

V.7 2026

AGRO INSIGHT

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária
Secretaria de Comércio e Relações Internacionais
Departamento de Promoção do Agronegócio – DPA
Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas – CGAAG
Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D – 3º andar, Sala 300
Cep: 70043-900 Brasília-DF
Tel.: (61) 3218-2821

Editorial:
Priscilla Burmann
João Huguenin

Coordenação:
Augusto Billi
Carolina Eufemia Aquino de Sá
Ângela Pimenta Peres
Jennifer Santos Costa
Jennya Silva Brito
Priscilla Burmann

Equipe Técnica:
Rodrigo Lopes de Almeida
Eduardo Sampaio Marques
José Guilherme Tollstadius Leal
Caio César Simão
Luciana Pich Gomes
Juçara Aparecida André Dokonal
Eduardo Magalhães
Silvio Luiz Rodrigues Testaseca
Glauco Bertoldo
Nilton Antônio de Morais
Alessandro Fidelis
Rodrigo do Espírito Santo Padovani
Leandro Diamantino Feijó
Jean Gelipe Celestino Gouhie
Clóvis Augusto Versali Serafini
Tiago Charão
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
Roberto Carlos Papa
Carlos Turchetto
Fernanda Mascarenhas Magalhães
André Okubo
Dalci de Jesus Bagolin
Ellen Elizabeth Laurindo
Luna Lisboa
Frederique Abreu
Andréa Moura
Warley Campos
Márcio Rezende Evaristo Carlos
Marco Túlio Santiago
Luiz Cláudio de Santana e Caruso
Lucas Fiuza
Ana Carolina Miranda Lamy
Diego Leonardo Rodrigues
Marcelo Cláudio Pereira
Fabiana Maldonado
Fernanda Martins de Faria

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).

Catalogação na Fonte

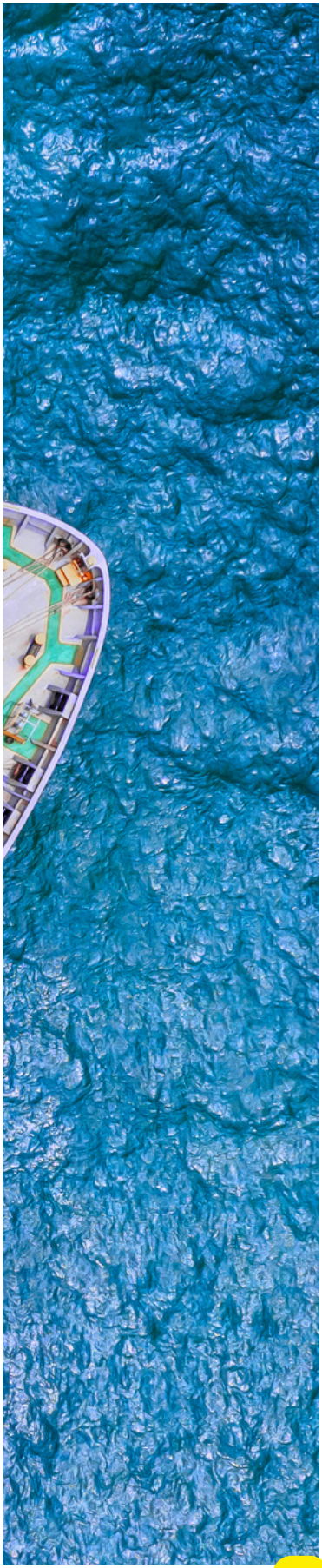
Resumo



O AgroInsight é uma publicação técnica elaborada pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária, com a colaboração dos adidos agrícolas brasileiros presentes em 38 países.

O material reúne informações, análises de mercado e oportunidades comerciais destinadas a produtores, exportadores e entidades representativas do setor agropecuário.

O relatório tem como objetivo contribuir para o acesso a informações sobre mercados internacionais e apoiar a atuação dos diferentes segmentos do agronegócio brasileiro no comércio exterior.




