

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 - 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 André de Paula 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.





CASTANHA DE CAJU NA ALEMANHA: MERCADO EM EXPANSÃO E OPORTUNIDADES PARA O BRASIL

Data: 13/05/2026

Posto: Berlim/Alemanha

Palavras-chave: Alemanha; castanha de caju; nozes e castanhas; snacks

Responsável: Eduardo Sampaio Marques e Ana Paula Chaves de Araujo Kraus

SUMÁRIO:

A Alemanha é o segundo maior importador mundial de castanha de caju, com compras passando de 43,2 mil t (2015) para 83,7 mil t (2025), cerca de 10% das importações globais. O mercado alemão é dominado pelo Vietnã (cerca de 67,5% em 2025), com forte avanço da Costa do Marfim e significativa participação dos Países Baixos, enquanto Índia e Brasil perderam participação – o Brasil caiu de 2,8% (2020) para 1,2% (2025), embora o mercado alemão ainda represente cerca de 7 % das exportações brasileiras no período. A Alemanha é também importante hub reexportador, com cerca de 22,1 mil t/ano exportadas a outros países da Europa no último ano. O consumo é impulsionado pelo “snacking saudável”, crescimento de produtos orgânicos, pastas, molhos e barras de cereal e pela presença de cerca de 10% de consumidores “plant-based” (vegetarianos e veganos), em um contexto de aumento geral do consumo de nozes e castanhas, com forte concorrência de amêndoas, nozes, avelãs, pistache, amendoim e sementes. No âmbito regulatório, a Alemanha aplica a legislação da UE sobre segurança de alimentos, higiene, limites de micotoxinas e resíduos de pesticidas, além de exigir HACCP e rastreabilidade, sendo comuns certificações como orgânicos, comércio justo e selos de sustentabilidade.

1. Importações alemãs

As importações de castanha com casca (SH 0801.31) são insignificantes, assim serão consideradas apenas as importações de castanha de caju sem casca, classificadas na posição SH 0801.32.

As importações alemãs de castanha de caju sem casca (SH 0801.32) passaram de 43,2 mil t em 2015 para 83,7 mil t em 2025, praticamente dobrando no período. Após o avanço observado até 2020, os volumes permaneceram relativamente estáveis entre 2019 e 2022, em torno de 59 mil a 65 mil t/ano. A partir de 2023, verificou-se nova aceleração, com importações de 66,8 mil t em 2023, 69,7 mil t em 2024 e salto para 83,7 mil t em 2025. A Tabela 1 a seguir detalha as importações alemãs, por origem, entre 2020 e 2025.

Tabela 1: Importações alemãs de castanha de caju sem cascas (SH 0801.32)

Origem	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vietnã	37.778	37.415	40.279	43.585	43.096	56.531
Costa do Marfim	302	1.613	5.392	8.347	10.695	14.779
Países Baixos	2.941	2.352	7.175	8.088	8.917	6.535
Nigéria	202	195	391	824	1.087	945
Indonésia	633	1.931	1.011	693	1.064	559
Índia	18.885	12.625	1.367	1.135	1.056	625
Brasil	1.837	824	631	987	657	983
Demais origens	2.312	2.307	4.337	3.175	3.601	2.556
Total	64.890	59.262	60.583	66.834	69.665	83.694

Fonte: Trademap.org (consulta em 11/05/2026)

Do ponto de vista global, os dados indicam que a Alemanha responde por cerca de 9% das importações mundiais de castanha de caju sem casca, o que a coloca com o segundo principal mercado importador do mundo, atrás dos EUA.

Destaca-se, a significativa queda nas importações dos EUA, de 176,4 mil t em 2024 para 125,8 mil t em 2025

Verifica-se que o Brasil participou com apenas 1,2 % do total importado em 2025, mas já participou com quase 3 % em 2020. Mais marcante ainda é a queda da Índia, que passou de 29,1% em 2020 para 0,7% em 2025 (uma queda de 18,3 mil toneladas). Por outro lado, no período, o Vietnã passou de 58,2% para 67,5% (18,8 mil toneladas a mais) e a Costa do Marfim passou de insignificantes 0,5% para 17,7% (14,8 mil toneladas a mais) (Tabela 1).

