

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.



CONSUMO DE ARROZ NOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS

Data: 13/01/2026

Posto: Abu Dhabi/Emirados Árabes Unidos

Palavras-chave: arroz; basmati; parboilizado.

Responsável: Vanessa Medeiros de Jesus

SUMÁRIO:

Os Emirados Árabes Unidos (EAU) dependem de importações para abastecer o mercado estimado em cerca de 975 mil toneladas de consumo de arroz em 2025. A composição demográfica do país – com maioria de expatriados, sobretudo indianos, paquistaneses e filipinos – é o principal determinante do perfil de consumo: o arroz basmati de origem indiana e paquistanesa domina o segmento de uso diário de grande parte da população. O desafio para o Brasil é ganhar espaço entre os fortes concorrentes, Índia e Paquistão, que são beneficiados pela proximidade geográfica, bem como identificar possíveis mercados de nicho para a entrada do arroz longo fino tipo 1.

1. Composição populacional dos EAU e tendências de consumo

Os EAU apresentam:

- Consumo de arroz estimado em 975 mil toneladas em 2025;
- Ausência de produção doméstica, levando à dependência de importações;
- População majoritariamente expatriada: indianos: ~40%; paquistaneses: ~10%; bengaleses: ~9%; filipinos: ~6%; demais asiáticos, árabes e ocidentais completam o quadro. Essa estrutura demográfica se reflete diretamente no padrão de consumo:
- O arroz basmati, de origem indiana ou paquistanesa, é o arroz de consumo diário para grande parte da população sul-asiática e é utilizado em grande parte dos restaurantes.
- A busca por opções percebidas como mais saudáveis, como arroz integral e basmati (por índice glicêmico menor), cresce entre consumidores urbanos de maior renda.

2. Tipos de arroz mais consumidos nos Emirados Árabes Unidos

O arroz basmati é a variedade mais popular no país, consumida por locais, expatriados e turistas.

É vendido predominantemente em sacos de 5, 10 e 20 kg em supermercados, com forte presença de marcas indianas e paquistanesas.

A demanda por basmati é estrutural e pouco substituível, uma vez que o arroz basmati é consumido duas a três vezes ao dia por grande parte da população sul-asiática e pesquisas de mercado indicam um mercado de basmati no Golfo avaliado em cerca de US\$ 1,6 bilhão em 2024, com os EAU desempenhando papel central desse consumo.

3. Preferências por nacionalidade

3.1 Comunidade indiana: representa aproximadamente 4 milhões de residentes, cerca de 40% da população dos EAU.

Tem preferência forte por arroz basmati, especialmente variedades premium indianas como 1121 e Pusa. Também consomem não-basmati indiano para uso cotidiano em lares de renda média e em serviços de refeição institucional.

3.2 Comunidade paquistanesa: cerca de 10% da população, em torno de 1 milhão de residentes.

Alto consumo de basmati paquistanês (Super Basmati, 1121) para pratos tradicionais (biryani, pulao). Forte presença do arroz paquistanês de grão longo branco e parboilizado em mercados de preço mais competitivo, inclusive na linha “5% broken” para Jebel Ali e outros portos, usado em alojamentos e catering.

3.3 Bengaleses, nepaleses e outros sul-asiáticos: juntos, bengaleses e nepaleses somam cerca de 10% da população. Têm histórico de consumo de arroz não-basmati de grão longo e quebrado, muitas vezes em formas mais econômicas e em grandes volumes.

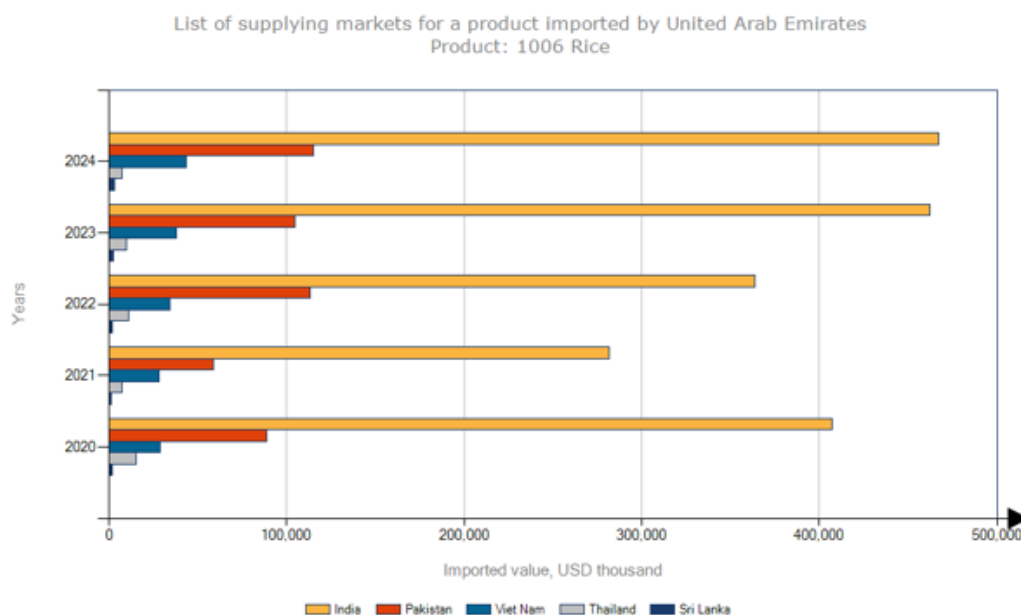
3.4 Comunidade filipina: aproximadamente 6% da população (~600–650 mil pessoas).