جمهورية مصر العربية

OPORTUNIDADES NO MERCADO EGÍPCIO PARA MANTEIGA E OUTRAS GORDURAS LÁCTEAS PRODUZIDAS NO BRASIL

Data: 13/07/2026
Posto: Cairo/Egito
Palavras-chave: exportação; Egito; manteiga; gorduras lácteas; oportunidades
Responsável: Rafael Mohana de Carvalho Refosco

SUMÁRIO:

O mercado egípcio de manteiga e outras gorduras lácteas apresenta elevada dependência de importações, que alcançaram US$ 119,7 milhões em 2025. Nova Zelândia e Índia concentraram cerca de 65% das compras, embora a alternância entre fornecedores revele espaço para novas origens competitivas. As exportações brasileiras avançaram de US$ 1,0 milhão em 2025 para US$ 4,1 milhões apenas no primeiro semestre de 2026, sinalizando demanda concreta pelo produto nacional. A preferência tarifária prevista no Acordo Mercosul–Egito pode ampliar a competitividade brasileira, desde que cumpridas a classificação tarifária e as regras de origem. As oportunidades mais promissoras concentram-se no fornecimento de ingredientes para indústrias de panificação, confeitaria, lácteos e sorvetes, além dos segmentos de hotelaria, restauração e marcas próprias.

O mercado egípcio de manteiga e outras gorduras lácteas classificadas no SH 0405 apresenta uma combinação favorável de dependência de importações, elevada concentração de fornecedores e sinais recentes de diversificação das origens. Em 2025, as importações egípcias desses produtos somaram aproximadamente US$ 119,7 milhões, recuo de 3,3% em relação a 2024, mas valor ainda 20,2% superior ao registrado em 2023. O Egito respondeu por cerca de 0,8% das importações mundiais do grupo e ocupou a 27ª posição entre os principais mercados importadores.

Nova Zelândia e Índia forneceram, em conjunto, aproximadamente 65% das importações egípcias em 2025. Considerados também Uganda, França e Irlanda, os cinco principais fornecedores concentraram 83,6% do mercado. Embora essa estrutura represente forte concorrência para novos entrantes, a rápida alteração da participação relativa de alguns países demonstra que os compradores egípcios estão dispostos a substituir fornecedores quando encontram condições mais vantajosas de preço, disponibilidade, financiamento, especificação técnica e regularidade de entrega.

A evolução das exportações brasileiras constitui o principal sinal de oportunidade. As vendas do Brasil ao Egito no SH 0405 passaram de valor praticamente nulo em 2024 para US$ 1 milhão em 2025 e alcançaram US$ 4,11 milhões somente entre janeiro e junho de 2026. Assim, o valor exportado no primeiro semestre de 2026 já correspondeu a mais de quatro vezes o total de 2025. Esse desempenho sugere que o acesso comercial está operacional e que já existe demanda concreta pelo produto brasileiro.

A oportunidade para o Brasil não deve ser interpretada exclusivamente como mercado de manteiga de mesa. A posição SH 0405 abrange produtos com características, preços e utilizações distintas, incluindo manteiga, pastas lácteas de espalhar e outras gorduras e óleos derivados do leite, como óleo butírico (butter oil), gordura anidra do leite e, conforme a classificação nacional aplicável, determinados tipos de ghee. Para o setor privado brasileiro, o segmento potencialmente mais escalável é o de fornecimento B2B para processadores de alimentos, especialmente indústrias de panificação, biscoitos, confeitaria, chocolates, sorvetes, produtos lácteos, refeições preparadas e serviços de alimentação.

Além da competitividade de preço, os fatores decisivos para a entrada no mercado serão: seleção de importador egípcio experiente; conformidade sanitária e documental; manutenção da cadeia de frio; prazo de validade remanescente; registro no sistema CargoX; obtenção do número ACID antes do embarque; rotulagem em árabe, quando aplicável; e definição de instrumentos de pagamento que reduzam os riscos cambial e de crédito.

Mensagem central: há oportunidade real e já parcialmente validada pelas vendas brasileiras de 2025 e 2026. Para convertê-la em presença sustentável, será necessário combinar a preferência tarifária com precisão de classificação, comprovação de origem, preço competitivo entregue no Egito, parceiro local qualificado e regularidade de fornecimento.

