

Um
mundo de
oportunidades

Volume 6
Origem: vegetal

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:

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Marcel Moreira

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

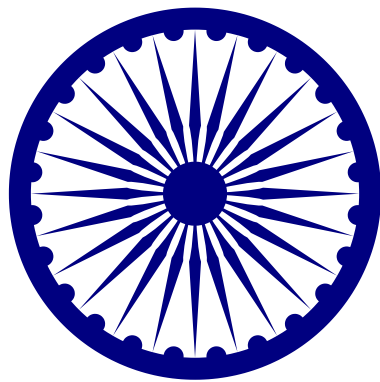
Resumo

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.



HELLO VEGGIES! A EMERGENTE INDÚSTRIA DE ALIMENTOS PLANT-BASED NA ÍNDIA

Data: 15/06/2025

Posto: Nova Delhi / Índia-Butão

Palavras-chave: Plant-based, vegano, vegetariano, alimentos, Smart protein, foodtechs, investimentos

Responsável: Angelo de Queiroz Mauricio

SUMÁRIO:

Este relatório apresenta uma visão geral e objetiva da acelerada transformação por que passa a indústria de alimentos à base de plantas na Índia. Aborda o potencial de mercado, os principais atores, as tendências de consumo e as dinâmicas de investimento, além de destacar os desafios para a adoção desses produtos pelos consumidores indianos e as mudanças nos hábitos alimentares urbanos no país. O documento também analisa o ecossistema emergente de investidores e dá destaque à possibilidade de entrada de foodtechs brasileiras no mercado indiano, evidenciando oportunidades concretas de cooperação entre Brasil e Índia em inovação agroalimentar sustentável.

A indústria de alimentos à base de plantas na Índia está evoluindo rapidamente e representa um cenário altamente promissor para inovação, investimentos e parcerias. Estima-se que o valor do mercado interno alcance entre USD 1,45 e 3,99 bilhões até 2030, impulsionado pela crescente conscientização urbana sobre saúde, sustentabilidade e interesse culinário da classe média e alta por novas experiências, em especial impulsionado por suas experiências internacionais cada vez mais frequentes.[1]

Mercado e Tendências de Crescimento

O setor se desenvolveu em duas ondas principais:

- Primeira onda (2018-2020): Surgimento de marcas pioneiras como GoodDot[2], Blue Tribe Foods[3], and Shaka Harry[4].
- Segunda onda (2021–2023): trouxe 113 startups ativas nos segmentos de proteínas à base de plantas, fermentadas e cultivadas, com o apoio de mais de 100 empresas complementares.

Atualmente, a Índia conta com 377 produtos do tipo “proteína inteligente” (smart protein), distribuídos em mais de 40 diferentes formatos e categorias, incluindo:

- 143 produtos de carne à base de plantas
- 223 alternativas aos laticínios
- 11 substitutos de ovos

Esses produtos são encontrados no varejo e no e-commerce, além de serem fornecidos diretamente ao setor HoReCa (Hotéis, Restaurantes e Catering), com mais de 500 estabelecimentos nas oito principais cidades do país oferecendo pratos à base de plantas. O mercado indiano de food service e HoReCa deve atingir a cifra de 23,31 trilhões de rúpias indianas (USD 280 bilhões) até 2026, indicando um grande potencial de crescimento[5].

Comportamento do Consumidor e Contexto Cultural

Com o aumento da renda e das aspirações da população, o consumo per capita de proteína na Índia deve crescer nos próximos anos. Em 2020, o país consumiu cerca de seis milhões de toneladas métricas de carne, e a expectativa é que esse número chegue a 7,6 MMT até 2029. O frango se destaca como principal fonte de proteína animal, respondendo por 66% do consumo total de carne. Seu consumo vem crescendo rapidamente e deve atingir 5,4 MMT até 2029.

Apesar da imagem internacional de um país vegetariano, 77% da população indiana consome algum tipo de carne ou produtos de origem animal, ao menos ocasionalmente. No entanto, o consumo anual per capita de carne é de apenas 3,8 kg — muito abaixo da média global. Fatores religiosos e culturais — especialmente em relação à carne bovina — moldam os hábitos de consumo, sendo as leguminosas [secas a principal fonte de proteína para a maioria dos indianos.

