

Um
mundo de
oportunidades

Volume 12
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

MARCELO NARVAES FIADEIRO

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

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

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

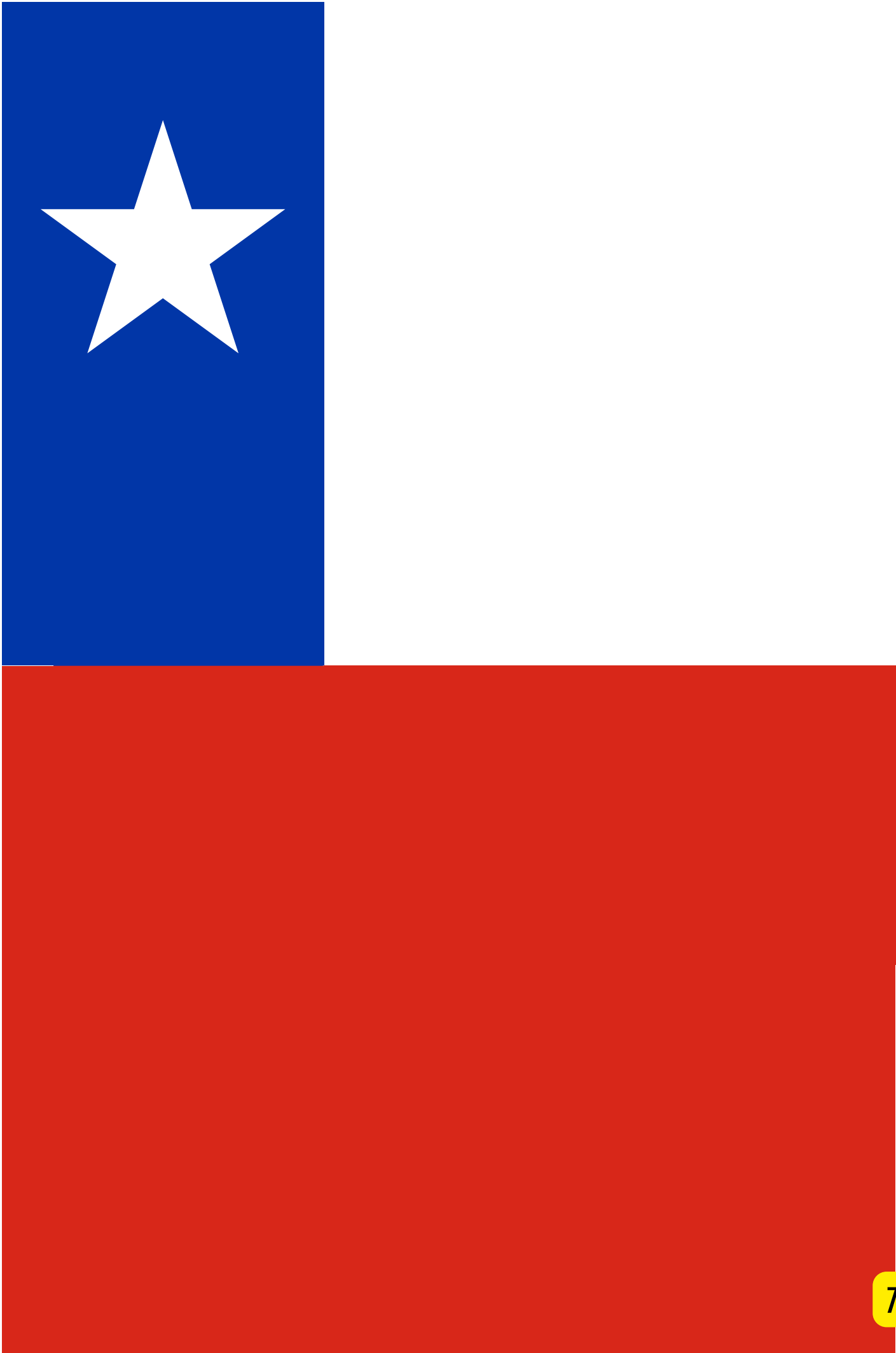


O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

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.