SH6	DESCRIÇÃO SH6
40510	Manteiga
40520	Pastas de espalhar (“barrar”) de produtos provenientes do leite
40590	Óleo butírico de manteiga (*butter oil*) e outras matérias gordas provenientes do leite

A utilização de dados agregados no nível SH 0405 exige cautela. Uma importação de manteiga destinada ao varejo, por exemplo, não é comercialmente equivalente à aquisição de gordura anidra do leite em embalagem industrial. Os produtos apresentam diferentes especificações, teores de gordura e umidade, formas de acondicionamento, usos industriais, preços unitários e requisitos comerciais.

Por essa razão, a empresa interessada deverá, antes de formular uma proposta comercial, identificar:

- a subposição SH de seis dígitos e a correspondente linha tarifária egípcia de oito dígitos;
- a NCM brasileira utilizada na exportação;
- a composição efetiva do fluxo importador egípcio por produto;
- os volumes físicos, valores unitários e formatos de embalagem;
- os principais importadores e usuários industriais;
- a utilização final do produto: varejo, processamento, hotelaria e restauração ou reexportação.

Os valores de importação do Egito apresentados neste estudo foram compilados a partir de dados do ITC Trade Map e do UN Comtrade, enquanto os dados brasileiros foram obtidos junto à plataforma Comex Stat. As duas séries não são perfeitamente comparáveis: as estatísticas egípcias de importação tendem a registrar valores em base CIF, ao passo que o Comex Stat registra exportações brasileiras em base FOB. Também podem ocorrer diferenças de período, classificação, registro aduaneiro e defasagem entre embarque e desembaraço.

Estrutura e dinâmica da demanda egípcia

a. Produção doméstica e dependência de insumos

A cadeia leiteira egípcia caracteriza-se historicamente pela participação expressiva de pequenos produtores, pela informalidade de parte da comercialização e pela sazonalidade da oferta. A concentração da produção no Vale do Nilo e no Delta Ocidental, somada às limitações de produtividade, qualidade uniforme e disponibilidade ao longo do ano, contribui para a utilização de insumos lácteos importados pela indústria de alimentos.

Essa estrutura cria demanda não apenas por produtos acabados, mas também por matérias-primas que permitam às empresas locais padronizar formulações e manter a produção durante períodos de menor disponibilidade doméstica. Para fornecedores brasileiros, esse aspecto favorece ofertas baseadas em:

- especificação técnica consistente entre lotes;
- regularidade de fornecimento;
- capacidade de entrega em escala industrial;
- flexibilidade de embalagem;
- documentação de qualidade e rastreabilidade;
- suporte técnico para adequação do produto à formulação do cliente.

b. Indústria de processamento de alimentos

Relatórios setoriais recentes estimam que a produção da indústria egípcia de alimentos poderá atingir cerca de US$ 30,5 bilhões em 2026. O governo egípcio busca posicionar o país como plataforma regional de fabricação de alimentos, apoiando zonas industriais, disponibilidade de matérias-primas e expansão das exportações. Os processadores locais procuram ingredientes importados para assegurar qualidade, padronização e fluxo contínuo de produção.

Para manteiga e gorduras lácteas, os principais grupos de usuários potenciais são:

- indústrias de panificação, biscoitos e massas folhadas;
- fabricantes de chocolates, confeitos, recheios e cremes;
- indústrias de sorvetes e sobremesas congeladas;
- fabricantes de queijos processados e outros produtos lácteos;
- redes de padarias, restaurantes, hotéis e serviços de alimentação;
- empresas que formulam produtos destinados à exportação regional.

Grandes processadores tendem a importar diretamente, buscando reduzir custos e controlar qualidade e abastecimento. Pequenas e médias empresas, por sua vez, normalmente compram de agentes e distribuidores locais, em quantidades menores e, frequentemente, com pagamento em libras egípcias (EGP). Por isso, a parceria com um importador que possa fracionar lotes e distribuir internamente amplia significativamente o universo de compradores potenciais.

c. Varejo e hotelaria

O varejo alimentar egípcio permanece fragmentado, e os pequenos estabelecimentos locais respondem por mais da metade das vendas em valor. A presença pulverizada desses pontos de venda eleva o custo de distribuição e torna o lançamento de uma marca estrangeira de manteiga mais complexo do que a venda de produto industrial a poucos processadores.

