

Um
mundo de
oportunidades

Volume 11
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

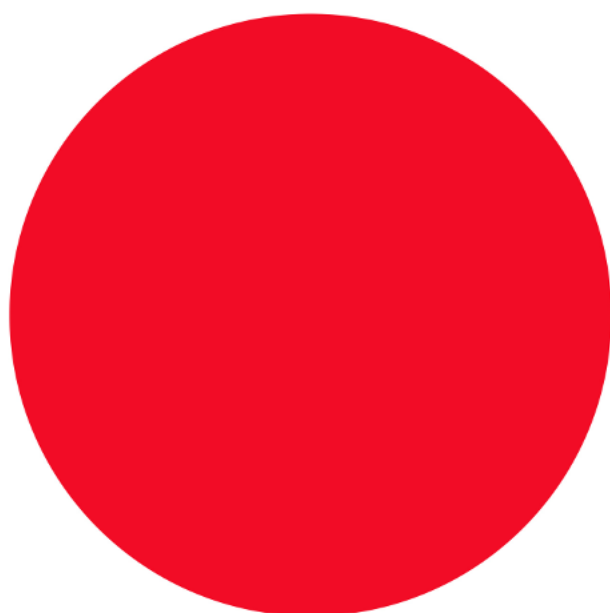


O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

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.



O MERCADO DE EXPORTAÇÃO DE EMBUTIDOS PARA O JAPÃO

Data: 14/11/2025

Posto: Tóquio/Japão

Palavras-chave: Exportações. Oportunidades. Embutidos.

Responsável: Marco Aurélio Pavarino

SUMÁRIO:

O agronegócio brasileiro tem buscado diversificar mercados e agregar valor à produção, inclusive por meio de produtos processados, como os embutidos (linguiça suína e de aves). O mercado japonês representa uma das alternativas mais relevantes, dada a sua elevada renda per capita, tradição de importações de carnes e alimentos processados, e perfil de consumidor que valoriza conveniência e qualidade. Contudo, o acesso ao Japão implica atender exigências sanitárias rigorosas, logística internacional eficiente e adaptação ao mercado local. O presente documento analisa brevemente as possibilidades para exportadores brasileiros acessar o mercado de embutidos no Japão, considerando mercado-destino, competitividade, requisitos e logística, bem como desafios e oportunidades.

O Mercado japonês de carnes processadas e embutidos no Japão

1.1 Tamanho e perfil do mercado

O mercado de carnes no Japão é uma parte significativa das importações agrícolas japonesas. Dados do Departamento de agricultura do Canadá informam que no ano de 2023 a importação de carnes no país atingiu cerca de 3,9 milhões de toneladas, sendo 1,8 milhões toneladas de carne suína, (46%), 1,3 milhões toneladas de carne de aves e 0,8 milhões de toneladas de carne bovina (agriculture.canada.ca).

Em termos de produtos processados de carne, incluindo embutidos, há expectativa de crescimento nos próximos anos. Um relatório do relatório do site globenewswire.com indica que o mercado japonês de produtos de carne processada deverá atingir cerca de US\$ 20,3 bilhões até 2033, sendo que em 2024 as importações de “outros preparados de carne” (HS 1602) foram avaliadas em ¥ 466 bilhões.

Para a categoria HS 1601 (Enchidos e produtos semelhantes) o Japão apresentou no ano 2019 importações no valor de aproximadamente USD 189 milhões e quantidade de cerca de 36 mil toneladas (wits.worldbank.org). O Brasil aparece com valor exportado para o Japão de aproximadamente USD 20,85 milhões para essa categoria, com quantidade de aproximadamente 6 toneladas. Este dado indica a importância do mercado de embutidos importados para o Japão.

