

Um
mundo de
oportunidades

V.4 2026

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

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 Moraes

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).

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.





ANÁLISE DO POTENCIAL DO WHEY PROTEIN NO MERCADO DA TAILÂNDIA

Data: 10/04/2026

Posto: Bangkok/Tailândia

Palavras-chave: Tailândia; concentrado proteico do soro do leite; whey protein; análise de mercado

Responsável: Lucas Fiuza de Moraes / Kantapong Janin (assistente técnico)

SUMÁRIO:

O estudo analisa o potencial do Whey Protein brasileiro na Tailândia, descrevendo produto, competitividade do Brasil, dinâmica de mercado local, concorrência internacional, tarifas e exigências regulatórias. Destaca o crescimento da demanda tailandesa, oportunidades para exportadores brasileiros e uma lista de potenciais importadores dos setores alimentício e de suplementos, apontando uma janela comercial favorável para expansão futura do setor e reforçando a viabilidade.

1. Introdução

O presente AgrolInsight tem como objetivo analisar o potencial de inserção do Concentrado Proteico do Soro do Leite brasileiro (popularmente conhecido como Whey Protein - SH 0404.10) no mercado da Tailândia.

A Tailândia apresenta uma demanda crescente por Whey Protein. O mercado experimentou um grande crescimento em 2024, com as importações aumentando 7,1% em volume, atingindo 75.716 mil toneladas.

No período de janeiro-fevereiro de 2025, a Tailândia importou o valor de US\$ 15,62 milhões, equivalente a 12,05 mil toneladas. Em comparação com as importações no mesmo período do ano anterior, a taxa de crescimento das importações foi de 26,9% em valor e 23,4% em volume. 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 Whey Protein é produzido a partir do soro do leite, utilizando processos de filtragem e secagem que permitem obter diferentes níveis de pureza, resultando nas versões concentrada, isolada e hidrolisada. Comercialmente, aparece principalmente em pó, bebidas prontas, barras e misturas proteicas.

O consumo é tradicionalmente associado ao público esportivo, sobretudo no pós-treino, mas tem se expandido para idosos e consumidores interessados em dieta hiper proteica, saciedade e conveniência. Seus principais benefícios incluem suporte à síntese e manutenção de massa muscular, melhora da recuperação física, auxílio no controle de peso e contribuição moderada para imunidade.

No mercado global, cresce a demanda por produtos prontos para consumo, formulações com rotulagem limpa, combinações com ingredientes funcionais (colágeno, probióticos, adaptógenos) e opções com menor teor de lactose.

Mercados asiáticos, como Tailândia e região, apresentam forte expansão impulsionada por fitness, envelhecimento populacional e busca por praticidade - contexto relevante para estudos de oportunidades brasileiras em nichos de alimentos funcionais e produtos de valor agregado.



3. Competitividade Brasileira

O Brasil consolidou-se como principal produtor e consumidor de Whey Protein na América Latina, com mercado doméstico avaliado em US\$ 1,47 bilhão em 2024 e projeção de US\$ 2,56 bilhões até 2034.

A expansão da indústria de queijos brasileira, que processa aproximadamente 9 toneladas de soro de leite por tonelada de queijo produzida, cria oportunidade estrutural para aumentar significativamente a produção de whey protein.

Investimentos estratégicos em andamento no Brasil indicam que a produção doméstica começará a exceder demanda interna entre 2026-2028, viabilizando exportações competitivas. A vantagem competitiva brasileira reside em custos de produção reduzidos, escala de produção de leite, integração vertical queijo-whey protein e conformidade com padrões internacionais.

4. Análise do Mercado Tailandês

O Whey Protein é utilizado na Tailândia em múltiplos segmentos: suplementos nutricionais (proteínas em pó, substitutos de refeição), fórmulas infantis, produtos de panificação, laticínios processados (iogurte, sorvete, queijo processado), confeitaria, carnes processadas, bebidas esportivas e ração animal.

