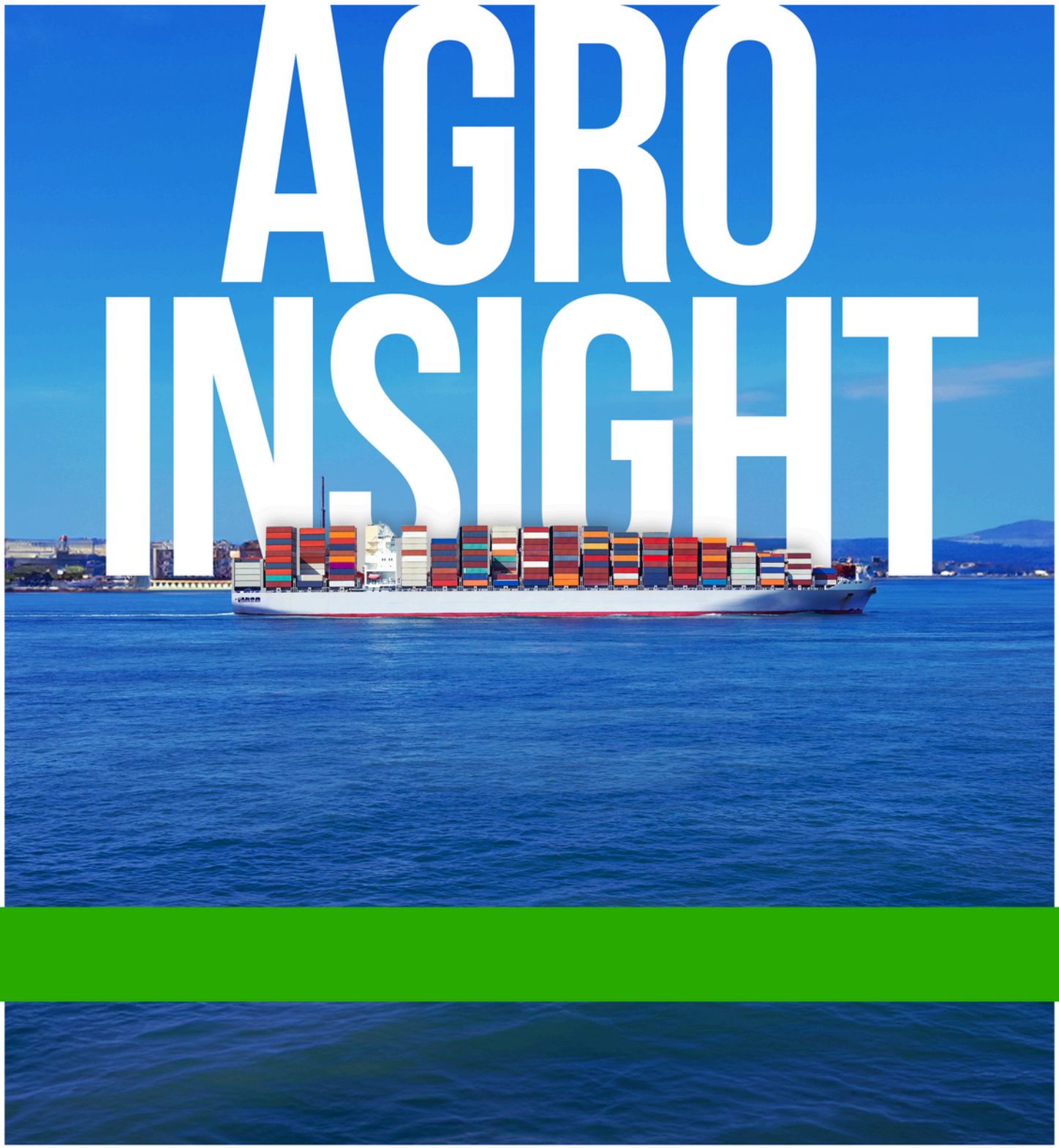
Um
mundo de
oportunidades

V.5 2026

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA
Presidente da República

ANDRÉ CARLOS ALVES DE PAULA FILHO
Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

CLÉBER OLIVEIRA SOARES
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

CIBELLE DE ANDRADE SILVA
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 - 3° 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
Augusto Billi
Carolina Eufemia Aquino de Sá
Ângela Pimenta Peres
Jennifer Santos Costa
Jennya Silva Brito

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 Felipe Celestino Gouhie
Clóvis Augusto Versalli 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