O segmento de hotéis, restaurantes e instituições oferece oportunidade complementar. O setor egípcio de hospitalidade foi estimado em US$ 3,8 bilhões em 2024 e poderá alcançar US$ 4,7 bilhões em 2029, impulsionado pelo turismo, pelos investimentos em infraestrutura e pela expansão das plataformas de entrega. Nesse canal, há espaço para manteigas de maior valor agregado, embalagens adequadas ao serviço de alimentação e produtos destinados a padarias, confeitarias e hotéis de padrão internacional.

O varejo de marca própria ou de produto premium deve ser tratado como estratégia seletiva e gradual. Além do preço, são necessários investimentos em rotulagem, registro, distribuição, promoção e construção de reconhecimento de marca. Uma alternativa de menor risco é produzir para marca própria de distribuidor ou rede local, transferindo ao parceiro egípcio parte da responsabilidade comercial e logística.

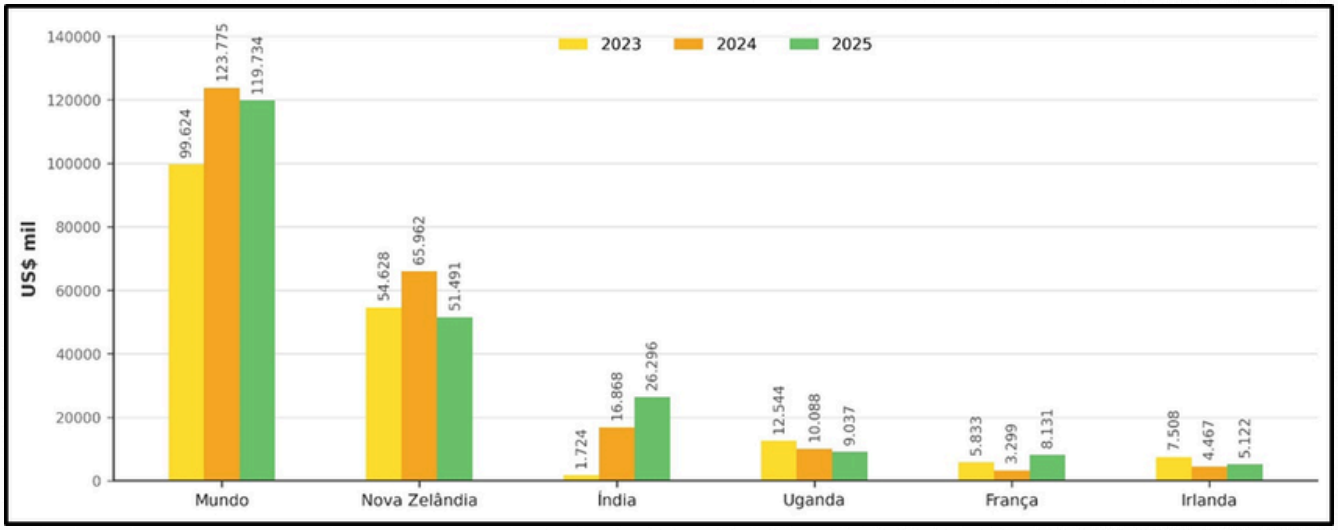
Comércio exterior e ambiente concorrencial

Evolução das importações egípcias de manteigas e outras gorduras lácteas:

Ano	Importações egípcias do SH 0405	Variação
2023	US$ 99,624 milhões	—
2024	US$ 123,775 milhões	+24,2%
2025	US$ 119,734 milhões	-3,3%

Apesar da retração moderada em 2025, o mercado manteve-se em patamar significativamente superior ao de 2023. A evolução sugere mais uma acomodação após o crescimento de 2024 do que uma contração estrutural da demanda (ITC Trade Map).

Gráfico 1 – Principais países fornecedores de manteiga e outras gorduras lácteas ao Egito. 2023 a 2025. Em milhares de US$.



Fonte: ITC Trade Map (https://www.trademap.org/Index.aspx)

Principais fornecedores em 2025:

Fornecedor	Valor	Participação aproximada
Nova Zelândia	US$ 51,491 milhões	43,0%
Índia	US$ 26,296 milhões	22,0%
Uganda	US$ 9,037 milhões	7,5%
França	US$ 8,131 milhões	6,8%
Irlanda	US$ 5,122 milhões	4,3%
Demais países	US$ 19,657 milhões	16,4%
Total	**US$ 119,734 milhões**	**100%**

Nova Zelândia e Índia dominaram o mercado, mas a evolução anual revela mobilidade entre fornecedores. As compras provenientes da Índia passaram de aproximadamente US$ 1,7 milhão em 2023 para US$ 26,3 milhões em 2025. Em sentido contrário, as compras da Nova Zelândia caíram de aproximadamente US$ 66,0 milhões em 2024 para US$ 51,5 milhões em 2025. A França também apresentou forte recuperação em 2025.