A expansão do fitness, envelhecimento populacional e crescimento da classe média tailandesa impulsionam demanda em suplementação proteica — dinâmica similar à observada no Brasil há uma década. Além disso, a Tailândia funciona como hub regional de distribuição para Vietnã, Camboja, Laos e Myanmar, multiplicando potencial de mercado.

O mercado tailandês apresenta dinâmica de crescimento acelerado, representando 2,69% das importações globais deste produto. Em 2024, a Tailândia importou US\$ 92,97 milhões (74,67 mil toneladas), com crescimento de 2,15% em valor e 6,34% em volume. Mais significativo ainda, no período de 12 meses até fevereiro de 2025, as importações atingiram US\$ 96,28 milhões (76,96 mil toneladas), com aceleração de 10,64% em valor e 10,9% em volume - crescimento que supera significativamente a CAGR de 5 anos (5,39% em valor e 2,84% em volume).

O preço médio de importação em 2024 foi US\$ 1.250 por tonelada, com leve queda de 3,94% em relação a 2023 (US\$ 1.300/ton). Contudo, no período janeiro-fevereiro 2025, o preço recuperou-se para US\$ 1.300 por tonelada (+3,17%), indicando pressão de preços em alta - dinâmica consistente com escassez global de soro de leite.

O momento indica demanda robusta e crescente, criando janela de oportunidade para novos fornecedores.

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



ELITE NUTRITION THAILAND

Elite Nutrition Thailand | Premium Supplements | About Us | Supplements ~ | Food ~

Accessories ~ | Blog | Contact us | Login/Logout | 🛒 0 items - ฿0.00



Phone +66 945401041

Search

Top 5 Supplements for Muscle Growth in Thailand (2026 Guide)

by admin | Feb 12, 2026 | Our Blog | 0 comments

A muscular man in a black tank top and shorts is performing a deadlift with two dumbbells in a gym setting. In the foreground, three large tubs of Elite Nutrition Whey protein are displayed. The tubs are labeled 'WHEY' and 'ESSENTIAL AMINO ACIDS' with different flavor themes: 'STRAWBERRY' (red), 'CHOCOLATE' (brown), and 'BLUEBERRY' (blue). The background shows gym equipment and large windows.

The cover of the book 'WHAT IS HIIT TRAINING?' by Elite Nutrition. It features a person performing a high-intensity exercise. The text on the cover includes 'WHAT IS HIIT TRAINING?', 'HIGH-INTENSITY INTERVAL TRAINING', and 'Elite Nutrition'.

HIIT Training in Thailand: Complete Guide

A person is performing a high-intensity interval training (HIIT) exercise on a stationary bike. They are wearing a blue tank top and black shorts. The background is a gym setting.

From Zero to HYROX: A Real Fitness Journey

A tub of Elite Nutrition Whey protein is surrounded by various fruits, including strawberries, kiwi, and a banana. The tub is labeled 'WHEY' and 'ESSENTIAL AMINO ACIDS'.

The Ultimate Guide to Sports Supplements in Thailand:

CENTRAL Search for products and brands Log In | Register

BRANDS DESIGNER BEAUTY WOMEN MEN FASHION ACCESSORIES WATCHES & JEWELRY MUM & KIDS HOME & LIFESTYLE HOME APPLIANCES ELECTRONIC & GADGETS