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

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

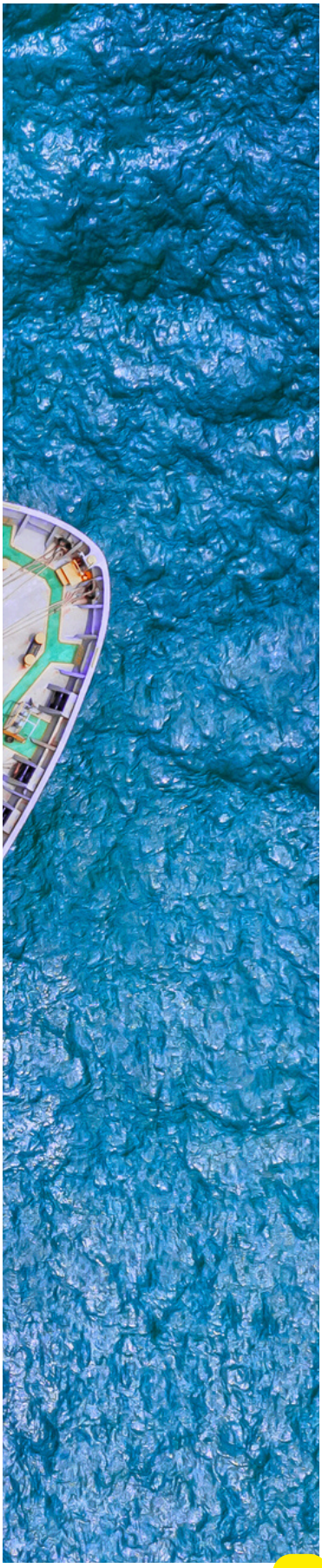
Resumo

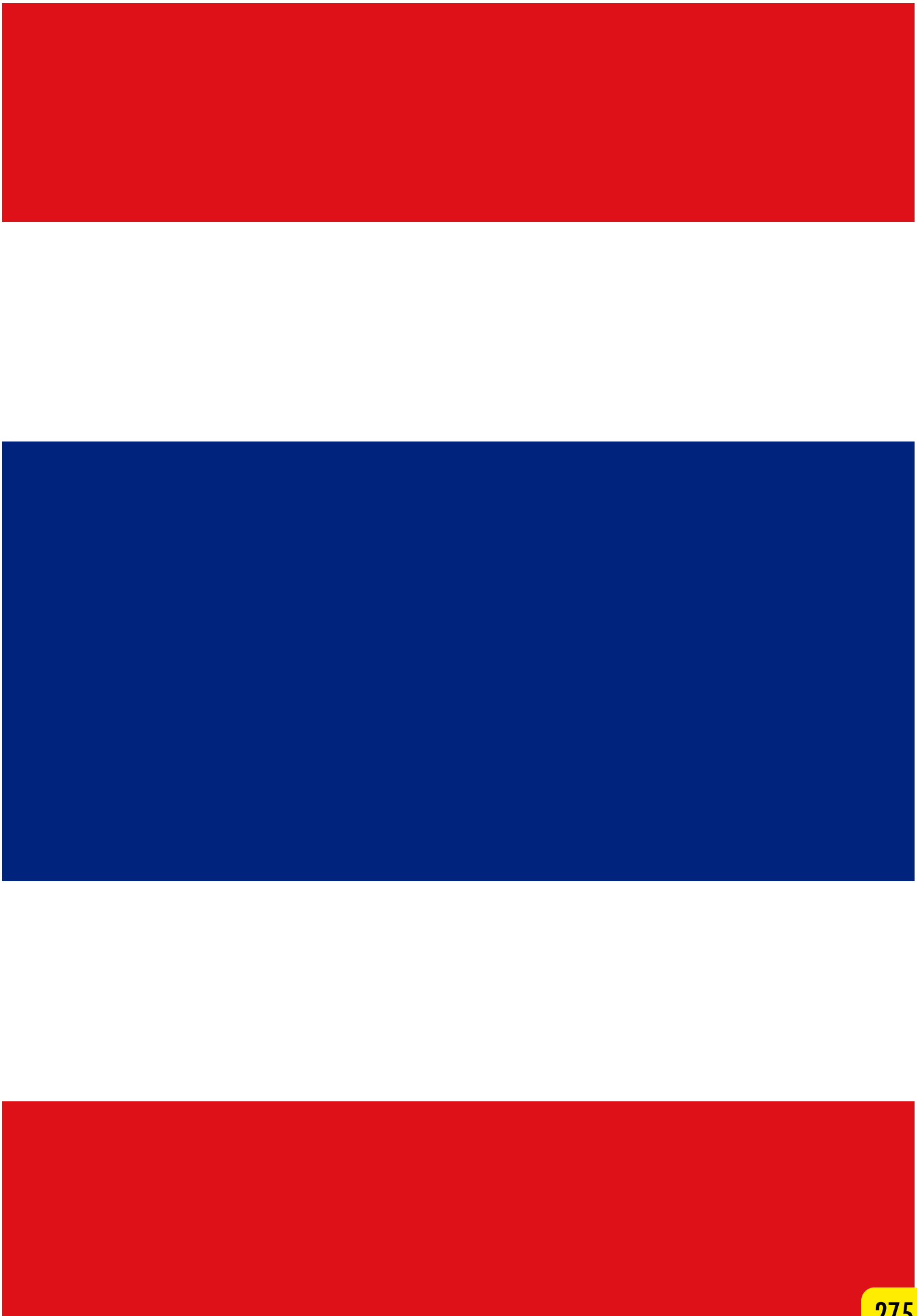


O AgroInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

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 André de Paula e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgroInsight 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.