UMA BREVE ANÁLISE DA DEMANDA DO MERCADO CHILENO PARA QUEIJOS IMPORTADOS.

Data: 15/12/2025

Posto: Santiago/República do Chile

Palavras-chave: Chile, muçarela, cream cheese, Gouda, catupiry, requeijão cremoso, queijo de coalho, queijos artesanais, certificação orgânica.

Responsável: Rodrigo do Espírito Santo Padovani

SUMÁRIO:

O mercado de queijos no Chile apresenta elevada dependência de importações, com déficit comercial expressivo: em 2024, foram importadas cerca de 60 mil toneladas (USD 300 milhões), frente a exportações de apenas 8.450 toneladas (USD 40 milhões). Os principais fornecedores são Argentina, Estados Unidos e Alemanha, que juntos concentram mais da metade das compras chilenas. Nesse cenário, o Brasil ocupa a 10ª posição, com participação modesta de 1,2% (USD 3,78 milhões).

Apesar da baixa representatividade atual, há oportunidades claras para expansão das exportações brasileiras. O consumo chileno é liderado por queijos tradicionais como Gouda, muçarela e cream cheese, segmentos em que o Brasil pode ampliar sua presença. Além disso, produtos diferenciados como Catupiry, requeijão cremoso, queijo de coalho e variedades artesanais com certificações de qualidade — incluindo opções orgânicas — podem atender à crescente demanda por alimentos premium e saudáveis, fortalecendo a inserção brasileira no mercado chileno.

a) Tendência de padrão de consumo de queijo no Chile

Atualmente, o Chile destaca-se como o maior consumidor de queijo na América Latina, com aproximadamente 11 quilos per capita ao ano, superando países tradicionalmente reconhecidos por esse hábito, como Argentina e Uruguai. O produto exerce papel fundamental na alimentação cotidiana, presente em diferentes ocasiões, desde o café da manhã e o lanche vespertino até pratos como pizzas, sanduíches e, mais recentemente, sushi com cream cheese ⁽¹⁾.

Estima-se que cerca de 90% dos domicílios adquiram algum tipo de queijo ao menos uma vez por semana, o que evidencia sua relevância estrutural na dieta nacional. Essa ampla variedade de usos impulsiona tanto a produção em escala industrial quanto o trabalho de pequenos fabricantes, que encontram oportunidades para atender a distintos segmentos de consumidores ⁽¹⁾.

É importante ressaltar que o queijo não é visto apenas como complemento alimentar, mas como um item dotado de valor nutricional e funcional. Para parte da população, constitui uma fonte prática de proteínas e cálcio; para outros, representa um ingrediente multifuncional, capaz de compor desde receitas caseiras simples até preparações mais sofisticadas. Essa dupla dimensão — nutricional e cultural — explica, em grande medida, a centralidade do queijo nos padrões alimentares contemporâneos do Chile ^(1, 2).

No mercado chileno, o queijo tipo Gouda mantém posição dominante, representando mais de 65% da produção nacional, com grande volume de importação, consolidando-se como o mais consumido tanto em lares quanto em restaurantes ^(1, 2).

Após o Gouda, destacam-se variedades locais como Chanco e Mantecoso, que preservam raízes culturais e oferecem perfis sensoriais mais tradicionais. Esses tipos continuam a ocupar espaço relevante, sobretudo em regiões onde o consumo está associado à identidade gastronômica nacional ^(1, 2).

Em paralelo, o cream cheese vem ganhando participação significativa, impulsionado por sua praticidade em preparações rápidas e pelo papel central no sushi, já incorporado à cultura culinária chilena. Esse movimento evidencia a capacidade de adaptação do mercado às novas tendências de consumo e à influência de hábitos globais ^(1, 2).

