

Um
mundo de
oportunidades

Volume 14
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

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

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

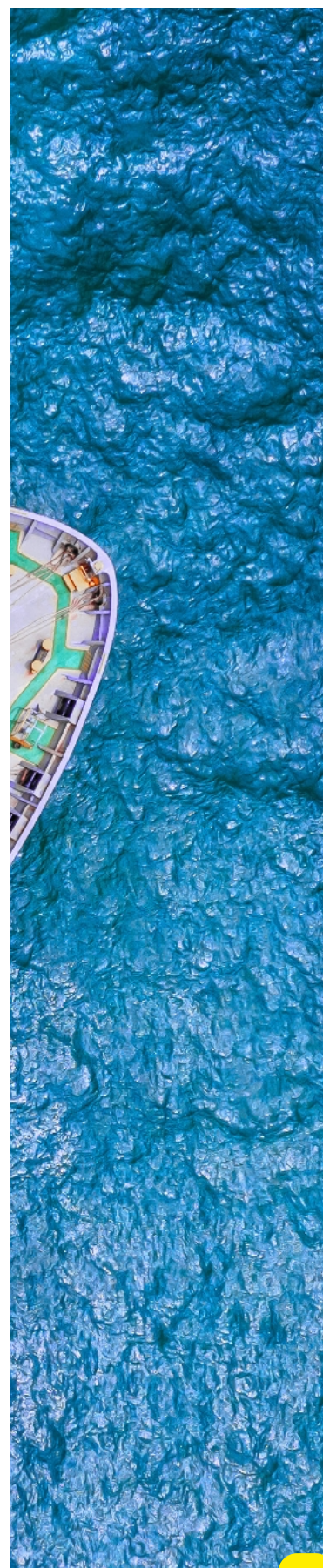
Resumo

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.





OPORTUNIDADE DE CRESCIMENTO DAS EXPORTAÇÕES DE UVAS PARA O MERCADO CANADENSE

Data: 13/02/2025

Posto: Ottawa/Canadá

Palavras-chave: uvas, mercado canadense

Responsável: Alessandro Cruvinel Fidelis

SUMÁRIO:

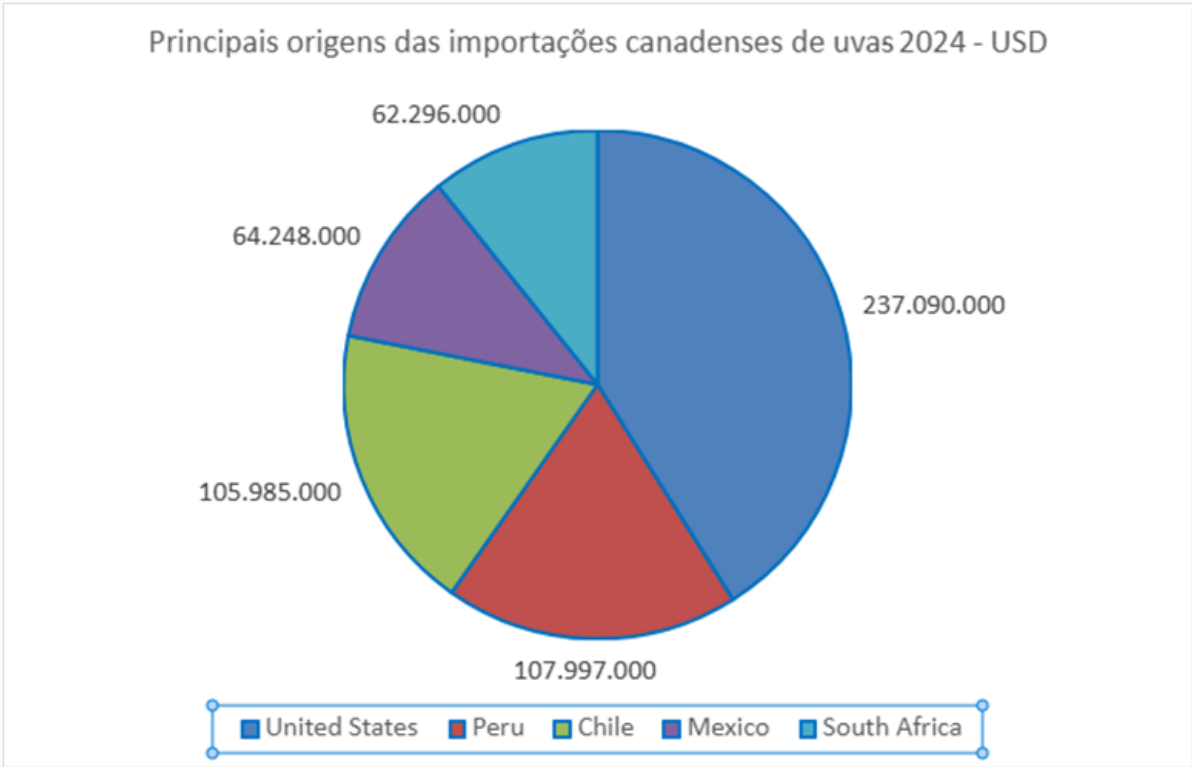
O crescimento das exportações de uvas do Brasil para o Canadá em 2025 é um indicativo de potencial de alavancar volumes. O Brasil saiu de USD 3,7 milhões para USD 10 milhões, no entanto, países como o Peru e o Chile exportam acima de USD 100 milhões. Em levantamento inicial não foi identificada restrição por questões logísticas ou fitossanitárias, portanto a reação dos exportadores brasileiros pode seguir o ritmo de crescimento e estratégias precisam ser ajustadas para alcançar esse objetivo de atingir patamares semelhantes ao Peru e Chile. O cenário é favorável, desde que as estratégias estejam alinhadas às tendências e exigências do mercado canadense.