ANÁLISE DO MERCADO DE SEAFOOD NA TAILÂNDIA

Data: 12/05/2026
Posto: Bangkok/Tailândia
Palavras-chave: Tailândia; seafood; pescados; exportação; processamento; análise de mercado
Responsáveis: Lucas Fiuza de Moraes / Kantapong Janin (assistente técnico)

SUMÁRIO:

A Tailândia consolida-se como um hub global de processamento e consumo de pescados, apresentando uma demanda crescente por matérias-primas importadas e produtos premium. Com a recuperação do setor de turismo (HORECA) e a busca por proteínas sustentáveis, abrem-se janelas estratégicas para o Brasil, especialmente em nichos de peixes congelados e produtos de alto valor agregado. Este documento analisa o panorama setorial, as barreiras vigentes e o potencial competitivo brasileiro.

1. Introdução

O presente AgroInsight tem como objetivo analisar o potencial de inserção dos produtos de pescado (seafood) no mercado da Tailândia.

A Tailândia é reconhecida como um dos principais centros mundiais de comércio de produtos da pesca, desempenhando um papel ambivalente como grande exportador de itens processados e importador massivo de insumos.

O setor é um pilar da economia tailandesa, sustentado por uma infraestrutura de processamento altamente sofisticada e uma demanda interna robusta.

Para o exportador brasileiro, o mercado tailandês apresenta-se como uma oportunidade estratégica para o fornecimento de proteínas de alta qualidade, visando tanto o abastecimento da indústria de transformação local quanto o atendimento ao exigente canal HORECA (Hotéis, Restaurantes e Cafés), que experimenta forte expansão com a retomada do fluxo turístico internacional.

Este estudo aborda uma visão geral do produto, a dinâmica do mercado brasileiro e tailandês, dados de comércio, requisitos para a exportação à Tailândia, uma análise dos principais exportadores, e alguns potenciais importadores tailandeses.

2. Visão Geral do Produto

O escopo desta análise abrange os pescados e seus produtos em diversos estados de processamento, com foco nos seguintes códigos do Sistema Harmonizado (SH):

- SH 0303: Peixes congelados (exceto filés), utilizados predominantemente como matéria-prima industrial.
- SH 0304: Filés de peixes e outras carnes de peixes, com foco em varejo e serviços de alimentação.
- SH 0306: Crustáceos, incluindo camarões e lagostas, com demanda crescente por espécies de águas frias.
- SH 0307: Cefalópodes, incluindo lulas e polvos, congelados, preparados ou conservados, e como matérias-primas para a indústria.
- SH 1604: Preparações e conservas de peixes, segmento onde a Tailândia detém liderança global em processamento.
- SH 1605: Crustáceos, moluscos e outros aquáticos invertebrados, preparados ou conservados.

3. Competitividade Brasileira

A competitividade do Brasil no setor de pescados baseia-se na excelência sanitária e no potencial de escala da aquicultura, que superou a marca histórica de 1 milhão de toneladas de peixes cultivados no início de 2026.

O país diferencia-se pela oferta de produtos com rastreabilidade e biosseguridade, atributos altamente valorizados pelos processadores tailandeses que reexportam para mercados rigorosos como a União Europeia e o Japão.

A tilápia brasileira, em especial na forma de filés congelados, possui potencial para competir em nichos de qualidade superior, enquanto a pesca oceânica pode suprir a demanda por espécies específicas que enfrentam escassez sazonal no Sudeste Asiático, como a lagosta, por exemplo.

4. Análise do Mercado Tailandês

O mercado tailandês é caracterizado por um consumo per capita elevado (média de 25 a 32kg por habitante/ano) e uma transição para padrões de consumo mais conscientes. Três tendências principais definem o cenário atual:

- Future Food e Sustentabilidade: Cresce a demanda por produtos com certificações de sustentabilidade e o surgimento de alternativas de seafood à base de plantas.
- Just Seafood: O mercado exige cada vez mais transparência quanto às condições de trabalho na cadeia produtiva, favorecendo fornecedores que comprovam conformidade social.
- Canal HORECA: A recuperação do turismo impulsiona a demanda por itens premium e exóticos, onde o preço é secundário à qualidade e à regularidade do fornecimento.
- Hub de Reexportação: A Tailândia importa volumes significativos para processamento e posterior exportação, exigindo que a matéria-prima brasileira cumpra padrões internacionais de certificação.

O peixe é a principal fonte de proteína animal para a população tailandesa, representando cerca de 40% da ingestão total de proteína animal. O mercado doméstico consome anualmente cerca de 1,5 a 2 milhões de toneladas de produtos de pescados.

A seguir, algumas imagens que demonstram a forma de oferta do produto no país.













A Tailândia é o 8º maior exportador global de pescados em volume e o 14º em valor, consolidando-se como um hub estratégico de processamento.

Em 2024, o setor registrou um crescimento robusto de 22% em volume, totalizando aproximadamente 1,48 milhão de toneladas exportadas.