SPORTS & TRAVEL GIFTS SALE

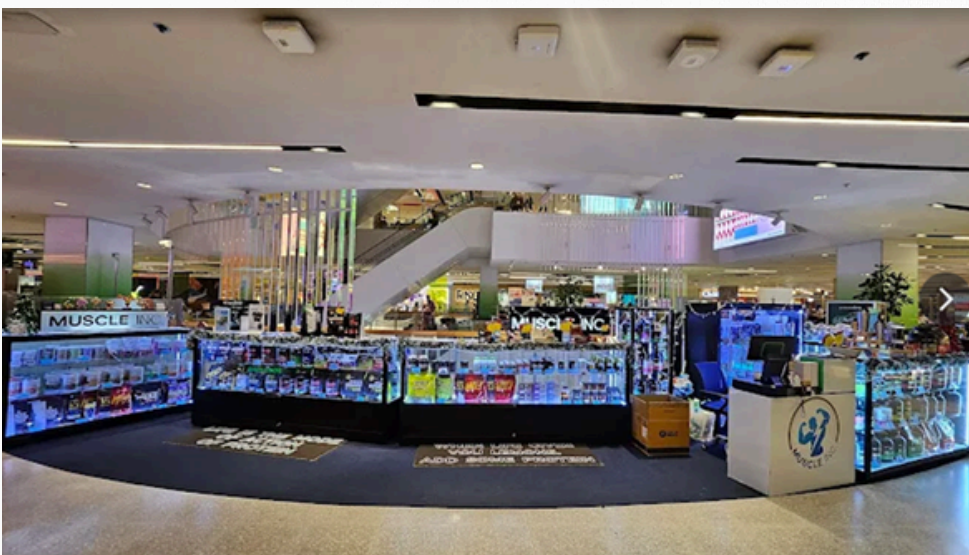
Home > Beauty > Health Care > Dietary Supplements > Whey Proteins

