

Um
mundo de
oportunidades

Volume 13
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

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.

CASTANHA-DO-BRASIL NO MERCADO ALEMÃO

Data: 13/01/2026

Posto: Berlim/Alemanha

Palavras-chave: castanha-do-brasil; oleaginosas; mercado alemão; aflatoxinas; produto premium; castanha-do-pará; União Europeia; nichos de mercado.

Responsável: Eduardo Sampaio Marques; Ana Paula Chaves de Araujo Kraus.

SUMÁRIO:

A castanha-do-brasil apresenta-se como um produto de alto valor no mercado alemão, com inserção predominante em nichos premium e orgânico. A Bolívia lidera as exportações para a Alemanha e o Brasil mantém participação modesta, ainda que crescente. O mercado alemão se destaca como maior importador da União Europeia e como hub relevante de redistribuição intra-bloco. A presença da castanha-do-brasil está consolidada tanto em marcas premium quanto em marcas próprias de redes varejistas, com forte variação de preços por quilo. A cadeia de suprimento exige atenção a controles sanitários rigorosos, sobretudo em relação a aflatoxinas. O produto é isento de tarifas e a estrutura logística e institucional alemã oferece caminhos claros para o acesso ao mercado, desde que se observem os padrões regulatórios e de qualidade exigidos.

Introdução

Na Alemanha, nozes e castanhas fazem parte da alimentação cotidiana por motivos culturais e nutricionais. A castanha-do-brasil — apesar de não ser originária da Europa — destaca-se por seu alto teor de selênio e por sua valorização como alimento funcional. Seu consumo é recomendado por profissionais da saúde, operadoras de seguro e canais especializados em nutrição.

Além de serem consumidas cruas e naturais, as nozes e castanhas também são populares como aperitivo salgado – o amendoim salgado é particularmente popular, mas existe uma grande variedade ofertada no mercado (Fig. 1). Cerca de 9,4 milhões de consumidores na Alemanha consomem nozes, sementes ou frutas secas duas ou três vezes por semana. Entre as marcas mais populares estão Ültje e Seeberger. Marcas próprias também são muito populares entre os consumidores.

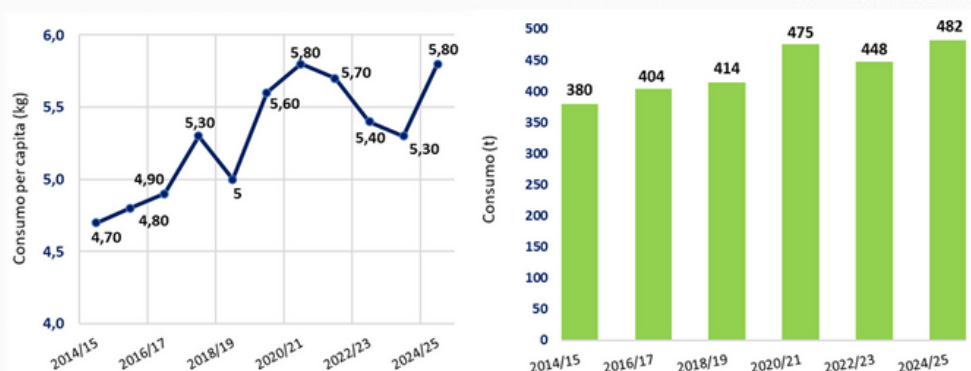
Figura 1 – Exemplo da rede de supermercados Rewe na Alemanha e a diversidade de oleaginosas e frutas secas em diferentes combinações, tipos (doces e salgadas) e marcas.



Fonte: [Rewe-familie-schneider.de/wisbaden](https://www.rewe-familie-schneider.de/wisbaden)

Na Alemanha, o consumo per capita de nozes e castanhas foi de 5,8 quilos em 2024, cerca de 482.000 toneladas entre 2024 e 2025, correspondendo a 100.000 toneladas a mais do que há 10 anos (gráfico 1 e 2), indicando um mercado sólido e com tendência de crescimento.

Gráfico 1 e 2 – Alemanha: consumo per capita (kg) e consumo total (mil toneladas) de amêndoas e castanhas*



*Nozes, avelãs, amêndoas, castanhas-do-pará, castanhas de caju, pistaches, castanhas, amendoins (não destinados à produção de óleo), cocos e outras nozes. Fonte: Escritório federal de Estatística (DESTATIS), 2026

As nozes e castanhas são relevantes também na indústria (confeitaria, chocolates, panificação, granolas e formulações plant-based), porém, a castanha-do-brasil, diferente das amêndoas e avelãs, por exemplo, não possui presença marcante em outras categorias de produtos.

Apesar da presença ainda discreta da castanha-do-brasil, o crescimento geral do mercado de “nuts” na Alemanha cria um ambiente favorável para sua expansão, especialmente em canais premium e bio.

