

Um
mundo de
oportunidades

Volume 9
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

Jenny 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

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 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.



MERCADO DE CARNE SUÍNA EM ANGOLA BRASIL CONSEGUE MANTER SUA PARTICIPAÇÃO DIANTE DA RESTRIÇÃO À IMPORTAÇÃO?

Data: 15/09/2025

Posto: Luanda/Angola

Palavras-chave: Carne suína. Carne de porco. Angola

Responsável: José Guilherme Tollstadius Leal

SUMÁRIO:

As importações de carne suína em Angola foram reduzidas nos últimos anos, passando de 93,7 mil toneladas em 2022 para 41,5 mil toneladas em 2024. O Brasil conseguiu manter a quantidade enviada para Angola no período, mesmo com a forte queda nas importações. No entanto, a manutenção de restrições para importações poderá exigir mudanças na estratégia comercial, para que o produto brasileiro continue sendo líder no mercado angolano.

INTRODUÇÃO

As importações de carne suína em Angola têm sido afetadas por restrições impostas pelo governo local, medidas que se intensificaram nos anos de 2024 e 2025.

A produção interna está em crescimento, ainda que seja insuficiente para atendimento da demanda do país. O produto importado é responsável pela maior quantidade de carne suína consumida em Angola.

O cenário de crescimento da produção local e de limitação das importações poderá exigir mudanças na estratégia comercial e no posicionamento dos produtos brasileiros.

DESENVOLVIMENTO

O consumo per capita de carne suína em Angola é estimado em 4,0 kg por ano, valor que, possivelmente, foi menor nos anos de 2023 e 2024, em função da acentuada redução do poder de compra da população, consequência da rápida desvalorização da moeda local (Kwanza) em relação ao Dólar verificada no período de maio a dezembro de 2023.

O Governo de Angola vem adotando medidas para proteger e incentivar a produção interna de suínos.

As medidas de proteção da produção local resultaram no aumento dos direitos de importação (tarifa) para algumas mercadorias a partir de 2024 e em restrições na emissão de licenças de importação, também direcionadas para produtos específicos, como miúdos, cabeças, carne de cabeça e pé de suínos.

Segundo o Ministério da Agricultura e Florestas (MINAGRIF), a produção de carne suína em Angola no ano de 2024 foi de 11.781 toneladas. No entanto, se pode inferir que a produção está crescendo, em função de novos projetos de suinocultura industrial que foram inaugurados recentemente e da expansão das granjas de suínos tipo industrial.

A produção de suínos em Angola enfrenta alguns desafios que poderão limitar o crescimento esperado pelo governo angolano. A presença da peste suína africana (PSA) no país exige das granjas industriais medidas redobradas de biossegurança. Mortalidade de animais em granjas suínas em função de focos da doença, foi noticiada recentemente. Outro desafio a ser superado é o aumento da produção de milho e soja. Atualmente, a produção de milho está muito ajustada à demanda interna, sendo que a maior parte do grão é direcionada à alimentação humana (farinhas, fubá). Quanto à soja, trata-se de uma cultura que apenas recentemente vem sendo plantada no país, com área estimada de 20.000 hectares na safra 2024/2025 (ainda não estão disponíveis dados oficiais).



Fonte: www.instagram.com/fazendasantoantonioangola/#

A carne suína importada é responsável pela maior quantidade consumida no mercado angolano. No entanto, analisando os dados de 2022, 2023 e 2024 (fonte: Administração Geral Tributária), se verifica redução da quantidade importada, conforme tabela 1 a seguir.

CÓDIGOS	DESCRIÇÃO (AGRUPAMENTOS)	2022		2023		2024	
		Quantidade (ton)	Valor (US\$)	Quantidade (ton)	Valor (US\$)	Quantidade (ton)	Valor (US\$)
0203.11.00 / 0203.12.00 / 0203.13.00 / 0203.21.00 / 0203.22.00 / 0203.29.00	Carnes de animais da espécie suína, frescas, refrigeradas ou congeladas	57.339,85	76.230.586,98	27.280,44	54.376.215,55	27.430,90	53.620.508,78
0204.41.00/0206.40.00	Miudezas da espécie suína, congeladas	34.133,44	32.688.485,93	27.226,43	30.227.163,75	13.107,18	15.282.207,30
0210.11.00 / 0210.12.00 / 0210.19.00	Carnes e Miudezas, comestíveis, salgadas, ou em salmoura secas ou fumadas (anilhas e pés, comestíveis, de carnes ou de miudezas)	2.071,88	4.931.182,53	351,40	1.784.736,03	594,90	2.351.302,57
0209.10.00	Toucinho sem partes magras, gorduras de porco, frescas, refrigeradas, congeladas, salgadas ou fumadas(defumadas)	173,31	476.100,58	351,81	627.211,66	364,72	431.370,30
TOTAL		93.718,49	114.335.356,02	55.210,16	87.015.326,99	41.508,69	71.694.389,95

Tabela 1 – importações de carne suína, por grupo de mercadorias – dados da Administração Geral Tributária.

As importações de carne suína caíram 56%, na comparação entre 2022 e 2024.

Produtos como miúdos, cabeça, carne de cabeça e pé de suínos, que em 2022 responderam por 36% das importações de carne suína, estão sendo fortemente impactados pelas medidas restritivas adotadas desde 2024 pelo Governo de Angola e que perduram até o momento. Dados parciais das importações de miudezas da espécie suína, congeladas (0204.41.00 / 0206049.00) em 2025 (janeiro a julho), confirmam a grande redução, indicando que apenas 900 toneladas destes produtos ingressaram no país neste período.