Na média do ano de 2025 os importadores alemães importaram castanha de caju sem casca por US\$ 7.243/tonelada, em média. O valor do produto proveniente do Vietnã foi de US\$ 7.206/t, o da Costa do Marfim US\$ 7.206/t e o dos Países Baixos US\$ 7.240/t. O produto brasileiro foi importado a US\$ 6.4686/t, cerca de 11% abaixo da média. A Índia se destaca entre os maiores fornecedores com um valor de importação médio de US\$ 9.925/t em 2025. Os dados são do Trademap, que divulga as importações em valores CIF.

Ou seja: a Alemanha é um mercado importante para a castanha brasileira (faixa de ~600 a 1.800 t/ano ou 7,3% das exportações na média 2021-25), mas o Brasil é um fornecedor pequeno no contexto do mercado alemão, com participação de 1,5% das importações do país.

Destaque ainda para o fato de que a Alemanha é um grande exportador de castanha sem casca, com um total anual médio (2021-25) de 22,1 mil toneladas, praticamente o dobro das exportações médias brasileiras no período. Os destinos são basicamente países da EU e o Reino Unido.

2. Mercado de castanha de caju na Alemanha

Um estudo produzido pelo CBI, do governo holandês[1], sobre castanha de caju na Europa, destaca que o consumo alemão é favorecido pela tendência de “snacking saudável” e pelo uso crescente da castanha em pastas, molhos e barras de cereal, especialmente orgânicas — a Alemanha é considerada o maior consumidor europeu de castanha de caju orgânica. Consumidores valorizam aspectos sociais e ambientais, embora a proporção disposta a pagar mais por isso tenha caído de 54% (2021) para 47% (2022). Exportadores precisam atender a exigentes padrões de segurança de alimentos (como certificação IFS Food), sustentabilidade e confiabilidade de fornecimento.

Diversas fontes indicam um aumento no consumo de nozes e castanhas. As amêndoas se destacam sendo o produto mais consumido do grupo o que deve se manter no futuro. Avelãs e nozes vêm em seguida

Os principais canais de distribuição das castanhas e nozes na Alemanha são as empresas de varejo, com cerca de 70%, o food service, (hotéis, restaurantes e catering), com maior valorização da qualidade, com 15% e a indústria de alimentos, para inclusão em barras de cereais, granolas etc. O E-commerce é um canal com crescimento forte com marketplaces e lojas online vendendo castanhas, snacks saudáveis, mixes e ingredientes.

A Alemanha também se destaca por ter cerca de 10% da população como consumidores “plant-based” (vegetarianos + veganos), proporção elevada em comparação a outros países europeus, impulsionando ingredientes vegetais como a castanha de caju.

Por outro lado, a castanha de caju concorre com outros produtos: amêndoas, nozes, avelãs, pistaches, amendoim, sementes (girassol, abóbora), e costuma ter preço mais elevado que amendoim e girassol, e, em alguns períodos, próximo ou acima de pistache e macadâmia. Em caso de forte aumento no preço da castanha de caju, os consumidores migram rapidamente para amêndoas ou nozes, cujos mercados são mais estáveis e de maior escala (e.g., EUA no caso de amêndoas).

Nas figuras a seguir pode-se observar exemplos de castanhas de caju comercializadas no varejo em Berlim, com diversas marcas, orgânica e em mistura com outras castanhas e frutas secas. Observa-se a variedade de produtos e preços.



Figura 1: Castanha de caju orgânica no varejo em Berlim

Fonte: Levantamento de campo realizado pela Adidância Agrícola em Berlim em 15/11/2025

Figura 2: Castanhas de marcas próprias de supermercados



Figura 3: Exemplos de mixes de castanhas e frutas secas



Fonte: Levantamento de campo realizado pela Adidância Agrícola em Berlim em 15/11/2025

Para o futuro próximo o esperado crescimento do número de vegetarianos, veganos e “flexitarianos” deve contribuir para uma ampliação do mercado de produtos plant-based.

Assim, baseado no histórico de importações alemãs (de 43 mil t em 2015 para quase 70 mil t em 2024); nas diversas projeções de mercado em valor; e no avanço de produtos veganos e “plant-based”, é razoável supor que haverá um crescimento sustentado nas importações alemãs nos próximos anos.

3. Requisitos e exigências para exportação ao mercado alemão

Como Estado-membro da UE, a Alemanha aplica as normas da União Europeia para importação de castanhas e nozes. Destaque para a legislação geral de alimentos (Reg. (CE) 178/2002) e normas de higiene de alimentos (Reg. (CE) 852/2004); limites máximos de contaminantes, em especial de micotoxinas (aflatoxinas); resíduos de pesticidas – MRLs definidos no Reg. (CE) 396/2005. São exigidas ainda certificação do sistema de gestão de segurança de alimentos com base em HACCP e conformidade com os regulamentos da UE sobre higiene e rastreabilidade (Reg. 178/2002 e 852/2004).