Além da demanda direta do consumidor, o mercado alemão opera como hub de redistribuição na União Europeia, com participação relevante de importadores, empacotadores e marcas próprias. Esse papel logístico e industrial da Alemanha amplia sua relevância como porta de entrada estratégica para a castanha-do-brasil no mercado europeu, oferecendo não apenas acesso ao consumidor final, mas também à indústria alimentícia e a canais de exportação intra-bloco.

Comércio Exterior

A Alemanha importou mais de 50 milhões de dólares de castanha-do-brasil descascada (0801.22.00) em 2024, além de 30 milhões de dólares de castanha com casca (0801.21.00) no mesmo ano. O país possui a maior participação da UE, equivalente a 42% nas importações deste produto.

A Bolívia é o maior parceiro comercial da Alemanha para o produto 0801.22.00 (Fig.2). A participação do Brasil nas importações alemãs de castanha-do-brasil é mínima, 1,2% de participação, ocupando a 5ª posição no ranking. Deve-se considerar, no entanto, que a castanha-do-brasil é um produto que frequentemente entra no país como reexportação, conforme se depreende da tabela 1. A origem do produto muitas vezes não está presente na embalagem.

Tabela 1 – Importações alemãs da castanha-do-brasil descascada por países selecionados nos últimos 5 anos.

País	2020		2021		2022		2023		2024	
	(US\$ mil)	(t)	(US\$ mil)	(t)	(US\$ mil)	(t)	(US\$ mil)	(t)	(US\$ mil)	(t)
Mundo	56.534	8.822	50.435	7.596	55.333	6.515	39.405	5.995	52.846	7.588
Bolívia	51.938	8.116	43.374	6.677	47.975	5.649	34.841	5.396	45.837	6.707
Países Baixos	305	56	2.520	391	3.457	439	2.348	267	3.020	370
Peru	2.625	393	2.986	325	1.353	171	910	155	1.401	196
Espanha	0		455	64	590	74	187	23	1.297	148
Brasil	1.204	191	704	81	901	98	620	100	646	95
Chile	108	16			799	64	219	32	208	32
Bulgária	23	2	110	9	66	6	79	7	140	10
Reino Unido	208	33	53	9	1	0	1	0	123	11
Itália	0				9	1			42	7
Dinamarca	7	1	5	1	11	1	12	1	40	3

Trademap, 2026

Figura 2 – Castanha-do-brasil da marca alemã Rapunzel importada da Bolívia com presença de rotulagem clara sobre a origem do produto.

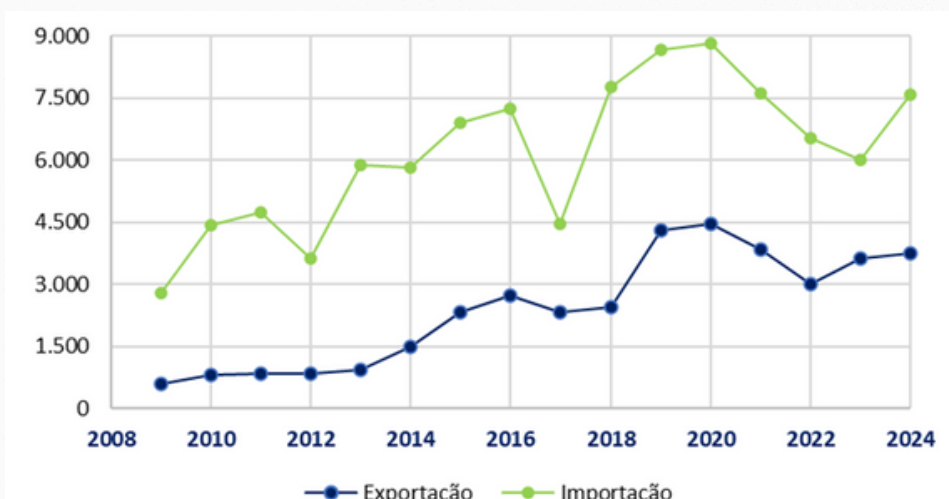


Fonte: Pesquisa de campo do adido agrícola

Nos últimos 5 anos as importações diminuíram, tornando a crescer em 2024, como visto no gráfico 3. Em algumas fontes de notícias do país, como o Mundus Agri[1] e a figura 3, o fato é atribuído à escassez de fornecimento. Apesar do recente abalo no comércio, as importações de castanha-do-brasil descascada (0801.22.00) cresceram mais de 500 % nos últimos 15 anos. As exportações acompanham, em menor escala, a evolução das importações, indicando um fluxo integrado de entrada e saída do produto (Gráfico 3).

