

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.

PÃO DE QUEIJO: UMA IGUARIA BRASILEIRA QUE VEM CONQUISTANDO O GOSTO DOS COLOMBIANOS E GANHANDO ESPAÇO NAS PRATELEIRAS

Data: 12/12/2025

Posto: Bogotá/Colômbia

Palavras-chave: derivados lácteos; panifícios, exportações; produção; dinâmica de consumo; comércio internacional; projeção de oportunidade

Responsável: Clóvis Augusto Versalli Serafini

SUMÁRIO:

O mercado colombiano de panificação é altamente dinâmico e consolidado, refletindo mudanças no estilo de vida marcadas pela busca por praticidade, saúde e alimentos de preparo rápido. Esse contexto favorece produtos lácteos e de panificação, especialmente em grandes centros urbanos, onde tendências cosmopolitas impulsionam o interesse por sabores internacionais. Nesse cenário, o pão de queijo brasileiro tem ganhado destaque, beneficiado pela familiaridade do consumidor colombiano com produtos semelhantes e pelo crescente consumo nacional de pães, que movimentou USD 3,31 bilhões em 2024. A forte demanda, aliada ao hábito consolidado de compra, gera oportunidades para opções congeladas. A Colômbia, grande importadora do setor, oferece ambiente favorável ao Brasil, que já participa do mercado. Para expandir essa presença será essencial investir em promoção comercial e fortalecimento da imagem do pão de queijo brasileiro no varejo local.

Ao longo dos últimos anos, pessoas em diversos países têm vivenciado mudanças profundas em seu estilo de vida. A rotina cada vez mais intensa é marcada por trabalho, estudos e múltiplas obrigações, aliada à crescente preocupação com a saúde e à necessidade de alimentos de preparo rápido e com maior vida útil, vem transformando a relação do público com a alimentação. Esse cenário fortalece a demanda por produtos que unam praticidade e qualidade.

Nos grandes centros urbanos, onde o tempo é especialmente escasso, essa necessidade se torna ainda mais evidente. Assim, o consumidor contemporâneo busca equilibrar agilidade, bem-estar e prazer ao comer, elementos essenciais para uma vida mais longa e saudável. Essa tendência não é exclusiva de países desenvolvidos: nas economias emergentes, o avanço da classe média também estimula esse comportamento, situação que se encaixa perfeitamente no momento atual vivido pela Colômbia.

Quando se fala em alimentos nutritivos, energéticos, com gorduras de boa qualidade e fontes de proteína tanto animal quanto vegetal, com praticidade e longa durabilidade, os produtos de panificação se destacam, especialmente aqueles com maior presença de ingredientes lácteos. Esses pães deixaram de ser consumidos apenas da forma tradicional: hoje aparecem em diferentes formatos, são utilizados como ingredientes culinários e se firmam como opções rápidas e equilibradas para o cotidiano.

Nas grandes metrópoles, onde prevalece um estilo de vida cosmopolita, cresce o interesse por novidades e por sabores que remetam a outras culturas, especialmente quando o alimento possui uma história positiva e reconhecida. Nesse contexto, o tradicional “pão de queijo” brasileiro se destaca como um exemplo emblemático.



O setor de panificação colombiano é altamente relevante e está presente no dia a dia da maioria das famílias. Em 2024, os lares do país destinaram USD 3,31 bilhões à compra de pães, valor equivalente a 48,6% de todo o consumo de produtos derivados do trigo. Trata-se de um mercado amplo, consistente e central na dieta nacional.

Informações recentes divulgadas pela Caracol Radio indicam que o consumo médio anual chega a 22 kg por habitante, o que representa cerca de 440 unidades por pessoa/ano. As idas às padarias também são frequentes: em média, o consumidor colombiano visita panificadoras cerca de sete vezes por mês, com gasto aproximado de USD 1,37 por compra. Esses dados reforçam a força destes produtos para o consumo rápido e recorrente.

Regionalmente, Bogotá se destaca como o principal polo consumidor, enquanto o Caribe registra os menores índices de compra. Quanto às preferências, o pão francês e os produtos similares ao “pão de queijo” brasileiro estão entre os mais consumidos. Esse ponto é particularmente importante para o exportador brasileiro, pois demonstra a forte aceitação de itens com base láctea no país. O fato de o consumidor colombiano já estar familiarizado com sabores e texturas semelhantes favorece a ampliação da presença do pão de queijo brasileiro, reduzindo barreiras culturais e facilitando sua introdução no mercado. Além disso, cria oportunidades para explorar nichos como produtos congelados de preparo rápido, versões premium e alternativas sem glúten, segmentos que também vêm ganhando destaque no varejo moderno local.

