

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.



LEITE E DERIVADOS NOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS

Data: 15/07/2025

Posto: Abu Dhabi/Emirados Árabes Unidos

Palavras-chave: leite; produtos lácteos; queijos; produção local

Responsável: Vanessa Medeiros de Jesus

SUMÁRIO:

Os Emirados Árabes Unidos (EAU) representam um dos mercados mais dinâmicos e estratégicos para produtos lácteos no Oriente Médio, com um valor de mercado estimado em US\$ 4,8 bilhões em 2024. O país, que importa cerca de 90% dos alimentos que consome, oferece oportunidades significativas para exportadores brasileiros de leite e derivados. Este relatório analisa o panorama do mercado lácteo nos EAU, destacando tendências de consumo, principais players locais e estratégias para ampliar a participação brasileira neste mercado em crescimento.

Panorama do Mercado de Leite e Derivados nos EAU

O mercado de produtos lácteos dos EAU foi avaliado em US\$ 4,8 bilhões em 2024, com projeção de crescimento para US\$ 7,0 bilhões até 2033, apresentando uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 4,30%. Este crescimento é impulsionado pelo aumento da consciência sobre saúde, demanda por produtos lácteos premium e uma população expatriada crescente que busca opções diversificadas.

O mercado específico de iogurte, um dos segmentos mais dinâmicos, movimentou US\$ 311 milhões no primeiro semestre de 2025, com expectativa de crescimento anual de 4,91% até 2030. O consumo per capita de iogurte deve atingir 7,1 kg em 2025, demonstrando a forte demanda local.

O mercado emirático apresenta características únicas de consumo, com uma população multicultural de 11 milhões de habitantes, dos quais, aproximadamente, 4 milhões são indianos. Esta diversidade cultural influencia diretamente as preferências por diferentes tipos de produtos lácteos, desde queijos europeus até produtos tradicionais do sul da Ásia.

Principais Players do Mercado Local

I) Al Ain Farms

A Al Ain Farms, fundada em 1981 pelo Sheikh Zayed Bin Sultan Al Nahyan, é a maior empresa láctea integrada dos EAU. A marca opera cinco fazendas e possui um rebanho de aproximadamente 15.000 vacas.

Características principais:

- Produção integrada da fazenda ao consumidor;
- Tecnologia avançada para alimentação, ordenha e processamento;
- Certificações HACCP e ISO para qualidade e segurança;
- Produção também de leite de camela.

Em 2025, cinco grandes produtores de alimentos dos EAU se uniram sob a Al Ain Farms Group (AAFG), incluindo Al Ain Farms, Marmum Dairy, Al Ajban Chicken, Golden Eggs e Saha Arabian Farms. Esta consolidação visa escalar operações e investir em novas tecnologias nos próximos anos.

II) Al Rawabi Dairy Company

A Al Rawabi é a maior empresa láctea doméstica dos EAU em termos de capacidade produtiva, com um rebanho de 12.500 vacas, das quais 8.000 são leiteiras, e produção de 275.000 litros de leite fresco por dia.