[1] <https://www.mundus-agri.de/nachrichten/paranuesse-eu-importe-erreichen-jahres-tief.n33366.html>

Gráfico 3 - Exportação e importação de castanha-do-brasil pela Alemanha nos últimos 15 anos (em toneladas)



Fonte: Escritório federal de Estatística(DESTATIS), 2026

Figura 3 - Site de notícias na Alemanha questiona a escassez atual de castanha do Brasil nas gondolas dos supermercados e drogarias alemãs (notícia veiculada em 11.01.2026).

EXKLUSIV

Supermarkt: Warum gibt es aktuell keine Paranüsse zu kaufen?

Egal, ob Drogerie, Discounter oder Supermarkt: Seit Wochen gibt es in vielen deutschen Filialen keine Paranüsse mehr. watson ist dem Rätsel nachgegangen und hat bei mehreren Händlern nachgefragt.



© 11.01.2026, 15:56 11.01.2026, 15:56

Fonte: Escritório federal de Estatística(DESTATIS), 2026

3.Posicionamento da castanha-do-brasil no mercado alemão

No varejo alemão, a castanha-do-brasil, está inserido em um nicho de oleaginosas. Trata-se de mercado sensível a atributos de qualidade, padronização e rastreabilidade. O produto é frequentemente posicionado como produto premium em marcas de fabricante como Seeberger e Rapunzel (orgânico), com ênfase em qualidade e narrativa de origem e processamento (ex.: Rapunzel descreve coleta e beneficiamento do produto).

Em paralelo, ela também aparece como marca própria de grandes varejistas — por exemplo Alesto (Lidl) e dmBio (dm) — ampliando a presença do produto em canais de desconto e drogarias.

Figura 4 – Marcas próprias de castanha-do-brasil: Ja! da rede de supermercados Rewe, Alesto da rede de descontos, Lidl e Genuss Plus da rede de drogarias Rossmann.



Fonte: Capturas de tela dos sites oficiais das redes Rewe, Lidl e Rossmann, acessados em 01/2026

Os canais de varejo para produtos orgânicos e com apelo saudável, tendem a apresentar maior variedade de origens e comunicação de atributos, enquanto redes convencionais priorizam giro e preço por kg (Fig.5). A castanha-do-pará aparece, em geral, como produto premium ou componente de mixes e produtos de maior valor agregado (fig. 6 e 7), concorrendo com outras nuts por espaço de gôndola e atenção do consumidor.

Figura 5 – Castanha-do-brasil em loja da rede Denns BioMarkt em Berlim



Fonte: Pesquisa de campo do adido agrícola

Figura 6 – Variedade de mixes contendo castanha-do-brasil em loja da rede produtos orgânicos na Alemanha



Fonte: Pesquisa de campo do adido agrícola

Figura 7 – Diferenciação de produtos com castanha-do-brasil: Mix premium da marca Ültje, Mix de Nozes Premium KoRo e castanha com chocolate da marca GEPA (fair trade products).



Fonte: Internet e Pesquisa de campo do adido agrícola

A análise comparativa de preços praticados no varejo alemão revela que a castanha-do-brasil ocupa consistentemente a faixa de preços mais elevada entre as oleaginosas ofertadas, superada apenas pela noz-pecã e pela macadâmia torrada. Em um levantamento da marca premium Seeberger, a castanha-do-brasil foi comercializada a €55,92/kg, valor próximo ao das nozes-pecã (€56,50/kg) e da macadâmia (€56,13/kg), e bem acima de produtos como amêndoas (€26,32/kg), castanha-de-caju (€24,95/kg) ou amendoim com casca (€9,98/kg).

Essa precificação confirma o posicionamento da castanha-do-brasil como um produto de nicho e alto valor, o que reforça sua atratividade para exportadores que busquem margens mais elevadas em segmentos premium (Tabela 2).

Tabela 2 – Comparação de preços por quilo de diferentes nozes e castanhas da marca tradicional alemã Seeberger.



Amêndoas	€ 26,32/kg
Macadâmia (torrada)	€ 56,13/kg
Noz -pecã	€ 56,50/kg
Amendoim (com casca)	€ 9,98/kg
Nozes	€ 33,27/kg
Castanha-de-caju	€ 24,95/kg
Castanha-do-brasil	€ 55,92/kg
Avelã	€ 31,95/kg

Fonte: Elaborado com dados do site da loja online Seeberger

Os preços da castanha-do-brasil no varejo alemão variam significativamente conforme o fabricante, volume da embalagem e origem. Marcas próprias como Genuss Plus (Rossmann) e Alesto (Lidl) apresentam preços mais acessíveis, entre €23,27/kg e €26,60/kg. Já a marca premium Seeberger, tradicional no segmento de oleaginosas, pratica um valor bem mais elevado, chegando a €55,92/kg.