O mercado canadense de uvas oferece oportunidades estratégicas para exportadores brasileiros, impulsionado pelo perfil altamente importador do país e pela crescente demanda por frutas frescas de alta qualidade. A produção local de uvas de mesa é limitada, tornando o Canadá dependente das importações para atender ao consumo interno.

O consumidor canadense valoriza frutas frescas, saudáveis e com boa apresentação visual. Uvas sem sementes têm preferência, e há demanda crescente por produtos orgânicos e sustentáveis. O consumo per capita de uvas está em crescimento, impulsionado por campanhas de alimentação saudável e maior disponibilidade nos pontos de venda.

As importações de uvas pelo Canadá, como apresentado na Figura 1, representam cerca de USD 600 milhões com uma taxa de crescimento anual da ordem de 7% e tem sua origem principalmente nos Estados Unidos, Peru, Chile, México e África do Sul. O Brasil aparece na sexta posição com o valor de USD 10 milhões, ou seja, 1.66% do total. Apesar da participação ainda modesta, destaca-se o desempenho brasileiro entre 2024 e 2025, período em que as exportações quase triplicaram, saltando de USD 3,7 milhões para USD 10 milhões.

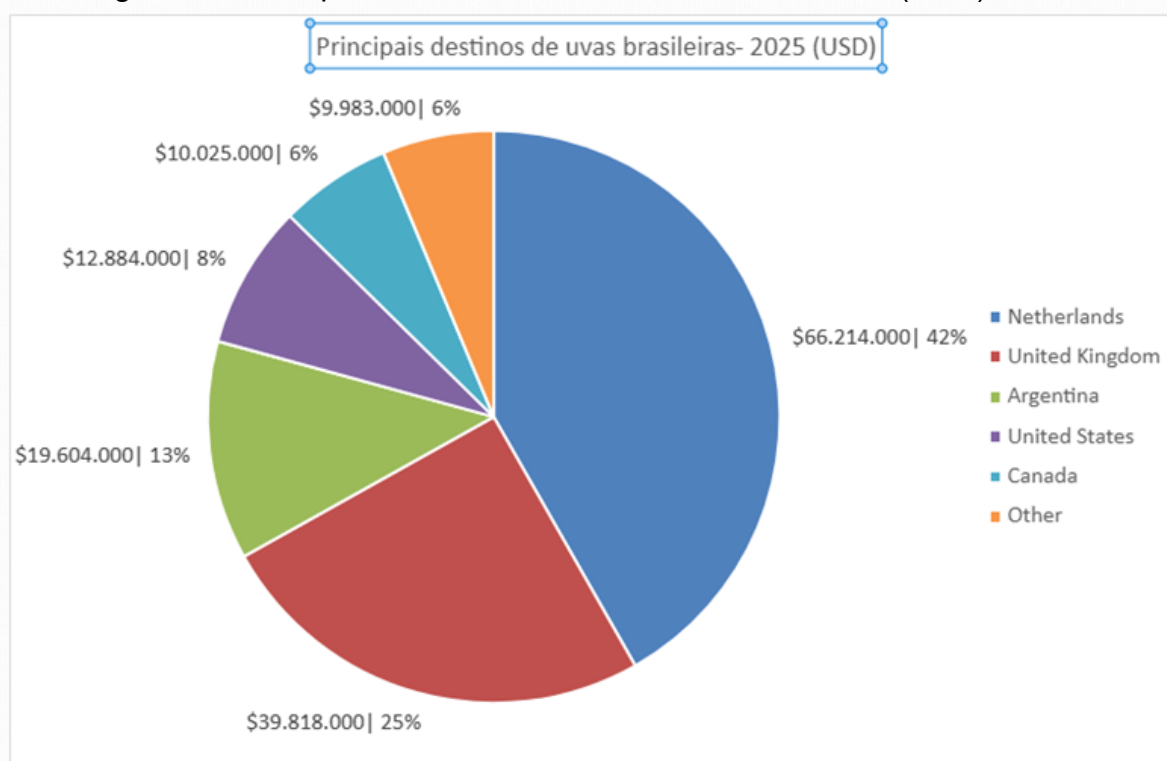
Figura 1 – Principais origens das importações canadenses de uvas 2024 - USD



FONTE: Trade Map

No contexto global, o Brasil exporta cerca de USD 158 milhões em uvas, tendo como principais destinos Holanda, Reino Unido, Argentina, Estados Unidos, Canadá e Noruega (Figura 2). Uma mudança relevante ocorreu no perfil das exportações brasileiras para os Estados Unidos, devido à manutenção de tarifas elevadas para o segmento, o que resultou em uma queda de USD 41 milhões para USD 12 milhões. Com a produção nacional estável, os exportadores brasileiros buscaram novos mercados, registrando aumento expressivo nas vendas para Holanda, Argentina e Canadá.

Figura 2 – Principais destinos de uvas brasileiras – 2025 (USD)



