e 2024 em toneladas. Países ordenados em ordem decrescente por volume médio no período.

Origem	2020	2021	2022	2023	2024
Nigéria	5.264	6.749	4.478	6.671	6.562
Índia	10.680	4.205	3.412	3.509	4.002
Uganda	3.189	3.105	3.063	3.565	4.032
Guatemala	2.503	3.748	2.731	2.753	2.472
Países Baixos	3.318	2.365	2.340	1.913	1.945
Chade	n/d	1.276	217	2.561	5.400
China	3.188	2.429	977	2.126	2.742
Egito	1.498	2.025	2.010	1.622	2.264
Paraguai	1.593	2.804	936	1.235	1.299
Moçambique	1.638	1.097	2.172	1.939	94
Outros	5.383	11.519	8.221	5.903	8.037
Total	38.254	41.322	30.557	33.797	38.849

Fonte: Trademap.org, consulta em 15/10/2025

Assim como se observa em diversos outros produtos, os Países Baixos funcionam como um hub de importação para gergelim na Europa. Muitos traders europeus importam via Roterdã, processam ou distribuem gergelim (descascado, limpo) e repassam para outros países da UE[1]. Nota-se que os países Baixos são um dos principais exportadores de gergelim para a Alemanha.

O consumo do gergelim na Alemanha (e Europa em geral) é impulsionado por tendências alimentares, como crescimento do consumo de produtos orientais (asiáticos e do Oriente Médio), seu uso em panificação, snacks, produtos “plant-based”, tahine e molhos como hummus, e a diversificação de aplicações em cereais e misturas.

Importadores relatam que o país busca fornecedores que ofereçam sementes de gergelim claras (casca clara, fácil de descascar), limpas, com baixos defeitos, em embalagens de qualidade e com rastreabilidade. Também há demanda por orgânico e por alta pureza de grãos, pois defeitos ou contaminantes (sujeira, pedras, impurezas) são rigorosamente rejeitados por indústrias europeias.

[1] Baseado em “The European market potential for sesame seeds”, em cbi.eu. (Centro para a Promoção de Importações de Países em Desenvolvimento)

O mercado alemão de gergelim é diversificado. O país possui um amplo setor de panificação, uma demanda crescente por oleaginosas saudáveis e, ao mesmo tempo, uma quantidade significativa de imigrantes, cujos hábitos alimentares contribuem para o forte consumo.

O setor de panificação utiliza sementes de gergelim em produtos como pães e pãezinhos. Em 2023, o setor de panificação e confeitaria representava 9,5% e 7,9% do valor da indústria alemã de alimentos e bebidas, respectivamente, de acordo com a Federação Alemã das Indústrias de Alimentos e Bebidas (BVE). As empresas alemãs que vendem ingredientes para os setores de panificação e confeitaria são um importante grupo-alvo para exportadores de gergelim. Entre elas, estão a Küchler (parte do grupo Acomo), a Tampico Trading e a Schlüter & Maack.

A diversidade populacional da Alemanha também exerce forte influência, especialmente a parcela da população de origem do Oriente Médio. Por exemplo, tahine, halva e simit (a versão turca do koulouri) são populares na comunidade turca, estimada em quase 3 milhões de pessoas. Porém, cidadãos de outras origens, incluindo os próprios alemães, passam a apreciar esses pratos. De acordo com a lamExpat Media, veículo de mídia voltado ao público de expatriados na Alemanha, os alemães são quase tão apaixonados por petiscos turcos quanto por seus próprios pratos tradicionais. A esse respeito é sintomático notar que o Döner kebab, prato típico turco, tenha se tornado o prato mais popular em Berlim.

Um indicativo de preços interessante é o valor do produto importado. Enquanto em média as importações mundiais foram cotadas a US\$ 1.808/tonelada em 2024, na Alemanha importou-se em média a US\$ 2.611/t, na China, o maior importador mundial, a US\$ 1.578/t e na Índia, o maior importador do produto do Brasil, a US\$ 1.571/t. Esse diferencial de preços indica, também, que o importador alemão exige um produto de melhor qualidade e com atributos diferenciados, e paga por isso.

Outro indicativo é o preço no varejo, de fácil obtenção. A Figura 1 a seguir apresenta os preços do gergelim no varejo de Berlim em 15/10/2025. Procurou-se uma diversidade de produtos – claro, preto, descascado, orgânico – para representar o mercado local.

Figura 1: Exemplos de gergelim encontrados no varejo de Berlim, com respectivos preços, em 15/10/2025.



3. Oportunidades para o Brasil

O Brasil exporta quantidades insignificantes de gergelim para a Alemanha. Os maiores mercados são Índia, Turquia e o conjunto de países árabes. A União Europeia absorve apenas 2% das exportações brasileiras. (Tabela 2).