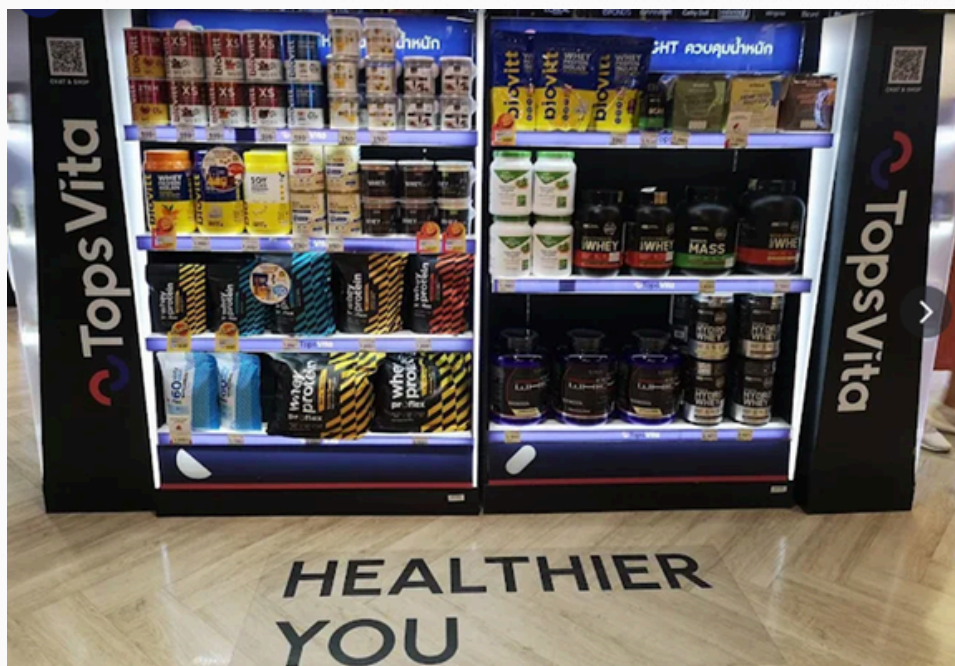
WHEY PROTEINS

Sort by : Recommended Brand Gender Color Price All Filter

61 Items

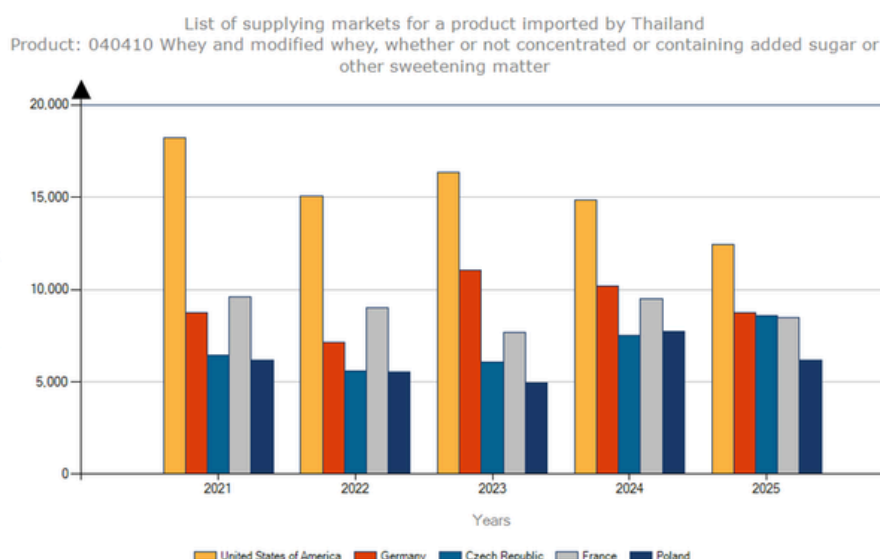
Dymatize Nutrition ISO 100 Whey Protein 5 Lbs. - Gourmet Chocolate \$3,639 \$5,375 Standard Delivery Click and Collect	Optimum Nutrition Gold Standard Whey Protein 5 Lbs. - Double Rich Chocolate \$4,115 \$4,698 Standard Delivery Click and Collect	Optimum Nutrition Hydro Whey Protein 3.5 Lb - Velocity Vanilla \$2,919 \$5,400 Standard Delivery Click and Collect	Optimum Nutrition Hydro Whey Protein 1.75 Lb - Turbo Chocolate \$2,118 \$3,025 Standard Delivery Click and Collect	Dymatize Nutrition Elite Whey Protein 5 Lbs. - Rich Chocolate \$2,795 \$4,375 Standard Delivery Click and Collect
---	--	---	---	--





5. Análise de Concorrência Internacional

Os cinco principais fornecedores para a Tailândia em 2025 foram: EUA (17,4%), Alemanha (12,2%), República Tcheca (12,1%), França (11,9%) e Polônia (8,6%). Contudo, identifica-se fornecedores emergentes com crescimento explosivo entre 2021 e 2025: Irlanda (+1.953%), Canadá (+563%) e Áustria (+50.000% em volume).



O Brasil não aparece entre os fornecedores atuais, representando oportunidade estratégica de entrada em mercado com demanda acelerada e espaço competitivo para novos players com vantagem de custo.

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

A tarifa geral de importação varia de 3% a 5%, dependendo da classificação do produto e do código HS aplicável (0404.10.11, 1901.90.32, 2106.90.41 e 3502.20.00).

Consequentemente, exportadores brasileiros de Whey Protein estão sujeitos a direitos de importação dentro desta faixa ao exportar para o mercado tailandês sob o esquema tarifário geral.

A tabela abaixo apresenta os códigos HS relevantes, descrições de produtos e as correspondentes alíquotas tarifárias gerais aplicáveis ao whey protein e produtos relacionados:

Nº	Código SH	Descrição	Tarifa Geral (%)
1	0404.10.11	<u>Whey in powder form, fit for human consumption</u>	5%
2	1901.90.32	<u>Other, of goods of headings 0404 containing cocoa powder</u>	5%
3	2106.90.41	<u>Other food preparations in powder form</u>	5%
4	3502.20.00	<u>Milk albumin, including concentrates of two or more whey proteins</u>	3%

Sua importação é regulada pela Administração Tailandesa de Alimentos e Medicamentos (Thai FDA).