Há certificações não mandatórias, mas necessárias para nichos específicos, como a de orgânicos (Reg. (UE) 2018/848) e, muitas vezes, selo nacional alemão “Bio-Siegel”; o Fairtrade, Fair for Life ou outros esquemas de comércio justo; certificações de sustentabilidade socioambiental (Rainforest Alliance, esquemas próprios de varejistas, ou integração com requisitos da LkSG)) e outras.

A rotulagem de alimentos na UE (e consequentemente na Alemanha) é regida pelo Regulamento (UE) 1169/2011, que exige, entre outros:

- Lista de ingredientes, com destaque para alérgenos (nozes, incluindo castanha de caju);
- Informação nutricional obrigatória para produtos embalados;
- Indicação de origem quando aplicável e, para produtos orgânicos, uso do logotipo orgânico da UE;
- Requisitos específicos para vendas a granel e em food service.

Em termos de embalagem, embora não obrigatório, o mercado alemão valoriza:

- Embalagens recicláveis ou com menor impacto ambiental (papel, bioplásticos, redução de plástico);
- Informações claras sobre origem, certificações, condições de armazenamento;
- Códigos de lote e sistemas de rastreabilidade que permitam rastrear o produto até o país, região e, idealmente, ao conjunto de produtores.

Quanto a tarifa, a alíquota de Nação Mais Favorecida (aplicada às importações provenientes do Brasil) da UE para castanha de caju com casca (08013100) e sem casca (08013200) é 0%, ou seja, não há tarifa de importação para o Brasil

4. Encontrando clientes na Alemanha

Para acessar os canais de entrada no mercado alemão de castanhas, o exportador brasileiro pode se apoiar em estruturas institucionais e comerciais já consolidadas. No âmbito específico de frutas secas, nozes e castanhas, destaca-se o Waren-Verein der Hamburger Börse e.V., associação federal que reúne importadores e atacadistas de frutas secas, castanhas comestíveis, vegetais desidratados, especiarias, mel e produtos afins, funcionando como ponto de contato central com os principais operadores do segmento. Dependendo do posicionamento do produto, também podem ser relevantes associações ligadas à indústria de confeitos e snacks, como a Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI), que congrega empresas que utilizam castanhas como ingrediente em chocolates, barras, mixes e snacks. Complementarmente, o Deutscher Fruchthandelsverband e.V. (DFHV) representa o comércio de frutas na Alemanha (incluindo empresas que também operam com frutas secas e nuts), sendo útil como porta de entrada institucional e fonte de informações de mercado.

As feiras são um canal central de prospecção e posicionamento. A Anuga (em outubro, bienal, na cidade de Colônia) oferece acesso amplo a compradores de alimentos e ingredientes, enquanto a ISM – International Sweets and Snacks Fair (em fevereiro, anual – também em Colônia) concentra a demanda de snacks, chocolates e mixes com nuts. A Fruit Logistica (em Berlim, fevereiro, anual) e a Biofach (cidade de Nuremberg, fevereiro, anual, especializada em orgânicos) são estratégicas para castanhas ligadas às tendências de saudabilidade, orgânicos e sustentabilidade, permitindo mapear importadores especializados e nichos de maior valor agregado.

No ambiente digital, a plataforma B2B “Wer liefert was” (“Quem entrega o que”, em português) (wlw.de) é o principal diretório de fornecedores na Alemanha e permite localizar importadores, processadores, atacadistas e reembaladores de castanhas a partir de filtros por setor de atuação, localização e portfólio de produtos. Buscas em alemão com termos como “Nüsse” (castanhas/nuts), “Cashewkerne” (amêndoas de caju), “Cashewnuss” (castanha de caju) e “Nussmischungen” (mixes de nuts) tendem a gerar resultados mais completos. Em complemento, a plataforma EUROPAGES amplia o alcance para importadores, distribuidores e processadores de alimentos em toda a União Europeia.

Em conjunto, essas estruturas – associações setoriais, feiras especializadas e diretórios B2B – compõem os principais canais de prospecção para empresas brasileiras que buscam consolidar uma base de clientes no mercado alemão de castanhas.