Em 2024-25, a Índia importou 8,36 milhões de toneladas métricas de pulses, matéria-prima importante para a indústria de alimentos à base de plantas.

Os primeiros adeptos desse tipo de produto são, em sua maioria, profissionais urbanos entre 25 e 44 anos. Suas motivações estão mais associadas a benefícios para a saúde — como "alto teor de proteína" e "zero colesterol" — do que a razões éticas. Contudo, ainda há um grande espaço para conscientização e experimentação: apenas 10% já provaram carnes vegetais e 23% consumiram alternativas aos laticínios, apesar de 30–50% afirmarem conhecer esses produtos.

Produtos com sabor e formato culturalmente familiares e conhecidos — como kebabs, tikka e biryani — têm maior e melhor aceitação em relação à produtos ocidentais. De forma geral, os alimentos à base de plantas são usados para complementar, e não substituir, carne ou laticínios tradicionais, sendo consumidos com mais frequência durante festivais ou ocasiões religiosas nos quais se observam restrições ao consumo de proteína animal.

Cenário de Investimentos

Há boas oportunidades para foodtechs brasileiras iniciarem operações na Índia em parceria com empresas locais. Startups que desenvolvam soluções inovadoras com foco no aproveitamento de fibras alimentares, polpas e subprodutos tradicionalmente descartados — como é o caso do caju, jaca, manga, coco e feijões, entre outros — e que incorporem ingredientes da biodiversidade brasileira para criar produtos regenerativos de alto valor agregado, dentro de modelos de economia circular voltados à redução de perdas e desperdícios alimentares, encontram um mercado promissor no subcontinente indiano.

De 2016 até abril de 2023, o setor recebeu investimentos de 34 fundos de venture capital, 27 investidores-anjo, duas grandes corporações e outros players relevantes. Empresas indianas como Symega, BVeg Foods, Chatha Foods e Zippy Edibles estão impulsionando a expansão do mercado ao adaptar suas instalações e incorporar tecnologias como a extrusão de alta umidade. Ainda há lacunas significativas em infraestrutura voltada à pesquisa e desenvolvimento, plantas-piloto e produção em escala industrial, o que abre espaço para novos investimentos.

O Ministério das Indústrias de Processamento de Alimentos da Índia (MoFPI) tem papel central no fortalecimento do setor, por meio de políticas voltadas à autossuficiência, ao estímulo a startups e à oferta de incentivos.

Além disso, o governo indiano permite 100% de investimento estrangeiro direto (FDI) no setor de processamento de alimentos e no comércio varejista de produtos alimentícios — incluindo o comércio eletrônico — tanto por via automática quanto mediante aprovação, com políticas voltadas à atração de parcerias internacionais.

Formas de engajamento e interação com o setor indiano: Vegan India Conference 2025

Empresas brasileiras e demais interessados podem explorar o setor de proteínas alternativas na feira e conferência Vegan India Conference[1] (5 a 6 de julho de 2025, Mumbai). O evento contará com 34 sessões, 65 palestrantes, 15 oficinas e mais de 45 expositores de 12 países — uma excelente oportunidade para se conectar com startups, investidores e líderes do setor de food service na Índia.

Além desta, dois outros eventos estratégicos podem também ser aproveitados como plataformas para prospecção e realização de negócios: a Plant Based Foods Show (<https://pbfia.org/event/aahar/>) organizada pela Plant Based Food Industry Association (durante a feira AAHAR - <https://indiatradefair.com/aahardelhi/>) e a World Food India (<https://worldfoodindia.gov.in/>) promovida pelo Ministério das Indústrias de Processamento de Alimentos da Índia (MoFPI) .

Conclusão

O setor de alimentos à base de plantas na Índia está passando de nicho para mainstream. Com uma base de consumidores diversificada, um ecossistema de startups em expansão e o crescente interesse de investidores, o mercado oferece oportunidades concretas para a inovação brasileira e parcerias estratégicas, incluindo a exportação de produtos customizados ao paladar e tradições indianas.