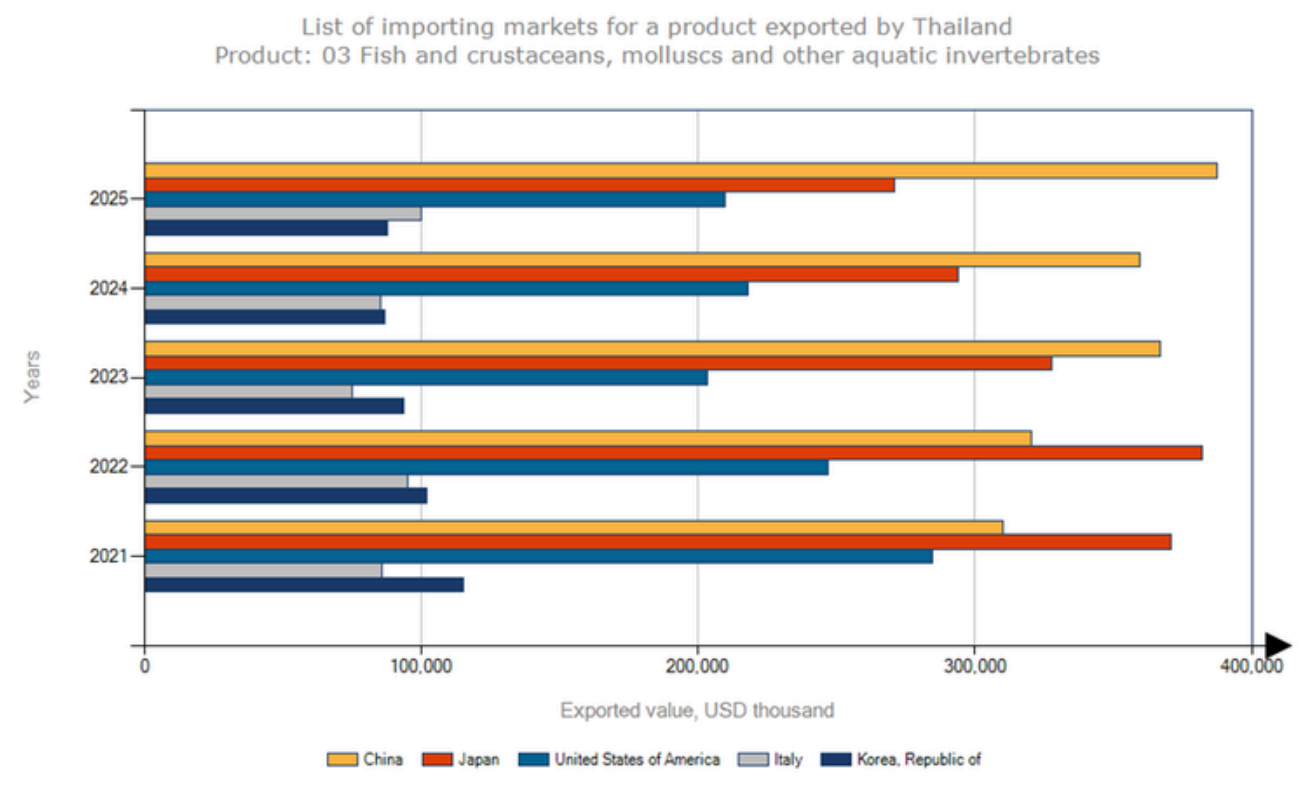
A pauta exportadora é dominada por produtos de alto valor agregado e processados:

- Atum enlatado: é o carro-chefe, representando mais de 80% da produção de conservas do país. Em 2024, a produção de atum enlatado atingiu cerca de 630 mil toneladas, com 92% desse volume destinado ao mercado externo.
- Camarão (fresco e processado): apesar de enfrentar desafios sanitários internos, a Tailândia exportou cerca de 133 mil toneladas (somando camarão in natura e processado) em 2024.
- Pet Food (base pescado): um setor em explosão, com exportações superando 115 mil toneladas, aproveitando os subprodutos do processamento de atum.
- Cefalópodes (lulas e polvos): exportações estáveis na casa das 36 mil toneladas, focadas em produtos limpos e prontos para o consumo.

A Tailândia possui uma base de clientes diversificada, com destaque para mercados de alto poder aquisitivo:

- Estados Unidos (18-22%): principal mercado para atum enlatado e camarão processado.
- Japão (8-9%): foco em produtos premium, sashimi e preparações de alto valor.
- China (11%): demanda crescente por camarão e peixes congelados.
- Oriente Médio e Norte da África (MENA): região que apresentou o maior crescimento em 2025 para o atum enlatado tailandês.

Tabela 1. Mercados importadores de seafood da Tailândia (em milhares de dólares/ano).