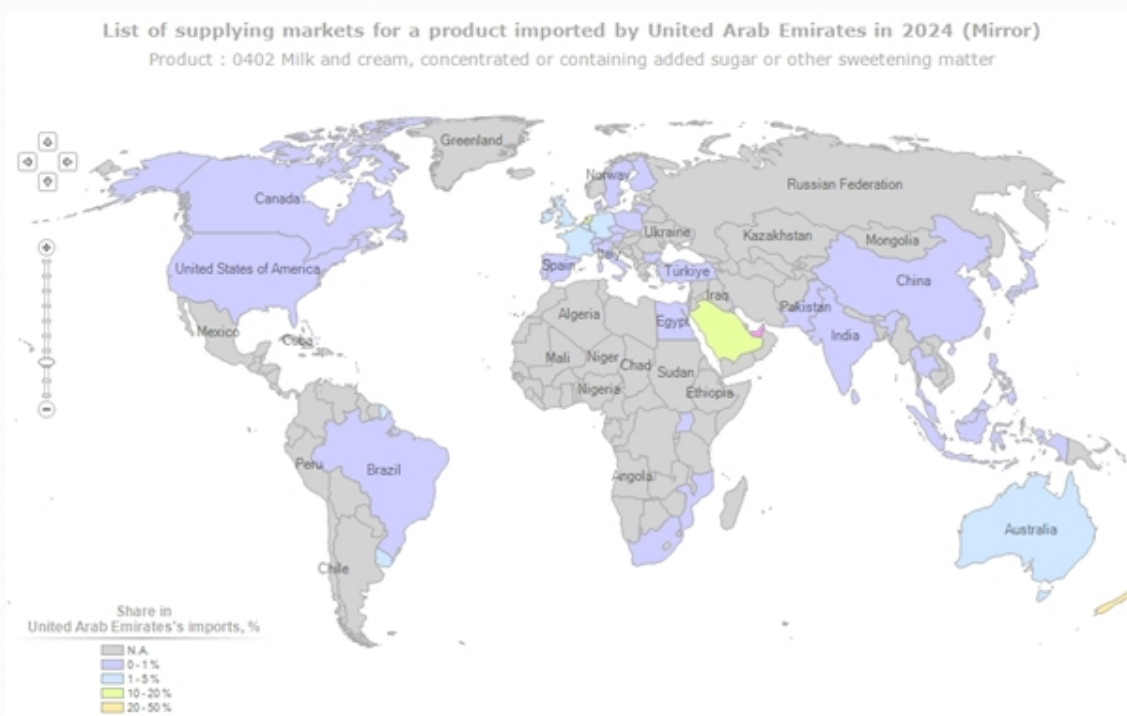
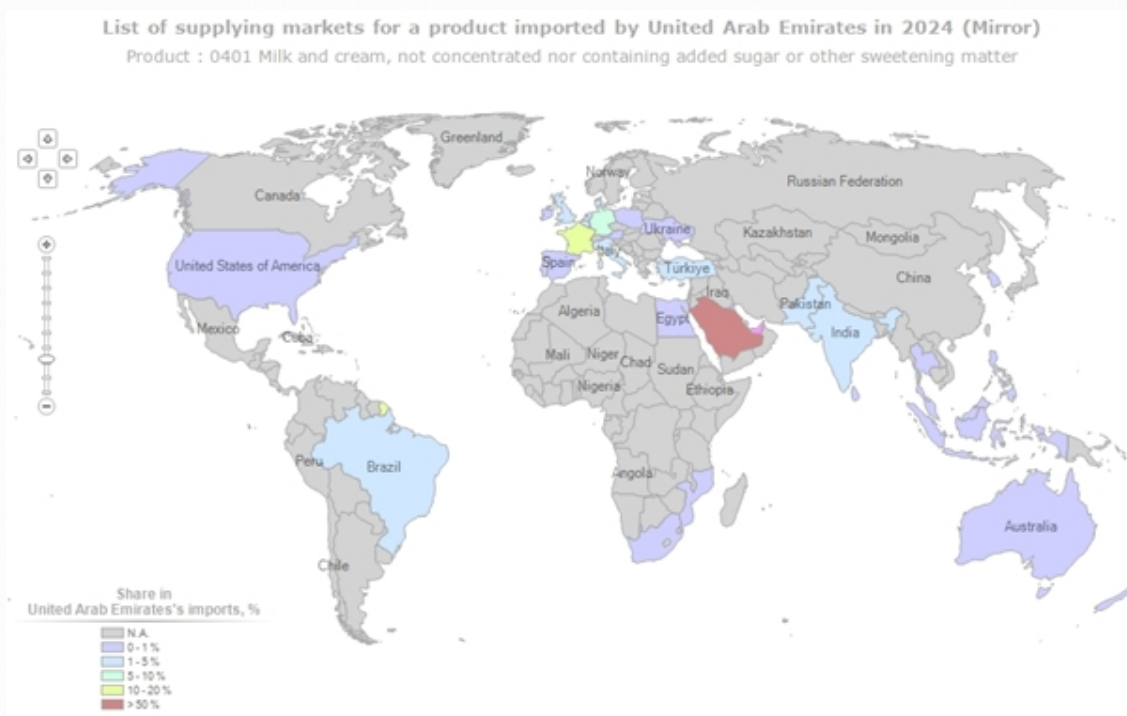
A empresa também foca na expansão regional, marcando presença em países como Sudão, Etiópia, Tanzânia, Kuwait e Bahrein.

Oportunidades para o Brasil

I) Participação Atual

O Brasil é o terceiro maior produtor mundial de leite, com mais de 34 bilhões de litros por ano, com produção em 98% dos municípios brasileiros, mas possui uma participação modesta no mercado de produtos lácteos dos EAU.

Figuras 1 e 2: Importações de leite por país de origem em 2024



II) Produtos com Maior Potencial

- Leite em Pó e Derivados: o Brasil produz mais de 650.000 toneladas de leite em pó anualmente, posicionando-se estrategicamente para atender à demanda dos EAU por produtos com maior vida útil e facilidade logística.
- Queijos Especializados: a crescente demanda por queijos processados nos EAU, com importações projetadas em 28 milhões de quilos até 2028, representa uma oportunidade significativa para produtores brasileiros especializados.
- Produtos Funcionais: o mercado de alimentos funcionais dos EAU está em crescimento, impulsionado por consumidores conscientes da saúde que buscam iogurtes ricos em probióticos, leites fortificados e produtos com fibras.

III) Certificação Halal como Diferencial Competitivo

O Brasil possui vantagem competitiva significativa na certificação halal, com entidades reconhecidas, certificando leite e derivados, ingredientes alimentares e aditivos. Esta certificação é obrigatória para acesso ao mercado emirático e representa um diferencial importante frente a concorrentes internacionais.

Desafios

Concorrência

O mercado emirático de lácteos é altamente competitivo, com grandes marcas multinacionais mantendo influência significativa, especialmente em segmentos premium. Produtores e marcas locais também comandam segmentos substanciais do mercado.

Recomendações

- Produtos UHT e em Pó: focar em produtos com maior vida útil para reduzir custos logísticos;
- Queijos Processados: desenvolver formulações específicas para o paladar local;
- Produtos Funcionais: investir em laticínios com probióticos e fortificados.

Conclusão

O mercado de leite e derivados dos Emirados Árabes Unidos apresenta oportunidades significativas para o Brasil, especialmente em segmentos como leite em pó, queijos processados e produtos funcionais. Com um mercado avaliado em US\$ 4,8 bilhões e crescimento projetado de 4,30% ao ano, os EAU oferecem um ambiente favorável para expansão das exportações brasileiras.

Para consolidar sua presença, o Brasil deve priorizar certificações halal, desenvolver produtos específicos para o mercado local e estabelecer parcerias estratégicas com distribuidores emiráticos. A combinação da expertise brasileira em produção láctea com a demanda crescente por produtos de qualidade nos EAU cria um cenário promissor para negócios bilaterais sustentáveis e de longo prazo.