FONTE: Trade Map

Uma análise criteriosa das principais restrições que impactam o aumento dos volumes exportados de uvas brasileiras para o Canadá é fundamental para a definição de estratégias mais eficazes. Levantamentos iniciais junto ao setor indicam que cerca de 10% das uvas brasileiras chegam ao Canadá por via aérea, enquanto a maior parte é transportada por via marítima, seguida de deslocamento terrestre via Estados Unidos. Portanto, em princípio, não há uma limitação significativa de competitividade para o Brasil relacionada ao modal de transporte. A infraestrutura disponível permite o escoamento eficiente dos volumes, e o acesso ao mercado canadense não é prejudicado por barreiras logísticas relevantes nesse aspecto.

O cenário atual aponta para um potencial significativo de expansão das exportações brasileiras de uvas para o Canadá. Para transformar essa perspectiva em resultados concretos, é fundamental avaliar e implementar ações estratégicas que possam alavancar o volume exportado.

O Convention + Trade Show promovido anualmente pela Canadian Produce Marketing Association (CPMA), em Toronto, é uma excelente oportunidade para o Brasil apresentar a qualidade da sua produção a importadores, distribuidores e grandes players do mercado canadense. A presença nesse evento facilita o networking, a exposição de variedades diferenciadas e o acesso direto a potenciais compradores.

O Brasil pode explorar o mercado canadense, como uvas de variedades diferenciadas, orgânicas ou com certificações de sustentabilidade. A diversificação de canais de distribuição e o investimento em promoção podem ampliar a visibilidade do produto brasileiro. Parcerias com importadores locais e participação em feiras e eventos do setor são estratégias recomendadas para aumentar a inserção no mercado canadense com potencial de sair dos UDS 10 milhões para patamares semelhantes ao Peru e Chile que são da ordem de USD 100 milhões ao ano.