

Um
mundo de
oportunidades

Volume 7
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

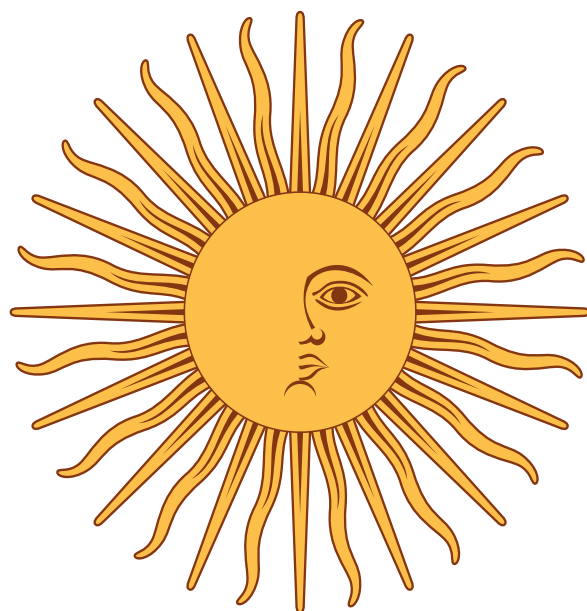


O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

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.



ARGENTINA: INSERÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO QUEIJO BRASILEIRO

Data: 15/07/2025

Posto: Buenos Aires/Argentina

Palavras-chave: Argentina. Comércio. Queijos.

Responsável: Andrea Claudia Parrilla – Adida Agrícola em Buenos Aires

SUMÁRIO:

O setor lácteo é um dos pilares da indústria alimentícia da Argentina, exercendo papel estratégico na bioeconomia nacional, trata-se de uma cadeia produtiva com ampla capilaridade nas economias regionais. O alto consumo desse produto por tradição e cultura gera oportunidades para queijos especiais com atributos inovadores como produtos brasileiros.

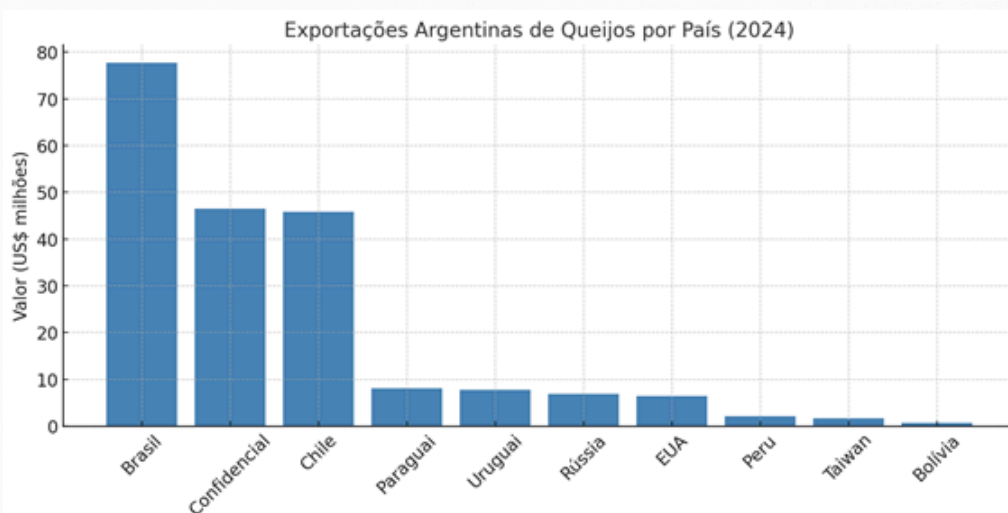
Cerca de 45% de todo o leite produzido na Argentina é destinado à fabricação de queijos, o que evidencia a importância estratégica do produto tanto para o mercado interno quanto para as exportações, e especialmente para as economias regionais onde a produção se destaca nas províncias de Santa Fé, Córdoba e Buenos Aires, situadas na região central do país — que, juntas, concentram cerca de 85% da produção nacional de leite. A produção é diversificada, com destaque para os queijos semiduros (22,5%), como o Pategrás e o Reggianito — versões locais de estilos europeus amplamente utilizados na culinária argentina —, seguidos pelos queijos moles (18,9%), como o Cremoso (o mais consumido no país) e a muçarela (muito presente nas pizzas), além dos queijos duros (7,5%) e de pasta muito mole (1,4%).

O consumo per capita de queijos na Argentina está entre os mais altos da América Latina, atingindo cerca de 12 kg por habitante ao ano. Segundo pesquisas de mercado, aproximadamente 74,9% da produção nacional é absorvida pelo mercado interno, com claras preferências por categoria: queijos moles representam 57% do consumo, semiduros 31%, duros 9% e especiais 3%.