Os importadores são obrigados a obter autorização prévia da Thai FDA através do sistema e-Submission, que envolve cinco etapas principais:

- (1) obtenção de uma licença de estabelecimento de importação (Formulário Or.6),
- (2) registro de produto ou notificação de detalhes do produto alimentício,
- (3) solicitação de uma Licença por Fatura (LPI) para cada remessa,
- (4) preparação de rotulagem em idioma tailandês em conformidade com requisitos regulatórios, e
- (5) conclusão dos procedimentos de desembaraço aduaneiro.

O Whey Protein é classificado como um produto lácteo e, portanto, está sujeito a controles específicos de qualidade e padrões sob a Notificação do Ministério da Saúde Pública (nº 352) B.E. 2556 (2013) sobre “Outros Produtos Lácteos”. Além disso, a Thai FDA impõe requisitos rigorosos sobre rotulagem de alimentos e rotulagem nutricional, que os importadores devem cumprir integralmente.

Não há barreiras sanitárias para a exportação de Whey Protein do Brasil para a Tailândia.

7. Lista de Importadores

Uma lista de potenciais importadores de Whey Protein na Tailândia foi identificada e categorizada em dois segmentos principais com base em suas atividades comerciais e papéis de mercado.

O primeiro grupo consiste em empresas operando dentro da indústria alimentícia, que utilizam Whey Protein como ingrediente na produção de diversos produtos alimentícios e bebidas.

O segundo grupo compreende empresas envolvidas na importação e distribuição de suplementos proteicos, particularmente aquelas direcionadas ao mercado de saúde, fitness e bem-estar na Tailândia.

Grupo 1

Empresas da Indústria Alimentícia: fabricantes e processadores do setor alimentício e de bebidas que incorporam whey protein em suas formulações de produtos.

1. F&N Dairies (Thailand) Ltd. (<https://www.fnthaidairies.com>)

Fabricante líder de laticínios e alimentos na Tailândia sob o Grupo F&N, produzindo uma ampla gama de produtos à base de leite e bebidas. A empresa utiliza matérias-primas derivadas de laticínios e está potencialmente envolvida no uso de ingredientes à base de soro de leite em formulações de produtos.

2. Nestlé (Thai) Ltd. (<https://www.nestle.co.th>)

Empresa multinacional de alimentos e bebidas com forte presença nos segmentos de laticínios, nutrição e alimentos funcionais. A empresa é um player-chave em produtos que podem incorporar whey protein como parte de suas formulações nutricionais.

3. AB Food & Beverages (Thailand) Ltd. (<https://www.ovaltine.co.th>)

Fabricante e distribuidor de produtos alimentícios e de bebidas, incluindo bebidas nutricionais como Ovaltine. A empresa pode utilizar ingredientes proteicos lácteos, incluindo whey, em seu portfólio de produtos.

4. Mali Group 1962 Co., Ltd. (<https://www.malibrand.com>)

Produtor e exportador tailandês de produtos à base de laticínios, particularmente leite condensado adoçado. A empresa opera dentro da indústria de processamento de laticínios e está indiretamente vinculada à cadeia de suprimento de whey protein.

5. URC (Thailand) Co., Ltd. (<https://www.urc.com.ph>)

Fabricante de alimentos e bebidas sob a Universal Robina Corporation, produzindo uma variedade de produtos alimentícios para consumo. A empresa pode utilizar ingredientes proteicos, incluindo derivados de whey, em aplicações de alimentos processados.

6. Mead Johnson Nutrition (Thailand) Ltd. (<https://www.meadjohnson.com>)

Empresa global de nutrição especializada em produtos de nutrição infantil. A empresa utiliza extensivamente proteínas à base de leite, incluindo whey, em fórmulas infantis e produtos nutricionais especializados.

7. Unify Chemical Co., Ltd. (<https://www.unifychemical.com>)

Importador e distribuidor de ingredientes alimentícios e aditivos que atende o setor de manufatura alimentícia. A empresa está diretamente envolvida no fornecimento de ingredientes lácteos, incluindo whey protein, para clientes industriais.

