

Um
mundo de
oportunidades

Volume 7
Origem: animal

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

PEDRO ALVES CORRÊA NETO

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

4ª edição. Ano 2025

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:

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jenny Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Filipe Guerra

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

Virginia 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

Leandro Antunes

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

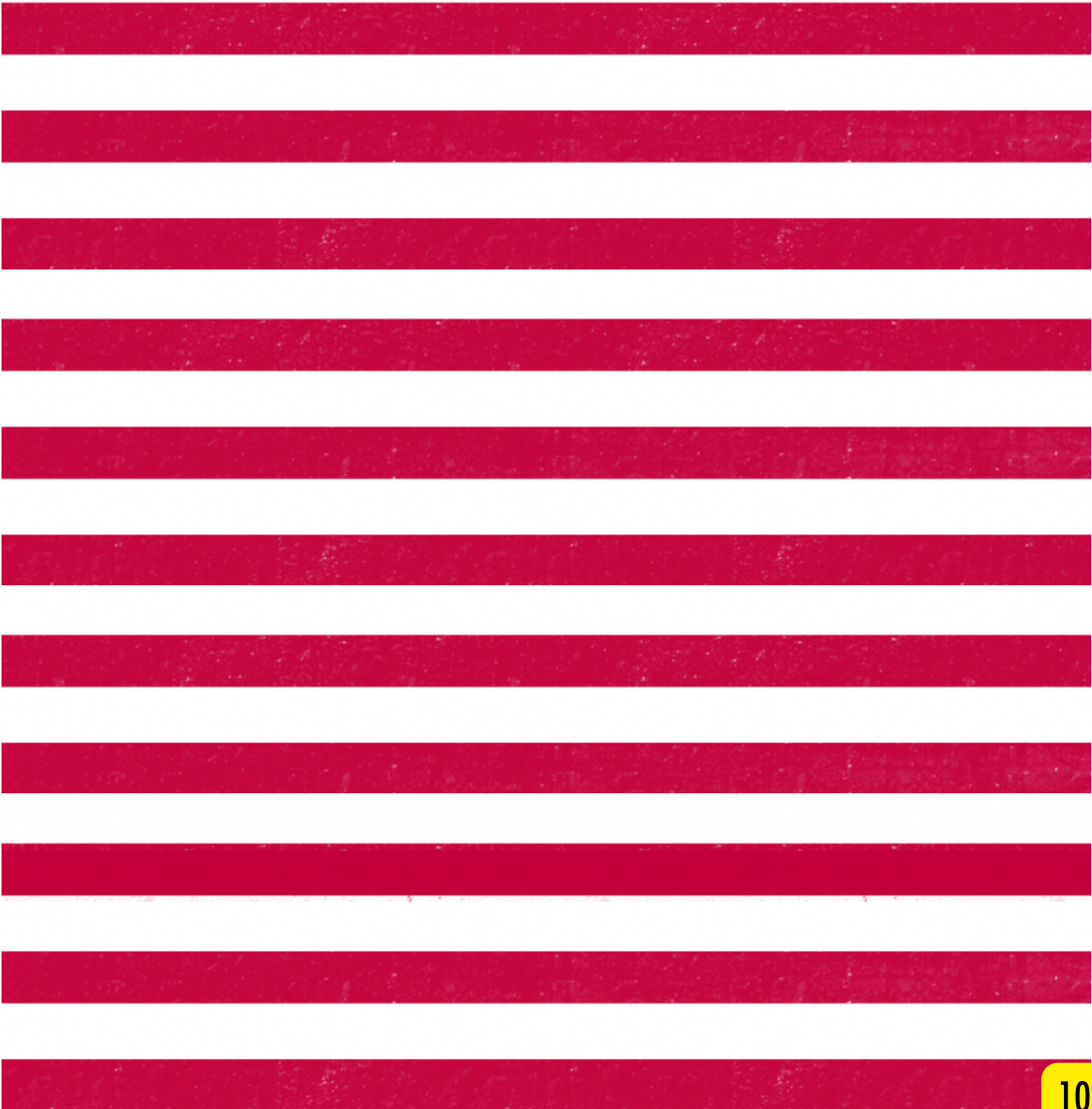
Resumo

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.



MERCADO DE MEL ORGÂNICO NOS ESTADOS UNIDOS

Data: 15/07/2025

Posto: WASHINGTON/ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

Palavras-chave: Estados Unidos, Mel, Produtos Orgânicos, Exportações.