Na Argentina, os queijos são comercializados por meio de diferentes canais, com destaque para as tradicionais fiambrias — estabelecimentos especializados na venda de frios, queijos e embutidos, que fazem parte do cotidiano alimentar argentino. As fiambrias exercem um papel relevante na curadoria gastronômica, introduzindo novos sabores e tendências, valorizando produtos artesanais e oferecendo atendimento personalizado com cortes sob medida. Também proporcionam uma experiência de compra diferenciada, muitas vezes combinando queijos com vinhos e acompanhamento e atendem a um público exigente, disposto a pagar por qualidade e exclusividade.

Além delas, supermercados e hipermercados representam 19,6% das vendas de lácteos no país. Nestes canais, predominam as grandes marcas industriais, com ampla variedade e preços competitivos. O comércio eletrônico ainda é modesto (1,1% do mercado), mas mostra tendência de crescimento, com iniciativas personalizadas de empresas empreendedoras.

Comércio Exterior



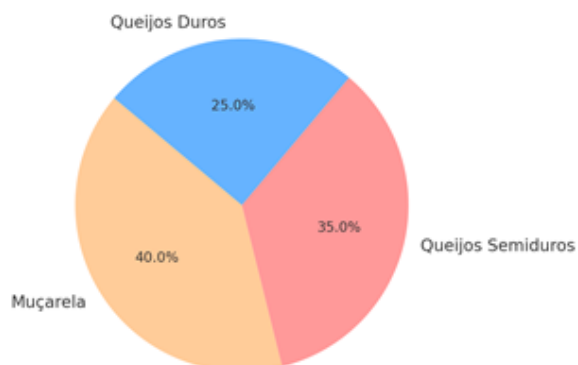


Fonte: Soft Trade

INDEC (Estatísticas de Turismo e Comércio Exterior, 2024)

1. Exportações Argentinas de Queijos por País em 2024 – o Brasil foi o principal destino, com US\$ 77,7 milhões em compras.
2. Importações Argentinas de Queijos por País em 2024 – modestas no total, com destaque para o Uruguai e o Brasil como principais fornecedores.

Exportações de Queijos da Argentina (2024)



Importações de Queijos da Argentina (2024)



Fonte: Soft Trade

Oportunidades para Produtos Brasileiros

As oportunidades para produtos brasileiros no mercado argentino de queijos são ampliadas por fatores comerciais e regulatórios. No âmbito do Mercosul, os queijos brasileiros contam com tarifa de importação zero (enquanto produtos extrazona podem pagar até 28%). O Decreto 35/2025 simplifica a importação de alimentos, estabelecendo que produtos com certificação de países do Mercosul estão isentos de incorporação prévia ao Código Alimentar Argentino. O Brasil está incluído no Anexo III como país com certificação reconhecida. Além disso, recentes reformas eliminaram o sistema SIRA (Sistema de Importações da República Argentina), reduziram prazos para liquidação cambial e flexibilizaram exigências para importação.

Quanto aos nichos de oportunidade, há espaço para produtos diferenciados, com características únicas, combinações criativas (como ervas, especiarias e maturações especiais) e experiências sensoriais inovadoras. Um exemplo foi a participação recente da Adidância Agrícola da Embaixada do Brasil na Argentina, em parceria com empresas e produtores brasileiros na feira La Chocolaterie 2025 — evento anual dedicado a produtos de cacau e chocolate. O Brasil teve participação destacada com produtos inovadores e disruptivos, como queijos maturados em cacau e queijos veganos com ingredientes de cacau, que despertaram grande interesse entre o público presente — um indicativo de que há consumidores abertos a novas experiências culinárias.



Fonte: acervo pessoal.

Essa feira identificou claramente que os consumidores argentinos teriam grande aceitação para queijos brasileiros especiais com Indicação Geográfica, como por exemplo o queijo canastra.

Também merece destaque o queijo coalho, amplamente identificado pelos argentinos como uma comida típica das praias brasileiras. A familiaridade com o produto é resultado da forte presença de turistas argentinos no Brasil, que foi o principal destino internacional desse público em 2024 (INDEC). Ultimamente, em parte devido à flexibilização nas políticas de importação, o queijo coalho vem ganhando espaço em supermercados argentinos, onde já pode ser encontrado em algumas gôndolas. Essa tendência abre oportunidades concretas para consolidar a presença no mercado interno, com versões adaptadas ao paladar local e estratégias comerciais voltadas ao grande varejo.



Fonte: acervo pessoal.

Portanto, empresas brasileiras interessadas em ingressar nesse mercado devem investir em diferenciação — seja por qualidade superior, atributos exclusivos ou narrativas de origem — e buscar parcerias com fiambrias premium, distribuidores especializados e restaurantes gourmet. A participação em feiras setoriais como a ExpoQueso, Caminos y Sabores e Buenos Aires Market também é recomendada como ações de promoção comercial.