Essas mudanças são estratégicas para o Brasil: embora os fornecedores líderes possuam relações comerciais consolidadas, o mercado não está imobilizado. Compradores egípcios aparentemente reavaliam suas origens conforme preço internacional, disponibilidade do produto, condições de financiamento, frete, prazo de entrega e especificação técnica.

A concorrência europeia e regional beneficia-se, em determinados casos, da proximidade geográfica e de acordos comerciais próprios com o Egito. A Nova Zelândia, por sua vez, possui escala, reputação consolidada no setor lácteo e experiência no atendimento de grandes compradores internacionais. Assim, a preferência tarifária concedida ao Mercosul é relevante, mas não substitui a necessidade de apresentar preço competitivo entregue no porto egípcio, serviço comercial ágil e segurança de abastecimento.

Egito como plataforma regional

As exportações egípcias do SH 0405 tiveram como destinos relevantes, nos últimos anos, mercados como Líbia, Iraque, Omã, Etiópia e Palestina. Parte desses fluxos pode corresponder a produto local, processamento a partir de insumos importados ou reexportação. Os dados agregados não permitem separar essas modalidades, mas indicam que determinados importadores e processadores egípcios possuem canais comerciais para outros mercados da região.

Para o exportador brasileiro, uma parceria com empresa egípcia que já abasteça o Norte da África, o Oriente Médio ou a África Oriental pode proporcionar escala adicional. Essa estratégia, contudo, deve ser analisada caso a caso, pois uma preferência concedida ao produto brasileiro no Egito não é automaticamente transferida ao produto processado ou reexportado para um terceiro país.

Desempenho recente do Brasil

Código SH6	Descrição SH6	2022 (US$ FOB)	2023 (US$ FOB)	2024 (US$ FOB)	2025 (US$ FOB)	2026* (US$ FOB)
040510	Manteiga	0	70	48	1.008.961	4.119.288
040590	Óleo butírico de manteiga (*butter oil*) e outras matérias gordas provenientes do leite	0	0	0	0	71

Fonte: Comex Stat (MDIC) (https://comexstat.mdic.gov.br/pt/home).
* Dados parciais obtidos até junho de 2026.

A passagem de um fluxo praticamente inexistente em 2024 para mais de US$ 4,1 milhões no primeiro semestre de 2026 é expressiva. O valor exportado entre janeiro e junho de 2026 foi 308% superior ao total de 2025.



Infográfico gerado pela ferramenta Google NotebookLM™.

Tratamento tarifário e regras de origem

Tarifas de importação para manteiga e outras gorduras lácteas no Egito (em julho de 2026)				
Código SH	Descrição	Tarifa padrão (NMF)	Acordo Mercosul - Egito	Tarifa atual, calculada após desgravação tarifária*
040510	Manteiga	5%	Categoria A	0%
040520	Pastas de espalhar ("barrar") de produtos provenientes do leite	5%	Categoria A	0%
040590	Óleo butírico de manteiga (*butter oil*) e outras matérias gordas provenientes do leite	5%	Categoria A	0%

* Os produtos enquadrados na Categoria A do ALC Mercosul-Egito gozam de isenção total (0%) da tarifa de importação alfandegária desde a entrada em vigor do Acordo em 2017. Para usufruir desta prerrogativa, contudo, é obrigatório que a exportação seja acompanhada do Certificado de Origem do Mercosul, emitido por entidade autorizada no Brasil.

Obs.: A alíquota preferencial de 0% refere-se ao direito aduaneiro abrangido pelo Acordo. Não significa ausência de todos os custos de entrada. Podem permanecer despesas com tributos internos aplicáveis, inspeção, análise laboratorial, armazenagem, movimentação portuária, despachante, demurrage e outros serviços.