Tabela 2 - Exportações brasileiras de gergelim por destino (2022 – 2024)

Destino	2022		2023		2024	
	US\$ mil	toneladas	US\$ mil	toneladas	US\$ mil	toneladas
Índia	13.709	10.116	84.286	57.519	134.846	100.370
Turquia	15.101	11.554	49.486	33.948	73.386	50.254
Vietnã	3.735	2.666	9.871	6.478	23.626	15.973
Guatemala	-	-	27.727	21.684	23.152	17.022
México	14.066	9.772	9.313	6.327	18.107	11.884
Egito	1.127	840	4.327	2.717	15.117	10.662
UE 27	5.479	3.848	6.782	4.224	6.768	4.164
Outros	4.990	3.590	28.135	18.318	52.752	35.920
Total	58.208	42.386	219.926	151.216	347.755	246.249

Fonte: Agrostat Brasil

Por outro lado, dentre os grandes exportadores globais de gergelim observa-se que alguns deles – Índia, Sudão, Etiópia, Myanmar, Burkina Faso – não têm conseguido aumentar seus embarques na mesma proporção do aumento da demanda global, abrindo espaço para outros países. Nesse cenário se destaca o Brasil, país que, dentre os 15 maiores exportadores do produto, mais ampliou os volumes exportados, o dobro da média dos demais exportadores entre 2020 e 2022, indicando a alta capacidade de competição do gergelim brasileiro.

De acordo com o já citado estudo do CBI – “The European market potential for sesame seeds” 1,, as empresas alemãs ainda exigem práticas sustentáveis, sobretudo no segmento premium ou orgânico. As certificações valorizadas no mercado alemão incluem orgânico (UE Organic), Fair Trade, práticas agrícolas sustentáveis, rastreabilidade e documentação de conformidade ambiental/social. Os importadores alemães e europeus frequentemente exigem inspeções independentes, auditorias e cláusulas contratuais de conformidade ética.

Portanto, quem exportar gergelim para a Alemanha precisa garantir excelente qualidade física, pureza, conformidade sanitária, rastreabilidade por lote e, se possível, certificações de sustentabilidade diferenciadas para atrair compradores premium.

O gergelim já entra na União Europeia com tarifa zero, portanto as condições de acesso não serão afetadas caso o acordo de livre comércio com o Mercosul for implementado.

4. Prospecção de clientes

O acesso aos canais de entrada no mercado alemão de gergelim pode ser realizado através de diferentes estruturas já consolidadas nos setores de alimentos, oleaginosas e comércio exterior. No campo institucional, destaca-se a Federação Alemã da Indústria de Alimentos (Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie – BVE), princípio entidade representativa da indústria alimentícia. A BVE reúne empresas processadoras e fabricantes que utilizam o gergelim como ingrediente.

No âmbito da panificação e confeitaria — segmentos que concentram grande parte da demanda por gergelim — destacam-se a Federação Alemã das Grandes Padarias (Verband Deutscher Großbäckereien – VDG) e a Federação Alemã da Indústria de Confeitaria (Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie – BDSI).

Em termos de comércio e distribuição, o Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) — federação que representa o atacado, o comércio exterior e os serviços — atua como interlocutor de importadores e distribuidores, reunindo operadores que podem servir como porta de entrada ao mercado alemão.

No calendário de eventos, as grandes feiras desempenham papel central na construção de contatos: a Anuga (Colônia – bienal no mês de outubro), considerada a maior feira mundial de alimentos e bebidas, reúne importadores, distribuidores e processadores e a Biofach (Nurembergue – anual em fevereiro), para contato direto com processadores e importadores, voltada ao mercado de orgânicos.

Outro canal é a plataforma on-line “Wer liefert was” (quem distribui o que) que se trata do principal diretório B2B de fornecedores no país, reunindo empresas de todos os setores — incluindo importadores, processadores e distribuidores de produtos em geral. A plataforma permite buscas segmentadas por setor de atuação (fabricante, fornecedor, atacadista), localização geográfica, tipo de empresa e por tipo de produto (www.wlw.de). Além desta, a plataforma EUROPAGES permite identificar importadores, distribuidores e processadores de alimentos na Alemanha, além da União Europeia (<https://www.europages.de/>). Em buscas rápidas, em ambas as páginas, é possível identificar os compradores que já comercializam carne de aves do Brasil. Devem ser utilizados os termos em alemão, como: Sesam (gergelim), Sesamöl (óleo de gergelim), Sesamsaat (semente de gergelim).

5. Conclusão

Mesmo que não esteja entre os maiores importadores do mundo a Alemanha é um mercado interessante para o gergelim brasileiro. Remunera melhor por um produto de maior qualidade. Como a produção brasileira vem crescendo rapidamente e tem grande potencial é importante buscar mais destinos para possibilitar essa expansão. O produto brasileiro reúne as condições necessárias para maior inserção no mercado alemão.