5. Análise de Concorrência Internacional

O Brasil pode enfrentar concorrência distinta dependendo do segmento de mercado:

- Commodities e baixo custo: Vietnã e Indonésia dominam o fornecimento de Pangasius e camarões tropicais devido à proximidade logística e custos reduzidos.
- Produtos premium e águas frias: Noruega e Chile são os principais fornecedores de salmão, enquanto os EUA e o Canadá lideram o mercado de crustáceos de águas frias e lagostas.
- Diferenciação: Para ganhar mercado, o Brasil deve se posicionar como uma alternativa de alta sanidade e sustentabilidade, evitando a competição direta por preço com os produtores regionais asiáticos.

Tabela 2. Mercados fornecedores de produtos sob o código 0303 para a Tailândia (tonelada/ano).

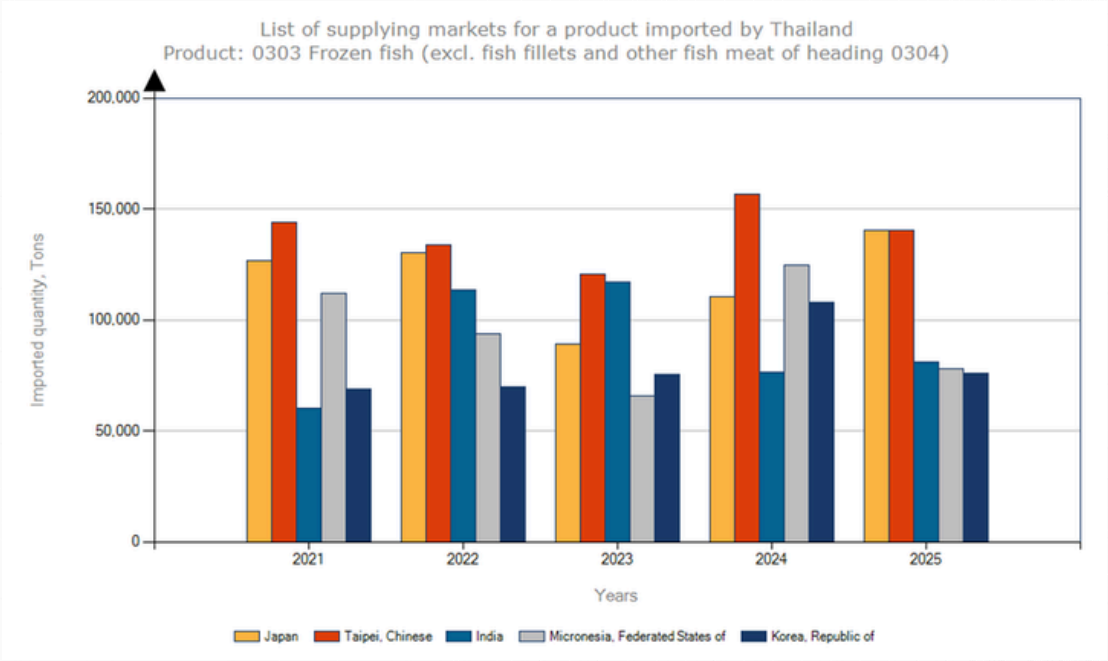


Tabela 3. Mercados fornecedores de produtos sob o código 0304 para a Tailândia (tonelada/ano).

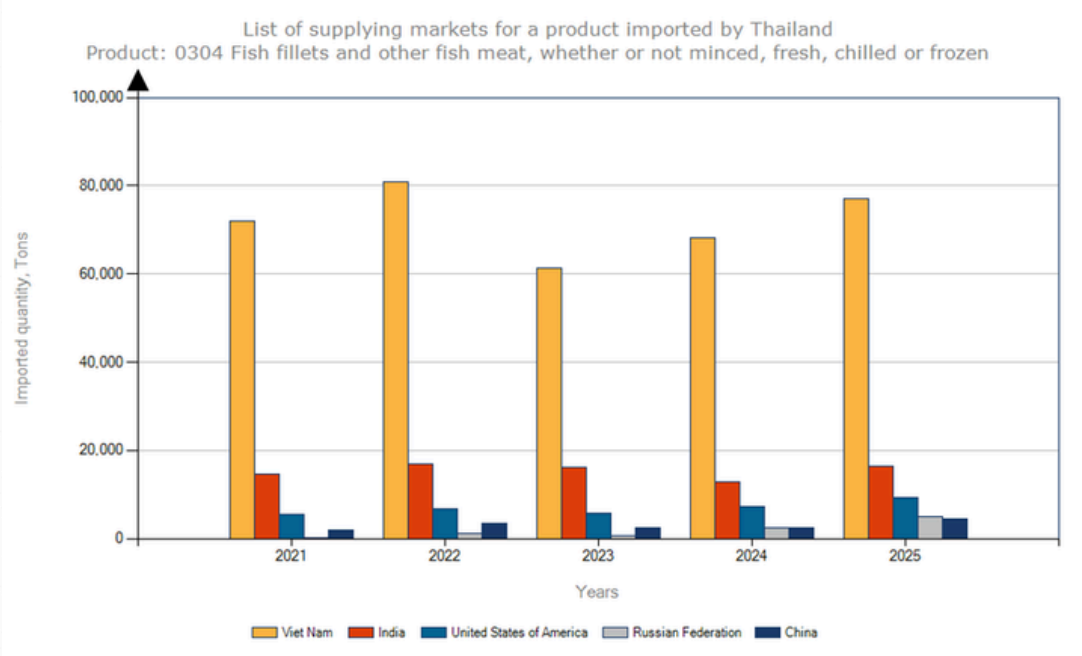


Tabela 4. Mercados fornecedores de produtos sob o código 0306 para a Tailândia (tonelada/ano).