Regra de origem — ponto crítico

Para a manteiga classificada no SH 040510, a regra específica estabelece que todos os materiais utilizados do Capítulo 4 sejam totalmente obtidos em território brasileiro. Em termos práticos, o leite, creme e demais insumos lácteos relevantes devem cumprir o requisito de origem do Acordo. A transformação realizada no Brasil não será necessariamente suficiente para conferir origem quando houver utilização de matéria-prima láctea importada.

A empresa brasileira deverá realizar uma auditoria prévia de sua cadeia de suprimento, contemplando:

a) origem do leite e do creme;
b) documentação dos fornecedores;
c) segregação de matérias-primas;
d) rastreabilidade por lote;
e) consistência entre ficha técnica, declaração do exportador e certificado de origem.

Para produtos classificados em 040520 ou 040590, a empresa deve verificar a regra aplicável à subposição correspondente, sem presumir que seja idêntica à de 040510.

Certificado de Origem

O Certificado de Origem é indispensável para obtenção da preferência. Deve ser emitido em inglês, normalmente antes da exportação, e possui validade de 180 dias a partir da data de emissão. A descrição, classificação e dados da fatura devem ser consistentes entre o certificado, os documentos comerciais e a declaração de importação.

O Acordo admite operações com faturamento por terceiro operador, mas impõe condições documentais específicas. O certificado deve identificar o terceiro operador e os dados da respectiva fatura; o descumprimento pode resultar na recusa da preferência tarifária. Empresas que utilizem trading companies, escritórios regionais ou faturamento por outro país devem estruturar a operação antes do embarque.

Habilitação e certificação sanitária

Não é exigida habilitação específica de estabelecimentos brasileiros para exportação de leite e produtos lácteos ao Egito. O estabelecimento, contudo, deve estar registrado no Departamento de Inspeção de Produtos de Origem Animal (DIPOA/SDA/MAPA) e cumprir os requisitos do certificado sanitário acordado entre os dois países.

Com a publicação da Notificação G/TBT/N/EGY/313/Add.9, deixou de constituir requisito de importação a apresentação de certificado Halal para carregamentos de leite e produtos lácteos destinados ao Egito. A notificação egípcia à Organização Mundial do Comércio confirma expressamente a exclusão desses produtos do escopo da exigência de certificação Halal.

Antes de cada embarque, recomenda-se confirmar com o DIPOA/SDA/MAPA:

I. a versão vigente do Certificado Sanitário Internacional (CSI);
II. a elegibilidade do estabelecimento e do produto;
III. as declarações adicionais requeridas;
IV. o local competente para emissão do certificado;
V. eventuais atualizações comunicadas pelas autoridades egípcias.

Rotulagem, embalagem e prazo de validade

A rotulagem de alimentos importados deve observar as normas egípcias aplicáveis. As informações apresentadas em língua estrangeira devem ser traduzidas para o árabe, e inconsistências entre as datas indicadas em inglês e árabe podem resultar na rejeição do produto. Para produtos importados, devem ser indicados, entre outros elementos, o país de origem e os dados do importador.

Para produtos industriais, o importador deve confirmar previamente quais informações precisam constar da embalagem externa, dos blocos, caixas, tambores ou demais unidades de acondicionamento. A etiqueta não deve ser preparada apenas com base no padrão utilizado em outros mercados do Oriente Médio.

As regras gerais reportadas para validade remanescente determinam que produtos com prazo total igual ou superior a seis meses cheguem ao porto com pelo menos três meses de validade restante. Produtos com vida útil mais curta estão sujeitos a proporções específicas. A empresa deve considerar também o tempo necessário para desembaraço, análise laboratorial e distribuição após a chegada.

Segmentos de oportunidade para empresas brasileiras

a. Ingredientes industriais — prioridade elevada

O segmento de maior potencial é o fornecimento a processadores egípcios, em formatos e volumes industriais. Nesse canal, o produto é avaliado principalmente por:

- custo entregue;
- teor de gordura e umidade;
- presença ou ausência de sal;
- ponto de fusão e comportamento térmico;
- desempenho em panificação, laminação, confeitaria ou recheios;

- estabilidade oxidativa;
- prazo de validade;
- regularidade entre lotes;
- embalagem e facilidade de manuseio.