Tabela 3 – Comparação de preços por marca de acordo com a apresentação e por quilo de diferentes castanha-do-brasil comercializadas na Alemanha.

Fabricante	Marca	Embalagem (g)	Preço	Preço /kg	Origem
Dirk Rossmann GmbH	Genuss Plus	150	4,49 €	29,93 €	Ausente
1001 Frucht	1001 Frucht	250	7,49 €	29,96 €	Bolívia
Pi-Nuts	Pi-Nuts	250	9,63 €	38,52 €	Ausente
Seeberger GmbH	Seeberger	125	6,99 €	55,92 €	Bolívia
Herbert Kluth (GmbH & Co. KG)	Kluth	150	4,49 €	29,93 €	Bolívia
Maryland Trockenfrucht Vertriebs GmbH	Maryland	400	8,10 €	20,25 €	Ausente
Dennree GmbH	Dennree	200	6,49 €	32,45 €	Bolívia
Rapunzel naturkost	Rapunzel	100	4,99 €	49,90 €	Bolívia
EgeSun GmbH	Morgenland	100	4,79 €	47,90 €	Bolívia

Fonte: Elaborado com dados disponíveis em lojas online e físicas (1/2026)

4.Requisitos para importação

A castanha-do -Brasil é isenta de tarifa (0% Erga Omnes) para a entrada na UE e, portanto, na Alemanha.

Na Alemanha, a cadeia de distribuição de oleaginosas em geral, é majoritariamente importadora e reprocessadora. Os produtos chegam de países terceiros e entra na UE sob rígido controle de segurança de alimentos, com limites máximos de contaminantes definidos em regulamento europeu e com métodos oficiais de amostragem e análise harmonizados para o controle desses riscos.

O Brasil está entre os países listados para controle reforçado de aflatoxinas em castanha-do-brasil, e os lotes devem ser acompanhados de laudos laboratoriais e certificados oficiais emitidos pelas autoridades do Ministério da Agricultura e Pecuária.

A exportação de castanha-do-brasil para a Alemanha deve seguir a legislação e exigências da EU. O Agroinsight “Castanhas no mercado da UE: crescimento recorde e requisitos de Acesso” de 15/11/2025 fornece informações adicionais regulatórias sobre a entrada de castanhas na União Europeia.

Após o desembaraço, a mercadoria tende a se concentrar em hubs logísticos (com destaque para Hamburgo), onde operadores especializados oferecem armazenagem, “finishing” e processamento de nozes e frutas secas (triagem, padronização e preparação para expedição). A partir daí, segue para empacotadores/fornecedores B2B e se distribui em três grandes rotas: varejo (incluindo marca própria), indústria de alimentos (ingrediente para panificação, confeitaria, snacks) e canais digitais/e-commerce, que ampliam formatos e tamanhos de embalagem e ajudam a sustentar a oferta do item no mercado alemão.

A página do Serviço de Informação de transporte da Alemanha (TIS - <https://www.tis-gdv.de/tis/ware/nuesse/paranuss/paranuss-htm/>), fornece informações técnicas de segurança do transporte e tem um conteúdo dedicado a castanha-do-brasil. Desde a embalagem, condições ambientes e contaminantes.

5.Contatos comerciais e atores relevantes (importadores/empacotadores)

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 fabricantes, fornecedores e atacadistas de castanhas do Brasil a partir de filtros por setor de atuação, localização e portfólio de produtos. Buscas em alemão com termos como “nüsse” (nozes), “paranüsse” (castanha-do-pará), 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.

No canal estritamente online na Alemanha, a castanha-do-brasil aparece com boa capilaridade fora do varejo alimentar tradicional, combinando lojas D2C especializadas (p.ex., Keimling Naturkost e KoRo), plataformas do ecossistema “bio” (como Reformhaus Online e eBio24), e e-commerces focados em nozes e frutas secas como Eichkater e Trockenfrüchte Traum. Além desses nichos, o produto também é encontrado em canais digitais adjacentes, como drogarias online “Shop-Apotheke” e marketplaces generalistas (ex.: Amazon.de).

6. Conclusão

A castanha-do-brasil tem potencial de ampliação no mercado alemão. A alta precificação observada, sobretudo nas marcas premium, indica um espaço para o posicionamento do produto brasileiro em nichos de maior valor agregado. No entanto, a ausência do Brasil entre os principais fornecedores aponta para desafios de regularidade de oferta, conformidade regulatória e comunicação de atributos. Fortalecer a presença brasileira requer articulação entre produtores, exportadores e instituições, com atenção à rastreabilidade, certificações, conformidade sanitária e promoção comercial. A participação em feiras setoriais e o uso estratégico de canais digitais e redes especializadas podem acelerar a entrada e expansão da castanha-do-brasil na Alemanha e, por extensão, em outros mercados da UE.