Tradicionalmente consome arroz branco de grão médio/curto, mas nos EAU adapta-se bastante ao grão longo asiático, dada a oferta predominante no mercado.

Há nichos com arroz filipino em alguns pontos de venda, mas o grosso do consumo se dá em arroz importado da Índia, Paquistão e outros fornecedores asiáticos (tailandês, vietnamita).

3.5 Emiratis e outros consumidores: emiratis (~10% da população) e expatriados árabes consomem arroz em preparações locais (machbous), muitas vezes utilizando basmati e grão longo, além do crescente interesse por arroz integral e basmati integral (apelo saudável).

4. Principais origens do arroz importado pelos EAU



Fonte: Trade Map

5. Tipos de arroz produzidos no Brasil e sua presença nos EAU

O Brasil é grande produtor e consumidor de arroz, com perfil produtivo concentrado em:

- Arroz longo fino tipo 1 (polido) – grão longo branco, amplamente consumido no mercado interno;
- Arroz parboilizado – respondendo por parcela significativa da produção e consumo, com forte presença no varejo brasileiro;
- Arroz quebrado – usado em ração, indústria alimentícia e exportações específicas.
-

A produção se concentra principalmente no Rio Grande do Sul, seguido por outros estados do Sul/Centro-Oeste.

No comércio internacional, o Brasil exporta arroz para diferentes mercados, sobretudo América Latina e alguns destinos na África e Ásia, mas não figura entre os principais fornecedores do mercado de arroz dos EAU, dominado por Índia e Paquistão.

Não há evidência, nas principais fontes de comércio e relatórios setoriais consultados, de presença relevante de arroz brasileiro tipo 1 longo fino (polido), arroz brasileiro parboilizado ou arroz brasileiro quebrado no mercado varejista dos EAU.

Nos EAU as prateleiras dos supermercados são dominadas por marcas indianas e paquistanesas, com alguma oferta de arroz vietnamita, tailandês e americano.

Importadores e tradings concentram-se em origens asiáticas tradicionais (Índia, Paquistão, Vietnã, Tailândia), que fornecem variedade de tipos (basmati, parboiled, broken) com forte competitividade de preço e logística.

Verifica-se, portanto, que os tipos de arroz produzidos no Brasil não são hoje consumidos em escala significativa nos EAU.

6. Oportunidades e desafios para o arroz brasileiro nos EAU

6.1 Oportunidades

Segmento de grão longo/parboilizado

·O padrão de uso de arroz em alojamentos, catering e cozinhas industriais nos EAU está fortemente ligado a arroz de grão longo e parboilizado, em sacos de 25–50 kg.

·O arroz brasileiro parboilizado pode atender esse tipo de demanda, desde que adequado em especificações (grão longo, teor de quebrados, preço competitivo).

Diversificação e segurança alimentar

·Relatórios sobre segurança alimentar no âmbito dos países islâmicos enfatizam a necessidade de diversificação de fornecedores de cereais, para reduzir risco de choques de oferta.

·Nesse sentido, o Brasil pode ser percebido como fornecedor alternativo de arroz, sobretudo em situações de restrição de exportações por parte de grandes players como Índia.

·Produtos de nicho e valor agregado.

·Existe espaço, ainda, para arroz integral, blends especiais, arroz pronto para consumo e outras inovações, que podem ser exploradas por empresas brasileiras em parceria com redes de varejo e food service.

6.2 Desafios

- Padrão de consumo fortemente ancorado em Índia e Paquistão, por tradição e proximidade cultural com a maior parte da população.
- Competitividade de preço – Índia e Paquistão têm vantagens logísticas e de custo para abastecer o Golfo com arroz de diferentes especificações.
- Preferência marcante por basmati, categoria em que o Brasil não é produtor tradicional.
- Baixo conhecimento do “arroz brasileiro” por parte de importadores e consumidores locais, exigindo investimentos em promoção, amostragem e ajuste de produto ao gosto local.
-

7. Conclusão

O mercado de arroz nos Emirados Árabes Unidos é robusto, com consumo próximo de 1 milhão de toneladas ao ano, totalmente dependente de importações e fortemente moldado pela presença de comunidades indiana, paquistanesa, bengalesa e filipina. O Brasil, grande produtor de arroz longo fino, parboilizado e quebrado, ainda não tem presença expressiva no mercado emirático, que permanece concentrado em origens asiáticas.

Contudo, há espaço para atuar como fornecedor complementar em grão longo/parboilizado para uso institucional; aproveitar janelas de diversificação de risco em cenário de restrições de exportação de outros fornecedores; explorar, em nichos específicos, oportunidades de fornecimento de arroz de valor agregado em parceria com redes de varejo e food service.

Para transformar esse potencial em negócios, será fundamental ajustar especificações (grão, parboilização, porcentagem de quebrados) às exigências do mercado dos EAU; trabalhar a promoção comercial e o relacionamento com importadores; acompanhar de perto a evolução de políticas de segurança alimentar e de abastecimento na região do Golfo, em que o arroz é componente crítico.