A venda industrial exige menor investimento em construção de marca e possibilita contratos de maior volume. A empresa brasileira poderá ofertar manteiga sem sal, manteiga industrial, óleo butírico (butter oil), gordura anidra do leite ou outros produtos compatíveis com a demanda, desde que cada item seja corretamente classificado e autorizado.

A proposta comercial deverá ser preparada a partir da aplicação do cliente. Um fabricante de massa folhada poderá valorizar plasticidade e comportamento em diferentes temperaturas; uma fábrica de chocolate ou recheios poderá priorizar sabor, estabilidade e teor de gordura; um fabricante de sorvetes poderá ter requisitos específicos de fusão, textura e homogeneidade.

b. Hotelaria, restaurantes e padarias

Esse canal pode absorver manteiga em embalagens institucionais, porções individuais ou formatos destinados a padarias e confeitarias. A margem tende a ser superior à do segmento industrial, mas os volumes são menores e a distribuição mais fragmentada.
A entrada deve ocorrer por meio de distribuidor que já atenda hotéis, restaurantes, padarias e redes de cafeterias. Demonstrações culinárias, testes comparativos e fornecimento de amostras a chefes e responsáveis técnicos podem ser mais eficazes do que campanhas genéricas de publicidade.

c. Varejo e marca própria

A manteiga brasileira de varejo poderá encontrar espaço em supermercados modernos e lojas voltadas a consumidores de maior renda. Entretanto, preço, reconhecimento da marca e disponibilidade contínua serão determinantes.

A estratégia de marca própria de uma rede ou importador egípcio pode reduzir o investimento inicial e acelerar o acesso às prateleiras. O contrato deverá deixar claras as responsabilidades relativas à arte de rótulo, tradução para o árabe, registro, propriedade da marca, volume mínimo, controle de qualidade e descarte de embalagens em caso de mudança regulatória.

d. Parcerias para processamento e exportação regional

Empresas egípcias que exportam alimentos para Líbia, Iraque, Omã e outros mercados podem utilizar gordura láctea importada em produtos processados. O fornecedor brasileiro poderá, assim, participar indiretamente de cadeias regionais.

O potencial deve ser explorado com processadores que demonstrem:

- histórico de exportação;
- capacidade industrial e controle de qualidade;
- conhecimento das regras de origem dos países de destino;
- canais comerciais regionais;
- capacidade de previsão de demanda;
- solidez financeira.

Matriz de riscos e medidas de mitigação

Risco	Possível efeito	Mitigação recomendada
Classificação incorreta do produto	Tarifa inadequada, retenção ou perda da preferência	Confirmar SH/NCM e linha egípcia com despachante e autoridades antes da oferta
Descumprimento da regra de origem	Cobrança da tarifa NMF e penalidades	Auditar origem do leite e do creme; manter rastreabilidade e documentos dos fornecedores
Inconsistência documental	Retenção, rejeição ou atraso	Conferência cruzada de fatura, certificado sanitário, origem, *packing list*, conhecimento de embarque e ACID
Volatilidade cambial e falta de divisas	Atraso ou inadimplemento	Instrumento de pagamento protegido, validade curta da oferta e análise de crédito
Falha de cadeia de frio	Perda de qualidade ou rejeição	Contêiner adequado, registrador de temperatura, seguro e protocolo de reclamação
Demora portuária	Redução da validade e custos de armazenagem	Importador experiente, margem suficiente de validade e acompanhamento do desembaraço
Concentração em poucos clientes	Forte oscilação das vendas	Diversificar importadores, aplicações e canais
Concorrência por preço	Compressão de margem	Diferenciar por regularidade, assistência técnica, especificação e confiabilidade
Produto inadequado à aplicação	Recusa ou ausência de recompra	Testes industriais e aprovação formal da amostra antes do embarque comercial
Alteração regulatória	Necessidade de novos documentos ou rótulos	Monitoramento contínuo e confirmação oficial antes de cada operação