8. Wanrat (Namsiang) Co., Ltd. (<https://www.namsiang.com>)

Importador e distribuidor bem estabelecido de alimentos, nutracêuticos e ingredientes especializados obtidos globalmente. A empresa fornece ingredientes funcionais, incluindo produtos relacionados a proteínas, como whey.

9. Intercontinental Specialty Milk Co., Ltd. (<https://www.ismfoodproducts.com>)

Importador e distribuidor especializado de ingredientes lácteos, incluindo leite em pó, soro de leite e gordura láctea. A empresa desempenha um papel direto na importação e distribuição de produtos de whey na Tailândia.

Importadores e Distribuidoras de Suplementos Proteicos: empresas especializadas na importação, marca própria e varejo de suplementos dietéticos à base de proteína, incluindo produtos de whey protein.

1. Fitwhey Co., Ltd. (<https://fitwhey.com>)

Distribuidora e varejista líder de produtos de nutrição esportiva na Tailândia, oferecendo uma ampla gama de suplementos de whey protein. A empresa importa e comercializa diretamente produtos de whey protein para consumidores fitness e conscientes com saúde.

2. VHealth 360 Co., Ltd. (<https://vhealth360.co.th>)

Distribuidora de marcas internacionais de suplementos dietéticos com foco em nutrição esportiva e bem-estar. A empresa importa e distribui produtos de whey protein dentro do mercado tailandês.

3. Thai Sports Supplements Co., Ltd. (<https://www.thaisupplements.com>)

Distribuidora exclusiva de várias marcas globais de nutrição esportiva. A empresa é um player-chave na distribuição de produtos de Whey Protein no segmento de fitness e nutrição esportiva da Tailândia.

4. Matell Intertrade Co., Ltd. (2026) (<https://www.matell.co.th>)

Importadora e distribuidora online de suplementos dietéticos e produtos de saúde. A empresa se envolve na importação e varejo de produtos de whey protein, particularmente através de canais de e-commerce.

8. Considerações Finais

A análise demonstra que o mercado tailandês de Whey Protein apresenta um cenário de forte expansão, impulsionado por transformações socioeconômicas locais e regionais. O crescimento sustentado da demanda, aliado ao papel da Tailândia como hub de redistribuição para o Sudeste Asiático, reforça a atratividade para novos fornecedores. Nesse contexto, o Brasil encontra uma oportunidade estratégica clara: sua capacidade produtiva está em expansão, seus custos são competitivos e não há barreiras sanitárias que impeçam o acesso ao mercado tailandês.

A ausência atual do Brasil entre os principais exportadores à Tailândia evidencia não uma limitação estrutural, mas uma lacuna comercial a ser explorada. A combinação entre vantagem de custo, escalabilidade da produção e interesse crescente por ingredientes funcionais cria condições favoráveis para a entrada do produto brasileiro, especialmente em nichos industriais (alimentos processados, fórmulas infantis, bebidas proteicas) e no setor de suplementos nutricionais, ambos em rápida expansão.

Para avançar, será essencial fortalecer a articulação entre governo e setor privado, ampliar a inteligência comercial sobre o mercado, e promover ações de posicionamento que deem visibilidade ao whey brasileiro frente à concorrência consolidada. A conformidade regulatória deve ser tratada como eixo central da estratégia de acesso, dado o rigor da Thai FDA em relação a rotulagem e registro de produtos.

Em síntese, o momento é oportuno para iniciar a construção de presença brasileira no mercado tailandês de whey protein. O país reúne condições produtivas e competitivas capazes de sustentar um processo de inserção comercial consistente, especialmente se apoiado em ações de promoção, parcerias com distribuidores locais e monitoramento contínuo das tendências de consumo na Tailândia e em mercados vizinhos.