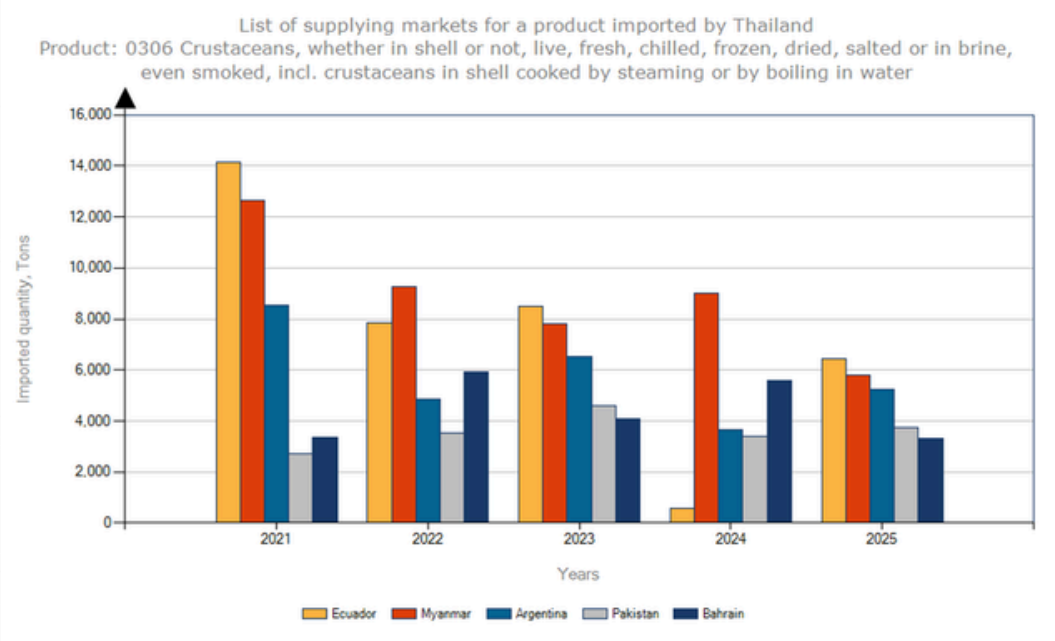


Tabela 5. Mercados fornecedores de produtos sob o código 0307 para a Tailândia (tonelada/ano).

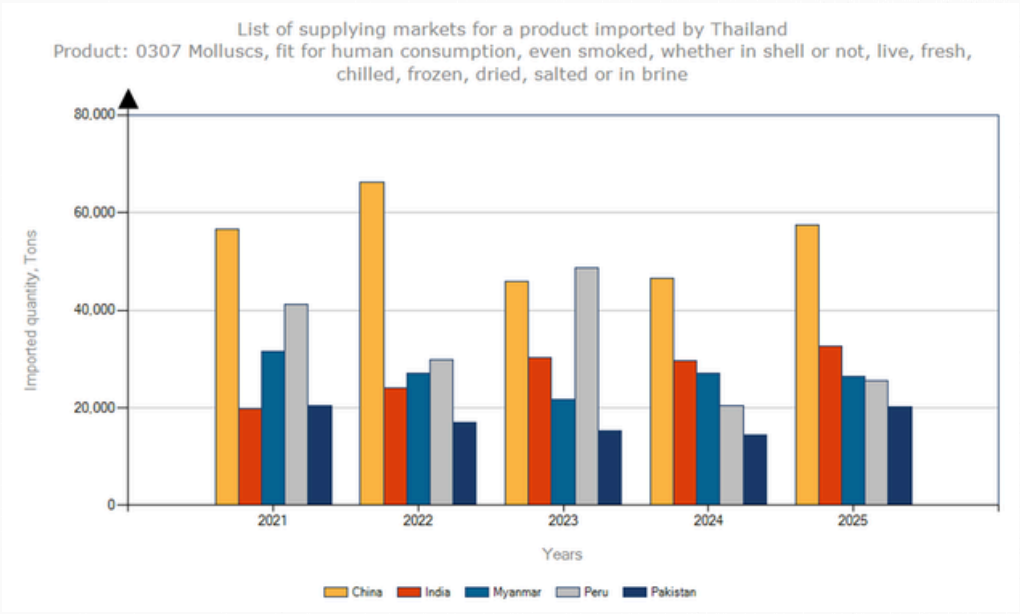


Tabela 6. Mercados fornecedores de produtos sob o código 1604 para a Tailândia (tonelada/ano).