Conclusão

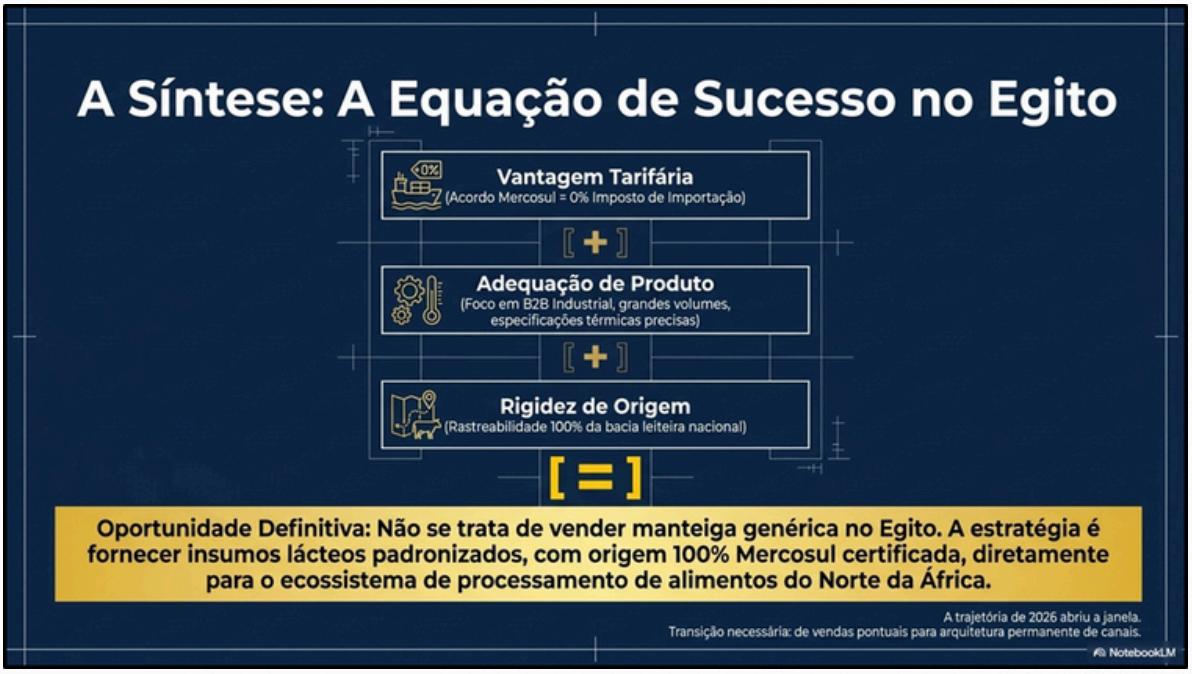
O mercado egípcio do SH 0405 é competitivo, concentrado e sensível a preço, mas oferece oportunidade concreta para fornecedores capazes de combinar escala, regularidade e conformidade regulatória. A forte presença de Nova Zelândia e Índia não impede a entrada de novas origens; ao contrário, as mudanças observadas entre 2023 e 2025 mostram que a composição dos fornecedores pode alterar-se rapidamente.

O avanço das exportações brasileiras constitui evidência mais relevante do que projeções genéricas de mercado. O salto de aproximadamente US$ 1 milhão em 2025 para US$ 4,1 milhões no primeiro semestre de 2026 demonstra que compradores egípcios já reconhecem competitividade em determinados produtos ou operações brasileiras. O desafio agora é transformar vendas pontuais em contratos recorrentes e diversificados.

A principal oportunidade encontra-se no fornecimento de manteiga e outras gorduras lácteas para uso industrial, complementado por nichos em hotelaria, restauração, varejo premium e marca própria. O Egito também poderá funcionar como plataforma para empresas processadoras com presença no Norte da África e no Oriente Médio.

A preferência tarifária do Acordo Mercosul–Egito pode representar vantagem importante, mas seu aproveitamento depende da correta classificação e do cumprimento das regras de origem. No caso da manteiga do SH 040510, a origem dos insumos lácteos deve receber atenção especial. Da mesma forma, a ausência atual de exigência governamental de certificação Halal para lácteos não elimina os demais requisitos sanitários, aduaneiros e documentais.

Em síntese, o Brasil possui condições de ampliar sua participação, desde que converta a vantagem tarifária em preço competitivo entregue, produto adaptado à aplicação do comprador, documentação sem inconsistências, parceiro local qualificado e fornecimento confiável. A trajetória de 2026 oferece uma janela favorável para ações comerciais direcionadas e para a construção de uma presença brasileira mais permanente no mercado egípcio.




MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA
E PECUÁRIA