O Brasil é o principal fornecedor de carne suína para Angola.

Considerando os agrupamentos utilizados na tabela 1, os produtos brasileiros apresentaram maior participação no primeiro e segundo grupo.

No agrupamento que contempla carne suína resfriada e congelada, que inclui as carcaças, meias carcaças e os cortes, o Brasil foi responsável por 34% da origem das importações em 2022, percentual que cresceu em 2023 para 49%, alcançando 70% em 2024 (gráfico 1 – dados da Administração Geral Tributária).

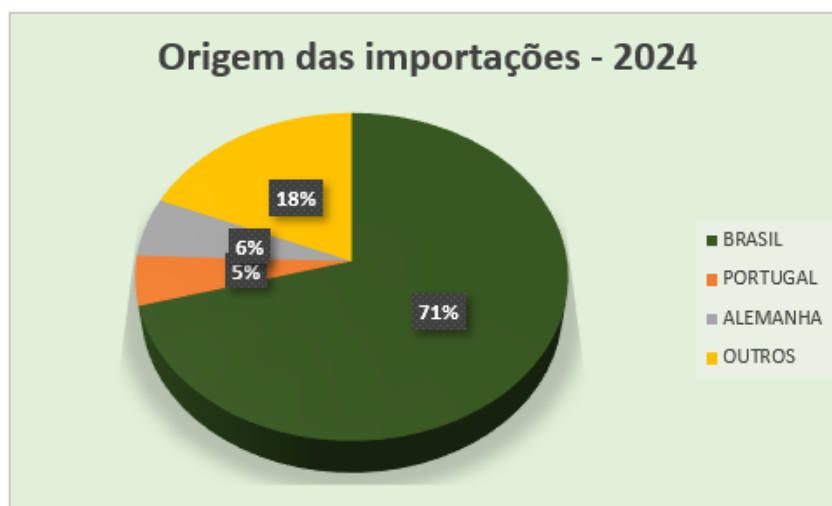


Gráfico 1 – Participação nas importações de carne suína em 2024, para o agrupamento que contempla carcaças, meias carcaças e cortes.

No agrupamento (tabela 1) miudezas da espécie suína congeladas, que contempla fígado, pés, cabeça, carne de cabeça e demais miúdos, os produtos brasileiros representaram 33% das importações no ano de 2022, 51% em 2023 e 70% em 2024.

Portugal é o principal fornecedor de carnes e miudezas salgadas ou defumadas (códigos 0210.11.00 / 0210.12.00 / 0210.19.00) e de toucinho sem partes magras/gordura de porco (2109.10.00). O Brasil aparece na 2ª posição.

Para fins de compreensão do mercado de carne suína em Angola, vou separá-lo em:

1) Mercado atacadista (mercado a “grosso”)

Responsável pela maior quantidade comercializada. Os produtos são apresentados em embalagens com maior quantidade (caixas de 10 a 15 kg), que são vendidas diretamente às famílias ou comercializados para pequenos armazéns (atacado), cantinas (varejo), talhos (açougues) e ainda para os mercados informais.

2) Mercado varejista (supermercados)

Os supermercados alcançam consumidores de classe média e alta. Apresentam a carne suína em embalagens menores (em torno de 1 a 2 kg), separadas por cada tipo de corte. Ressalto que, apesar da denominação dos cortes utilizados no Brasil ser tolerada na rotulagem dos produtos, a denominação dos cortes de carne mais conhecida e aceita em Angola é aquela utilizada em Portugal.





Foto: Acervo pessoal

1) Indústria de transformação

Existem duas fábricas de salsichas em Angola e outras agroindústrias que se dedicam à produção de embutidos de maior valor agregado, bacon e cortes de suínos defumados. Estas indústrias necessitam dos produtos importados para seu processamento, visto que a produção local de carne suína ainda é pequena.



Fonte: www.valinho.co.ao/#gama – www.jugais-angola.com/pt/produtos/charcutaria-porco/gama-enchidos-tradicionais/

O mercado de Angola está aberto para a carne suína brasileira. No entanto, se faz necessária a obtenção de licença de importação, que está restrita para alguns produtos, conforme relatado acima.

Os direitos de importação (tarifa) estão em 20% para carne suína e seus cortes, resfriada ou congelada; 10% para fígado suíno congelado e 50% para demais miúdos, cabeça, carne de cabeça, rabos e pé.

CONCLUSÃO

O mercado para carne suína importada em Angola vem se modificando, notadamente nos últimos 3 anos. As restrições impostas pelo governo local reduziram o ingresso de alguns produtos, que tradicionalmente vinham sendo exportados para o país.

Algumas mercadorias, como miúdos, cabeça, carne de cabeça, rabos e pés de suínos, tiveram a importação restringida.

O Brasil conseguiu manter as quantidades enviadas para Angola, mesmo com a redução geral das importações nos anos de 2023 e 2024. No entanto, os dados parciais apontam para redução das exportações do Brasil em 2025, principalmente pela grande queda nos embarques de miúdos.

Os produtos brasileiros continuam bem posicionados no mercado atacadista (grossista). Já para o mercado varejista, no que se refere aos cortes de carne suína congelada, encontra-se presença importante de produtos oriundos da Europa (Portugal e Espanha).

Sugere-se que as empresas brasileiras avaliem a possibilidade de melhorar o posicionamento no mercado dos cortes de carne suína congelada, naquelas apresentações direcionadas aos supermercados (varejo).

O fornecimento de matéria-prima para as indústrias de salsicha e para as empresas de embutidos, pode ser uma alternativa para a manutenção ou mesmo para o aumento das exportações brasileiras de carne suína para Angola.