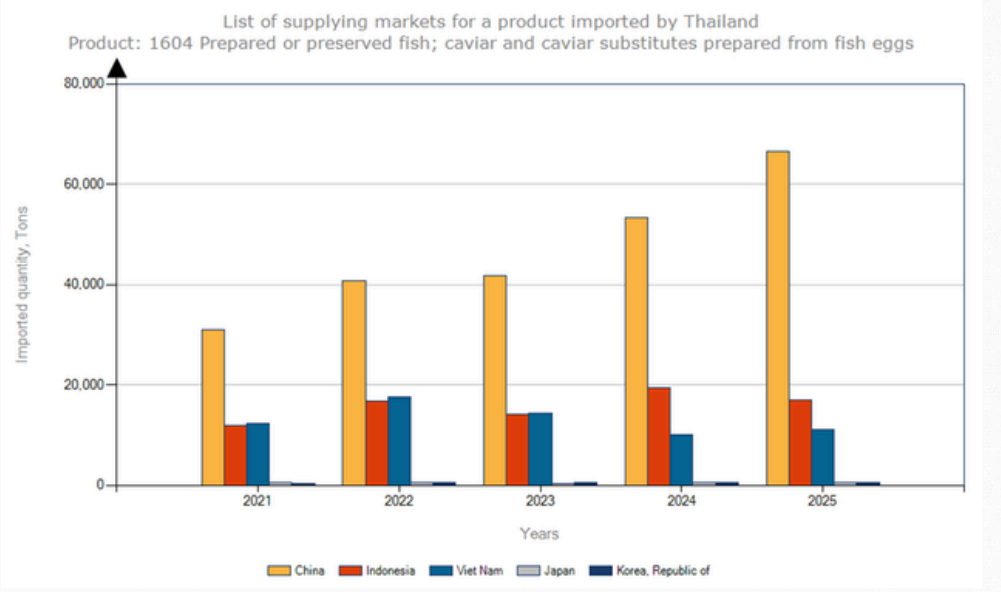
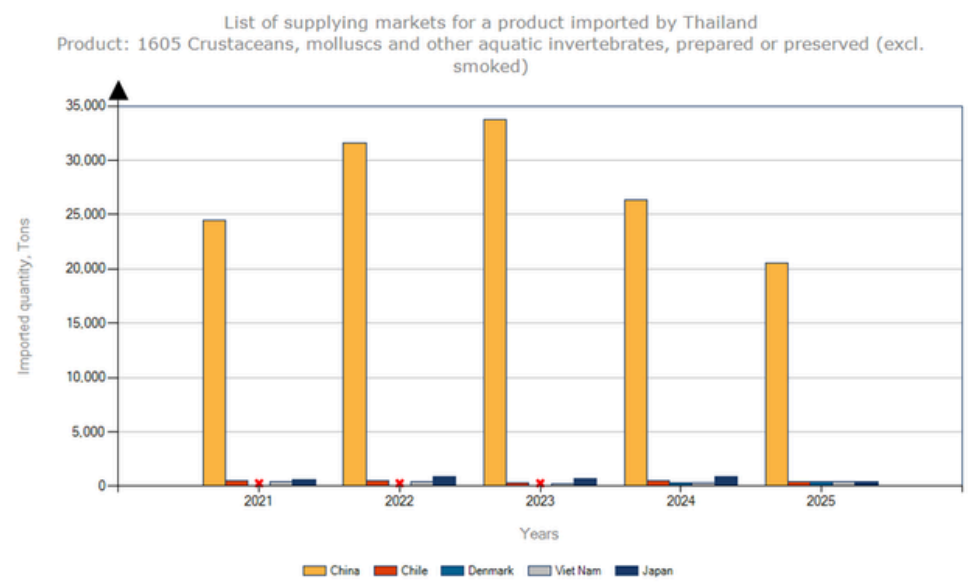


Tabela 7. Mercados fornecedores de produtos sob o código 1605 para a Tailândia (tonelada/ano).



6. Barreiras Tarifárias e Não Tarifárias (SPS/TBT)

As tarifas de importação para os produtos variam entre 0 e 30%, dependendo da classificação do produto e do código HS aplicável (0303, 0304, 0306, 0307, 1604 e 1605).

A tabela abaixo apresenta os códigos HS mais relevantes para os produtos do mar, suas descrições, e as correspondentes alíquotas tarifárias.

Nº	Código SH	Descrição	Tarifa (%)
1	0303	*Atum-gaiado congelado, Atum-albacora-de-laje (ou Atum-de-barbatana-amarela) congelado, Atum-patudo (ou Atum-de-olho-grande) congelado, Albacora (ou Atum-branco) congelada, Atum-de-cauda-longa congelado, outros atuns congelados.*	0
2	0304	*Outros peixes congelados (filés)*	5%
3	0306	*Outros camarões e lagostas congelados*	5%
4	0307	*Lula congelada, Polvo congelado*	0%
5	1604	*Preparações e conservas de peixes; caviar e seus sucedâneos preparados a partir de ovas de peixe*	30%
6	1605	*Preparados de camarões / lagostas, preparados de lula*	20%

7. Procedimentos de Importação

Os requisitos de importação para produtos de frutos do mar na Tailândia são regulamentados principalmente pelo Departamento de Pescas (DOF).