Além disso, os queijos premium – como Brie, Camembert e Azul – registram expansão consistente, especialmente em segmentos urbanos de maior poder aquisitivo. Esse público busca experiências diferenciadas de sabor e associa o consumo de queijos gourmet a estilos de vida cosmopolitas e sofisticados ^(1, 2).

Com a expansão da classe média chilena e o aumento do poder aquisitivo, observa-se um crescimento significativo no interesse por queijos artesanais e orgânicos. Essa mudança no perfil de consumo tem aberto novas oportunidades tanto para importadores quanto para produtores locais, que buscam diversificar seus portfólios e atender a uma demanda mais exigente e sofisticada ⁽²⁾.

Ao mesmo tempo, o fortalecimento da gastronomia e da cultura culinária no país tem impulsionado a valorização de queijos de origem específica, reconhecidos por suas características sensoriais diferenciadas e pela autenticidade de seus processos produtivos. Esse cenário evidencia uma tendência de sofisticação do mercado, marcada pela busca por qualidade, identidade territorial e experiências gastronômicas exclusivas, especialmente entre consumidores urbanos com maior poder de compra⁽²⁾.

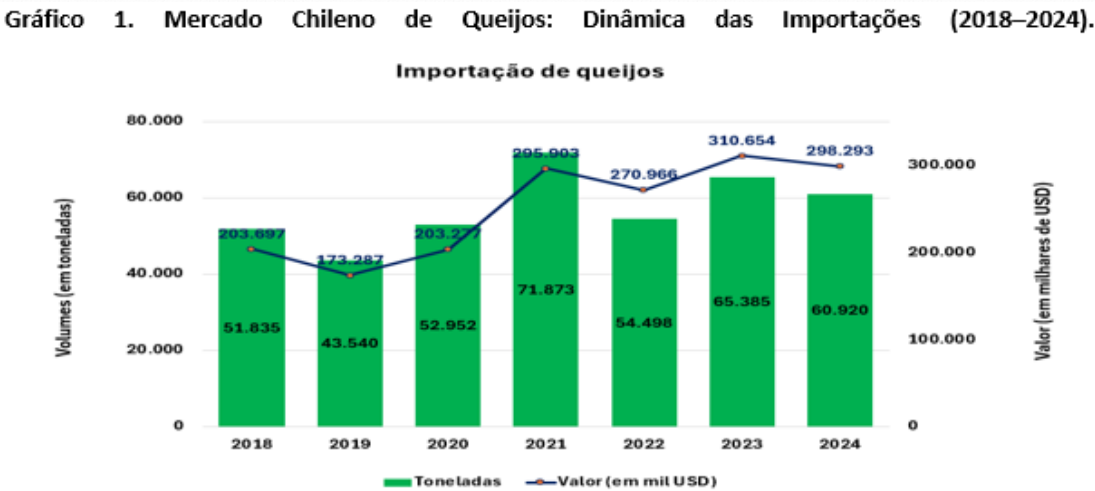
b) Demanda do mercado chileno para queijos importados

Segundo a Oficina de Estudos e Políticas Agrárias do Ministério da Agricultura do Chile (ODEPA/MINAGRI), o setor lácteo desempenha papel fundamental no desenvolvimento agropecuário nacional. Atualmente, é composto por cerca de 3.750 unidades produtivas, sustentadas por um rebanho de aproximadamente 370 mil vacas leiteiras, das quais 82% estão concentradas nas regiões de Los Lagos e Los Ríos⁽³⁾.

No comércio exterior, o setor apresenta uma balança negativa: as exportações somaram USD 262 milhões, enquanto as importações atingiram USD 474 milhões. No caso específico da produção de queijos, em 2024, as exportações totalizaram aproximadamente 8.450 toneladas, com valor estimado em USD 40 milhões, ao passo que as importações chegaram a cerca de 60 mil toneladas, correspondendo a um montante próximo de USD 300 milhões ⁽⁴⁾.