1.2 Segmentação de consumo e canais de distribuição

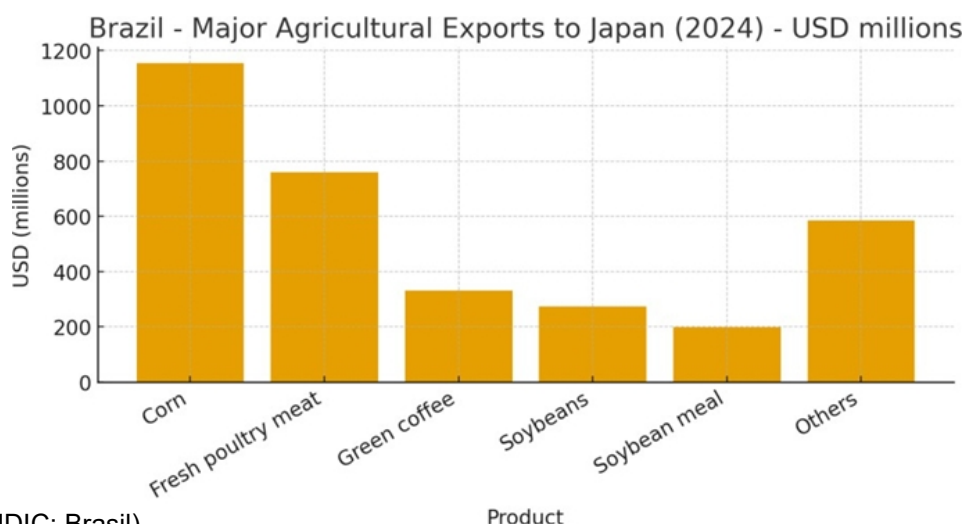
Alguns pontos relevantes para entender o mercado de embutidos no Japão estão listados abaixo:

- O consumidor japonês valoriza conveniência, alimentos processados prontos para uso, qualidade de embalagem e rotulagem clara.
- Canais de distribuição importantes são supermercados, lojas de conveniência, “food-service” (restaurantes, buffets), e venda premium/importados.
- Embutidos importados podem encontrar nichos de diferencial - como “sabores importados”, “premium”, “ingredientes exóticos” ou “origem Brasil”. Para o exportador brasileiro de linguças, esse perfil sugere que não basta competir apenas em volume ou preço, mas em valor agregado, serviço, embalagem e adequação ao gosto local.

2.Competitividade brasileira para exportação de embutidos

O Brasil tem capacidade significativa de produção de proteína animal, sendo o primeiro país exportador mundial em volume de carne de aves e o terceiro em carne suína. O país tem grande competência em processamento de carnes — o que oferece base de oferta para embutidos. Além disso, o Brasil tem papel estratégico no comércio agrícola com o Japão. Em 2023, segundo dados do Comexstat (Ministério da Indústria e Comércio – MDIC), o Japão importou mais de US\$ 3,31 bilhões em produtos agrícolas brasileiros, com carne suína e de aves estando entre os principais. No entanto, a exportação de embutidos ao Japão ainda é incipiente em um mercado que pode mais explorado.

Figura1 – principais produtos exportados do Brasil ao Japão- 2024



Fonte: Comexstat(MDIC; Brasil)

A possibilidade de se construir uma abordagem de marketing diferenciada como origem dos produtos, sabores caracteristicamente brasileiros e produtos de qualidade sanitária e de consumo humano são componentes que podem ser trabalhados para a promoção comercial dos produtos no Japão.

3. Requisitos regulatórios

Os estabelecimentos brasileiros que pretendam exportar carnes termo processadas de suínos, aves ou bovinos devem estar habilitados pelo governo japonês. A habilitação depende dos produtos e da localização das plantas/estabelecimentos, conforme detalhado a seguir:

- Carne de aves in natura ou termo processadas de todo o Brasil: o sistema de habilitação é o pre-listing (não exige vistoria), com indicação do MAPA das plantas habilitadas.
- Carne de suínos in natura ou termoprocessada no estado de Santa Catarina: o sistema de habilitação é o pre-listing (não exige vistoria), com indicação do MAPA das plantas habilitadas;
- Carne termo processada de suínos (fora de Santa Catarina) e bovinos (todo o Brasil): habilitação mediante indicação do MAPA, mas demanda realização de Inspeção in-loco das plantas pelos Ministério da Agricultura, Florestas e Pesca do Japão – MAFF e Ministério da Saúde Trabalho e Bem-estar do Japão – MHLW.