Todas as licenças de importação de frutos do mar devem ser obtidas por meio do DOF, enquanto certos frutos do mar processados e produtos alimentícios à base de frutos do mar também estão sujeitos à aprovação e regulamentação da Administração de Alimentos e Medicamentos da Tailândia (Thai FDA).

Para o procedimento de importação sob o Departamento de Pescas, o importador tailandês é responsável por submeter a solicitação da licença de importação através do sistema Thailand National Single Window (FSW). Para apoiar o processo de solicitação, o exportador deve fornecer a documentação necessária ao importador tailandês, incluindo a Fatura Comercial (Commercial Invoice), Lista de Embalagem (Packing List), Conhecimento de Embarque (Bill of Lading), Certificado Sanitário (Health Certificate) e documentos comprobatórios relacionados à origem legal dos produtos.

Tais documentos de suporte podem incluir o Certificado de Captura, Desembaraço Aduaneiro, Declaração Aduaneira, Certificado de Exportação ou quaisquer outros documentos oficiais que comprovem que os peixes e produtos pesqueiros não são derivados de atividades de pesca ilegal, não declarada e não regulamentada (INDNR/IUU).

Para produtos de frutos do mar que também exigem autorização da Thai FDA, o importador tailandês deve solicitar separadamente a aprovação de importação através do sistema eletrônico da agência.

Além dos documentos exigidos pelo Departamento de Pescas, o exportador brasileiro também deve fornecer um certificado de Boas Práticas de Fabricação (BPF/GMP) da unidade fabril para dar suporte ao processo de registro na FDA e à aprovação da importação.

8. Lista de Importadores

Uma lista de potenciais importadores de seafood na Tailândia foi identificada:

• Thai Union Group Public Company Limited (https://www.thaiunion.com/)
Uma das maiores empresas globais de frutos do mar da Tailândia, abrangendo frutos do mar estáveis em prateleira, frutos do mar congelados, comida para pet, rações e ingredientes.
• Sea Value Public Company Limited (https://www.seavaluegroup.com/)
Holding dos principais processadores de atum da Tailândia, incluindo a Unicord PLC e a I.S.A. Value Co., Ltd.
• Unicord Public Company Limited (https://www.seavaluegroup.com)
Grande processador de atum do Grupo Sea Value; produz atum enlatado, atum em sachê e produtos congelados.
• Pataya Food Industries Limited (https://www.patayafood.com/en/)
Fabricante e distribuidor de frutos do mar estáveis em prateleira; associado à marca Nautilus.
• Asian Sea Corporation Public Company Limited (https://asiansea.co.th/)
Grupo diversificado de frutos do mar e comida para pet com negócios em alimentos congelados, atum, ração aquícola e comida para pet.
• Asian Alliance International Public Company Limited (https://asiansea.co.th/)
Empresa operacional do Grupo Asian, focada em produtos de atum e comida para pet.
• Chotiwat Manufacturing Public Company Limited (https://www.chotiwat.com/)
Processador de frutos do mar tailandês com experiência em atum, salmão, frutos do mar com valor agregado e produtos de comida para pet.
• Siam International Food Co., Ltd. (https://www.sif.co.th/)
Processador e exportador de frutos do mar focado principalmente em atum e frutos do mar processados.

• Siam Intersea Co., Ltd. (https://siamintersea.co.th/)
Importador e exportador de frutos do mar congelados atendendo aos mercados doméstico e internacional.
• Thai Spring Fish Co., Ltd. (https://thaispringfish.co.th/)
Processador e exportador de frutos do mar congelados especializado em mariscos, camarões, cefalópodes e produtos de valor agregado.
• Nissui Thailand Co., Ltd.
Subsidiária tailandesa do grupo japonês de frutos do mar Nissui; envolvida no processamento e venda de produtos marinhos.
• Jagota Company Limited (https://www.jagota.com/)
Importador e distribuidor de alimentos premium para hotéis, restaurantes, varejo e food service.
• Food Project (Siam) Co., Ltd. (https://www.foodproject.co.th/th/landing)
Importador, produtor e distribuidor de alimentos premium atendendo a restaurantes e cozinhas profissionais.
• Thammachart Seafood Retail Co., Ltd. (https://www.thammachartseafood.com/)
Plataforma premium de varejo e food service de frutos do mar, vinculada à Thai Union.
• Ocean Fresh Seafood (Thailand) Co., Ltd. (https://oceanfreshseafoodthailand.com/)
Importador e exportador com ênfase em salmão norueguês e frutos do mar frescos e congelados.

9. Considerações Finais

O mercado tailandês oferece oportunidades concretas para o seafood brasileiro, desde que haja um esforço coordenado para a abertura de novos protocolos sanitários e a promoção comercial focada em nichos de valor agregado.

A participação em feiras como a THAIFEX é essencial para estabelecer relacionamentos com importadores que buscam diversificar suas fontes de suprimento diante de incertezas climáticas e geopolíticas na Ásia.