

Um
mundo de
oportunidades

Volume 5
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

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:

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Marcel Moreira

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 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).

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.

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ مُحَمَّدٌ عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ



OPORTUNIDADES PARA O BRASIL NO MERCADO DE GERGELIM NA ARÁBIA SAUDITA

Data: 14/05/2025

Posto: RIADE/ARÁBIA SAUDITA

Palavras-chave: gergelim, tahine, potencial, Arábia Saudita.

Responsável: Adriano Perrelli Pestana de Castro

SUMÁRIO:

O mercado de gergelim na Arábia Saudita é bastante relevante, com importações que ultrapassaram os USD 100 milhões nos últimos anos. O Brasil, atualmente, ocupa a segunda posição entre os principais fornecedores, com uma participação de cerca de 20% nas exportações ao Reino, tendo exportado aproximadamente US\$ 20 milhões em 2024. O gergelim é amplamente utilizado na culinária árabe, especialmente na produção de tahine, um ingrediente fundamental em pratos tradicionais como homus, babaganoush e doces como halva. Como a produção local de gergelim na Arábia Saudita é limitada, o país depende de importações, principalmente do Sudão. O consumo de tahine é crescente, impulsionado por uma tendência de valorização de alimentos naturais e saudáveis. Diante desse cenário, há boas oportunidades para produtos brasileiros no mercado saudita, especialmente com ações de promoção e participação em feiras, o que pode fortalecer a presença do gergelim brasileiro, especialmente em produtos tradicionais árabes.

IMPORTAÇÕES SAUDITAS NO COMÉRCIO INTERNACIONAL DE GERGELIM:

A Arábia Saudita importou valores próximos de USD 102 milhões de gergelim no comércio internacional, conforme os últimos dados divulgados no sistema ITC trademap.

No ano de 2024, o Brasil ocupou a segunda posição, com participação de 20% nas exportações de gergelim ao Reino, em termos de valores, atrás apenas da Etiópia (47%) – Tabela 1.

Exporters	Select your indicators	
	Value imported in 2024 (USD thousand)	Share in Saudi Arabia's imports (%)
World	101864	100
Sudan	48038	47.2
Brazil	20761	20.4
India	20043	19.7
Pakistan	4159	4.1
Somalia	2286	2.2
Mozambique	1691	1.7
Mexico	809	0.8

Tabela 1. Importações da Arábia Saudita de gergelim, em valores (mil USD), em 2024 (Fonte: ITC trademap).

As importações sauditas de gergelim apresentaram valores acima de USD 100 milhões nos dois últimos anos no comércio internacional (Tabela 2).

Em 2024, o Brasil ultrapassou a Índia e Paquistão nos valores exportados de gergelim ao mercado saudita, dessa forma, tornando-se o segundo principal exportador desse produto ao Reino.

Exporters	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023	Imported value in 2024
World	70494	67611	60532	114998	101864
Sudan	49884	39507	44799	55294	48038
Brazil	6110	2964	1518	12978	20761
India	6073	5424	9837	22099	20043
Pakistan	336	976	1124	15007	4159
Somalia	158	110	354		2286
Mozambique	0				1691

Tabela 2. Importações da Arábia Saudita de gergelim, em valores (mil USD), de 2020 a 2024 (Fonte: ITC trademap).

Participação brasileira no mercado saudita – gergelim:

O Brasil configura entre os principais exportadores de gergelim ao Reino da Arábia Saudita (segundo principal exportador). Em 2024, o Brasil exportou, aproximadamente, US\$ 20 milhões em valores de gergelim ao mercado saudita (Aprox. 13 mil toneladas) - Tabela 3.

Ano		2023		2024	
Produto	Bloco/País	Valor(US\$)	Peso(Kg)	Valor(US\$)	Peso(Kg)
Totais		13,064,247	8,548,532	19,913,329	13,252,918
(4º Nível) 1207405	(PAIS) - ARABIA S	13,064,247	8,548,532	19,913,329	13,252,918

Tabela 3. Exportações brasileiras de gergelim à Arábia Saudita no comércio internacional, em valores (US\$) e quantidades (Kg) – 2023 e 2024 (Fonte: Agrostat).

De acordo com os dados no Sistema Agrostat, o Brasil exportou em gergelim ao Reino, em valores, US\$ 20 milhões em 2024 ante US\$ 13 milhões em 2023. Dessa forma, uma variação positiva de 52%.

Vale destacar que a tarifa de importação aplicada ao Brasil na importação da Arábia Saudita de gergelim é de 5%.

Mercado de Gergelim no Reino e o consumo de Tahine – produto popular árabe:

O gergelim é uma semente bastante utilizada na culinária árabe, especialmente na preparação de tahine, doces, pães e outros pratos tradicionais. A demanda por gergelim na Arábia Saudita é significativa, tanto para consumo doméstico quanto para a produção de produtos derivados, como o tahine. Como o país tem limitações na produção local de gergelim, a maior parte do produto é importada, principalmente do Sudão, que é um dos principais fornecedores devido à sua proximidade e produção relevante na região.

O tahine (Imagem 1), feito a partir de sementes de gergelim moídas e torradas, é um ingrediente fundamental na culinária árabe, presente em pratos tradicionais como homus, babaganoush, falafel e doces como halva. A produção de tahine é uma atividade tradicional e uma importante fonte de renda em países como Líbano, Síria, Jordânia, Egito e Arábia Saudita. A qualidade do gergelim influencia diretamente na qualidade do tahine, sendo essencial a seleção de sementes de alta qualidade, livres de impurezas e com bom teor de óleo. Vale destacar que a Arábia Saudita possui fábricas de processamento do gergelim para a produção de tahine.

No que diz respeito ao consumo no país saudita, o tahine é bastante presente no café da manhã, usado em pães, molhos, pastas e sobremesas. Ele é valorizado por seu alto teor de gorduras boas, proteínas, vitaminas e minerais, sendo considerado um alimento nutritivo e saudável. Atualmente, há uma tendência crescente de consumo de alimentos naturais, orgânicos e funcionais, o que tem impulsionado ainda mais a popularidade do tahine na região.



Imagem 1. Molho de tahine e gergelim.

Fonte: Google search, maio/2025 (Website: <https://ournutritionkitchen.com/condiments-marinades-goodness/tahini-recipe-oh-so-simple/tahini-sauce/>)

Considerações:

As perspectivas para a participação do Brasil no mercado de gergelim na Arábia Saudita são bastante promissoras. O crescimento da demanda por alimentos naturais, orgânicos e funcionais, aliado à forte tradição do uso do gergelim na culinária árabe, cria um ambiente favorável para a expansão de produtos brasileiros. Além disso, a posição do Brasil como o segundo maior fornecedor ao Reino demonstra a sua relevância e potencial de crescimento. Para aproveitar ao máximo essas oportunidades, estratégias de promoção, como a participação em feiras e exposições, serão essenciais para fortalecer a marca brasileira e consolidar sua presença no mercado saudita. Investir na diferenciação de produtos, destacando sua qualidade e origem, pode ampliar a preferência por produtos brasileiros, especialmente em segmentos tradicionais e de alta demanda, como o tahine. Assim, com ações bem planejadas e uma abordagem focada na valorização da qualidade e na adaptação às preferências locais, o Brasil pode ampliar sua participação e estabelecer uma presença sólida e duradoura nesse mercado em crescimento.