No caso de embutidos (linguiças), sendo produtos processados, podem incorrer em exigências adicionais. É recomendado sempre a consulta prévia ao posto quarentenário de entrada do produto no Japão para elucidar quais as exigências aplicadas a cada produto.

Além dos requisitos relacionados à saúde animal, os exportadores devem estar atentos aos regulamentos de saúde pública estabelecidos pelo MHLW que envolvem adequação da rotulagem com dados nutricionais, composição dos alimentos, ausência de resíduos proibidos, descrição de aditivos utilizados, etc...

4.Oportunidades e Desafios

4.1 Oportunidades

O mercado japonês de carnes processadas é um setor em crescimento e, dentro dele, a categoria de salsichas e carnes termoprocessadas depende de importações. Esse canal de importação estabelecido representa uma oportunidade clara para fornecedores internacionais.

O Brasil é reconhecido por sua capacidade de produção de carne suína e aves e está em uma posição favorável para capitalizar essa demanda.

Entretanto, a estratégia envolve ir além das commodities básicas, buscando estabelecer um nicho de produtos “premium” com mais valor agregado. Ao alavancar a percepção positiva de origem do produto e aspectos de diferenciação o Brasil pode conquistar um segmento de produtos distinto e desejável.

Essa oportunidade pode ser ampliada pelo fortalecimento das relações comerciais entre o Brasil e o Japão. Compromissos bilaterais recentes têm se concentrado especificamente em aumentar o acesso das carnes brasileiras ao mercado japonês, criando um ambiente favorável e receptivo para novos produtos processados.

Embora o Brasil seja um grande exportador de carne de suínos e aves ao Japão, sua presença no nicho específico de salsichas importadas é atualmente muito baixa. A sugestão é aproveitar o mercado crescente e construir uma estratégia que permita o reconhecimento da marca em um nicho específico antes que o mercado se torne mais intensamente competitivo.

4.2 Desafios

Existem alguns desafios competitivos nas exportações de embutidos ao Japão. Alguns pontos devem ser considerados pelas empresas na decisão de exportação a este mercado. A seguir são elencados alguns deles:

- Morosidade no processo de avaliação documental dos estabelecimentos que pretendem habilitação para exportação de embutidos que dependem de vistorias obrigatórias.
- A logística de transporte será sempre um ponto a se considerar para as exportações ao Japão. Conservação, custo de transporte internacional, desembarque e distribuição no Japão são temas que devem compor a agenda de preocupação dos exportadores brasileiros.
- Adaptação dos produtos ao gosto e exigências dos consumidores japoneses é fundamental. O cuidado na embalagem com rótulo em idioma japonês, design, sabor, formato, tamanho das porções e atendimentos das exigências regulatórias de alimentos processados como índice de resíduo de pesticidas/medicamentos ou aditivos são essenciais.
- Concorrência com fornecedores já estabelecidos, especialmente europeus e americanos, e a necessidade de demonstrar confiabilidade para importadores japoneses.

Conclusão

A exportação de embutidos como linguiça suína e de aves do Brasil ao Japão representa uma alternativa estratégica para a diversificação do agronegócio brasileiro no setor de carnes processadas. O mercado japonês oferece boas condições para isso: renda elevada, demanda por conveniência e alimentos prontos/processados, e importações estabilizadas de carnes e produtos cárneos.

Contudo, a entrada neste mercado requer atenção às etapas e desafios do processo de exportação: habilitação de plantas, exigências regulatórias, logística internacional, adaptação ao mercado japonês e concorrência estabelecida.

Há potencial real de exploração deste mercado, porém exige disciplina, conformidade regulatória, logística eficaz e posicionamento de mercado inteligente. A estratégia recomendada aos exportadores brasileiros é de abordagem que considere: focar em produto diferenciado, investir em qualidade e certificação, buscar parceiro importador/distribuidor no Japão, realizar estudos de viabilidade e, a partir disso buscar escala.