Nota-se que o mercado de queijos no Chile apresenta uma dinâmica marcada por uma balança comercial negativa, resultado de importações significativamente superiores às exportações. Enquanto a produção nacional atende majoritariamente ao consumo interno, especialmente com variedades tradicionais como Gouda e Chanco, a demanda crescente por queijos diferenciados — artesanais, orgânicos e gourmet — tem impulsionado a entrada de produtos estrangeiros. Em contrapartida, as exportações chilenas permanecem limitadas em volume e valor, concentrando-se em mercados regionais. Esse cenário evidencia a dependência externa do país para suprir nichos de maior valor agregado e reforça a necessidade de estratégias voltadas à diversificação e ao fortalecimento da competitividade da produção local.

Abaixo, seguem o gráfico obtido da plataforma da ODEPA/MINAGRI que demonstram os volumes e valores das importações de queijos pelo mercado Chileno no período de 2018 a 2024 ⁽⁴⁾.



Fonte: ODEPA/MINAGRI ⁽⁴⁾.

Em 2024, os principais países fornecedores de queijo para o mercado chileno estão apresentados na Tabela 1, que detalha as origens mais relevantes das importações.

Tabela 1. Principais países fornecedores de queijo para o Chile em 2024.

Posição	País	Valor (USD milhões)
1º	Argentina	75.227,95
2º	Estados Unidos	65.478,48
3º	Alemanha	47.953,36
4º	Holanda	33.951,70
5º	México	29.231,65
6º	Uruguai	11.571,38
7º	Nova Zelândia	7.814,85
10º	Brasil	3.782,03
Todos os países fornecedores		298.292,70

Fonte: ODEPA/MINAGRI ⁽⁴⁾.

Nota-se que a tabela 1 evidencia a estrutura das importações de queijo pelo Chile em 2024, destacando a predominância de fornecedores tradicionais como Argentina, Estados Unidos e Alemanha. Juntos, esses três países concentram mais da metade do valor total importado, reforçando sua posição estratégica no abastecimento do mercado chileno.

No caso do Brasil, observa-se uma participação relativamente modesta: USD 3,78 milhões, ocupando a 10ª posição entre os principais fornecedores. Esse valor representa pouco mais de 1,2% do total das importações de queijo pelo Chile (USD 298,29 milhões).

Segundo a ODEPA/MINAGRI, em 2024 os 3 (três) principais tipos de queijos importados pelo Chile, em ordem decrescente de volume e valor, foram: queijo tipo Gouda (aproximadamente 25 mil toneladas, equivalentes a USD 110 milhões), muçarela (cerca de 12 mil toneladas, correspondentes a USD 56 milhões) e cream cheese (em torno de 10 mil toneladas, com valor próximo de USD 53 milhões) ⁽⁴⁾.

c) Oportunidades para o Brasil no Mercado de Queijos do Chile

Apesar do Brasil ocupar apenas a décima posição entre os fornecedores de queijo para o Chile, com participação de USD 3,78 milhões — o que representa cerca de 1,2% do total importado — há espaço significativo para expansão da presença brasileira nesse mercado. O cenário chileno é marcado por uma balança comercial negativa no setor lácteo, com importações muito superiores às exportações, especialmente no segmento de queijos. Essa dependência externa abre oportunidades para países com capacidade de produção contínua e preços competitivos, como o Brasil.

Entre os queijos tradicionais de maior consumo no Chile, destacam-se o Gouda, a muçarela e o cream cheese, que juntos somaram mais de USD 219 milhões em importações em 2024. A produção local é sazonal e insuficiente para atender à demanda interna, o que favorece fornecedores externos. Nesse contexto, o Brasil possui uma indústria consolidada de muçarela e cream cheese, capaz de ampliar sua participação nesse segmento. Além disso, o queijo Catupiry, tradicional no Brasil e extremamente demandado pela comunidade brasileira residente no Chile, representa um nicho específico que pode ser explorado, com potencial de expansão para consumidores locais interessados em novas experiências gastronômicas.