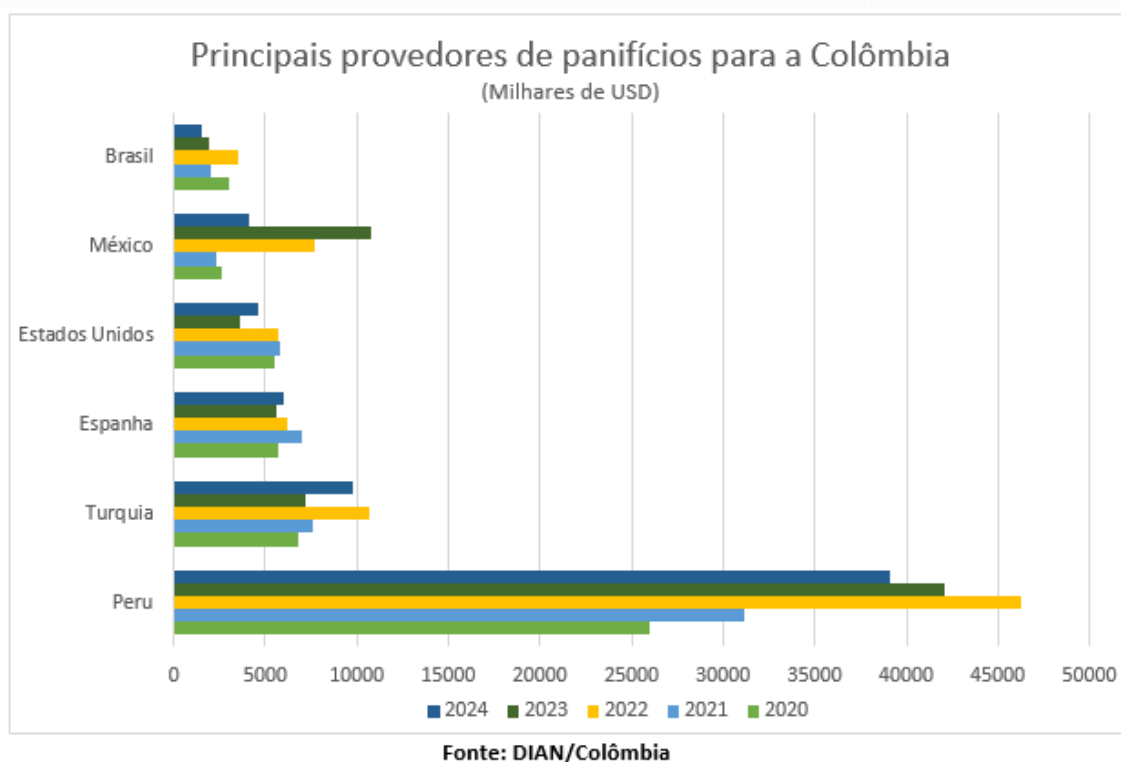
Adicionalmente, vale mencionar que, nos últimos meses, observou-se uma verdadeira corrida entre brasileiros e colombianos já habituados ao consumo de pão de queijo em busca de um lote do produto congelado que chegou à região de Bogotá. A notícia se espalhou rapidamente, levando muitos consumidores a procurarem o item importado do Brasil e que estava disponível em uma grande rede de supermercados. Em poucos dias, o estoque se esgotou, deixando no ar um claro sentimento de “quero mais” entre os clientes locais.



Fonte: Própria autoria

A Colômbia é tradicionalmente um grande importador de produtos de panificação. Somente em 2024, o país adquiriu do exterior cerca de USD 77,6 milhões desses produtos, provenientes de diferentes regiões do mundo. O Peru lidera esse fornecimento, respondendo por pouco mais de metade do total importado. Entre os cinco maiores exportadores para o mercado colombiano também estão países com forte presença no comércio internacional de alimentos, como Turquia, Espanha, Estados Unidos e México.

O Brasil já participa desse fluxo comercial, embora de forma mais modesta: ocupa a oitava posição entre os principais provedores. De acordo com dados da Direção de Impostos e Aduanas Nacionais (DIAN), a média anual das exportações brasileiras para a Colômbia nos últimos cinco anos foi de aproximadamente USD 2,384 milhões. O gráfico abaixo reúne essas informações, destacando as origens e os volumes importados pelos países desde 2020:



A regulamentação comercial colombiana não estabelece cotas que restrinjam a entrada de panifícios, inclusive daqueles que contêm ingredientes lácteos, independentemente do país exportador. Soma-se a isso um fator extremamente favorável ao Brasil: o regime tarifário vigente. Em razão do Acordo de Complementação Econômica nº 72 (ACE-72), firmado entre a Colômbia e o MERCOSUL, praticamente toda a categoria de produtos brasileiros dessa natureza pode ingressar no país com tarifa de importação reduzida a 0%.

Considerando esse ambiente tarifário positivo, a inexistência de barreiras sanitárias específicas e a crescente demanda do consumidor colombiano, o Brasil reúne condições ideais para se consolidar como um fornecedor regular e em volumes maiores de pão de queijo congelado para a Colômbia. No entanto, para ampliar sua participação nesse mercado em expansão, será essencial intensificar ações de promoção, divulgação e fortalecimento da imagem do produto brasileiro, visando fidelizar e ampliar o público consumidor dessa iguaria tão característica da nossa gastronomia.