O mercado chileno também demonstra crescente interesse por produtos diferenciados e de identidade cultural, o que abre espaço para a introdução de queijos inovadores. O Requeijão Cremoso, em versões tradicionais, light e sem lactose, pode atender à demanda por alimentos mais saudáveis. Já o Queijo de Coalho em palito tem grande potencial de aceitação, especialmente pela afinidade com o hábito local de churrascos (asados). Além desses, os queijos artesanais brasileiros, como o Canastra e o Serro, carregam forte identidade territorial e cultural, podendo ser posicionados como produtos premium no mercado chileno ⁽⁵⁾.

Outro diferencial competitivo para o Brasil está nas certificações de qualidade, como o selo de queijo orgânico, que garante produção sem insumos químicos sintéticos e com práticas sustentáveis. Esse tipo de certificação é cada vez mais valorizado no Chile, especialmente por consumidores de maior poder aquisitivo que buscam alimentos saudáveis e sustentáveis. Ao oferecer queijos artesanais e orgânicos, o Brasil pode se destacar não apenas como fornecedor de commodities lácteas, mas também como introduzidor de novos hábitos de consumo e produtos de valor agregado.

d) Oportunidades no segmento agropecuário: Fatores que podem impulsionar as exportações brasileiras de queijos para o Chile

O Chile é um parceiro comercial tradicional do Brasil, com relações estáveis e complementares entre as cadeias produtivas dos dois países. Essa proximidade cria um ambiente favorável para a expansão das exportações brasileiras de queijos, especialmente diante da forte dependência chilena de produtos lácteos importados. Desde 1996, o Acordo de Complementação Econômica Nº 35 (ACE-35) garante tarifa zero para todos os produtos, incluindo lácteos, e, mais recentemente, o Acordo de Livre Comércio firmado em 2022 ampliou as condições de acesso ao mercado chileno, promovendo avanços em áreas como facilitação do comércio, investimentos, compras governamentais, boas práticas regulatórias e implementação de medidas sanitárias e fitossanitárias alinhadas às recomendações internacionais.

Outro fator relevante é a facilidade logística. O Chile dispõe de rotas relativamente curtas para o Brasil, com transporte terrestre eficiente e a expectativa da inauguração do corredor bioceânico, que deverá reduzir custos e prazos de entrega.

Do ponto de vista da demanda, o Chile possui um dos maiores PIB per capita da América do Sul, acompanhado pelo crescimento da classe média e pela elevação do consumo de alimentos de maior padrão de qualidade. Esse cenário favorece a entrada de queijos brasileiros, tanto nos segmentos tradicionais — como muçarela, cream cheese e Gouda — quanto nos diferenciados, como queijos artesanais e gourmet.

Um elemento adicional que fortalece essa oportunidade é o fluxo expressivo de turistas chilenos para o Brasil. Ao visitar o país, esses consumidores têm contato direto com a diversidade e qualidade dos queijos brasileiros, desde os tradicionais até os artesanais e regionais, como o canastra, o serro e o coalho. Essa experiência gera reconhecimento e interesse em consumir tais produtos também no Chile, funcionando como uma vitrine natural para a indústria brasileira e ampliando o potencial de exportação.

Aspectos econômicos como o câmbio favorável entre o real e o peso chileno, aliado ao custo médio dos alimentos e ao salário dos trabalhadores chilenos, tornam os queijos brasileiros competitivos. Além disso, o Chile é considerado um país de alta renda e pode funcionar como porta de entrada para outros mercados sul-americanos, servindo como hub de reexportação de produtos lácteos.

Em síntese, a combinação de acordos comerciais favoráveis, logística eficiente, estabilidade regulatória, crescimento da demanda interna e o impacto positivo do turismo chileno no Brasil posiciona o Brasil em condições estratégicas para ampliar suas exportações de queijos ao Chile, consolidando-se como fornecedor competitivo e diversificado.