Responsável: Ana Lúcia de Paula Viana, Adida Agrícola; e Mateus Voltolini, Assistente Técnico.

SUMÁRIO:

O mercado norte-americano de mel apresenta oportunidades significativas para o Brasil, especialmente no segmento orgânico, onde o país já é o principal fornecedor. A produção doméstica dos EUA enfrenta desafios estruturais — como perdas de colônias, mudanças climáticas e uso intensivo de pesticidas — que comprometem sua capacidade de suprir a demanda interna, cada vez mais orientada por critérios de qualidade, rastreabilidade e certificação. O Brasil, por sua vez, possui excedente exportável, diversidade botânica e estrutura produtiva consolidada, o que o posiciona como parceiro estratégico. A consolidação de contratos estáveis, a valorização dos atributos sensoriais e o investimento em certificações são caminhos promissores para ampliar e sustentar essa presença no longo prazo.

Introdução

A crescente demanda por produtos naturais e orgânicos nos Estados Unidos, combinada com suas limitações estruturais da produção doméstica de mel, oferece ao Brasil uma oportunidade estratégica de consolidação e expansão no mercado norte-americano. As exportações brasileiras de mel, especialmente no segmento orgânico, têm se destacado nos últimos anos, e dados atualizados demonstram não apenas o bom desempenho comercial do setor, mas também o reconhecimento internacional da qualidade do produto brasileiro.

Quadro da Produção de Mel nos EUA: Desafios Estruturais e Estagnação Produtiva

Estudos recentes revelam um cenário preocupante para a produção apícola norte-americana. Segundo pesquisa conduzida pela Pennsylvania State University, com base em cinco décadas de dados, o rendimento médio por colônia nos Estados Unidos caiu significativamente desde os anos 1990, mesmo com avanços tecnológicos e práticas modernas de manejo. Os Estados Unidos consomem cerca de 272 mil toneladas métricas de mel por ano, mas a produção doméstica supre apenas entre 54 mil e 68 mil toneladas, o que representa aproximadamente 20% a 25% da demanda total do país. A produção de mel tem sido duramente afetada por múltiplos fatores, entre os quais se destacam:

- Alterações no uso da terra, com predominância de monoculturas como milho, que oferecem baixa diversidade floral e não sustentam populações saudáveis de abelhas;
- Mudanças climáticas e eventos extremos, que perturbam os ciclos naturais de floração e reduzem o tempo disponível para coleta de néctar;
- Pressão de patógenos e parasitas, como o ácaro *Varroa destructor*, cuja presença exige tratamentos constantes e onerosos.

Além disso, apicultores americanos enfrentam perdas anuais significativas de colônias, com médias superiores a 30% e, em alguns casos, atingindo 40%. O custo de reposição de uma colônia ou de uma abelha rainha, que gira em torno de US\$ 25, torna a atividade pouco rentável. Mesmo com subsídios agrícolas, a atividade depende cada vez mais da prestação de serviços de polinização (notadamente para cultivos como amêndoas), em detrimento da produção de mel como fonte primária de receita.

Essas fragilidades estruturais tornam o setor doméstico dependente da importação de mel, especialmente para atender à demanda do varejo, cujos padrões de cor e sabor nem sempre podem ser supridos pela produção local. A ausência de previsibilidade na oferta — em parte porque produtores evitam contratos de longo prazo — reforça a necessidade de fontes externas com maior estabilidade.

Dinâmica do Consumo e Segmentação do Mercado Norte-Americano

A estrutura do mercado de mel nos Estados Unidos é segmentada conforme o perfil de sabor, cor e método de produção. O consumidor norte-americano médio prefere méis de coloração clara e sabor suave, sobretudo para uso direto (consumo no varejo). Já a indústria alimentícia e cosmética valoriza méis de coloração escura e sabores mais intensos, utilizados como insumo em receitas, formulações e misturas.

Representantes da indústria, importadores e envasadores reconhecem que o mercado de mel orgânico possui dinâmica própria e é suprido, em quase sua totalidade, por exportadores brasileiros. Qualquer interrupção nesse fornecimento, afirmaram, causaria desabastecimento imediato e deslocamento da demanda para produtos substitutos, como o néctar de agave — o que acarretaria perdas para toda a cadeia.

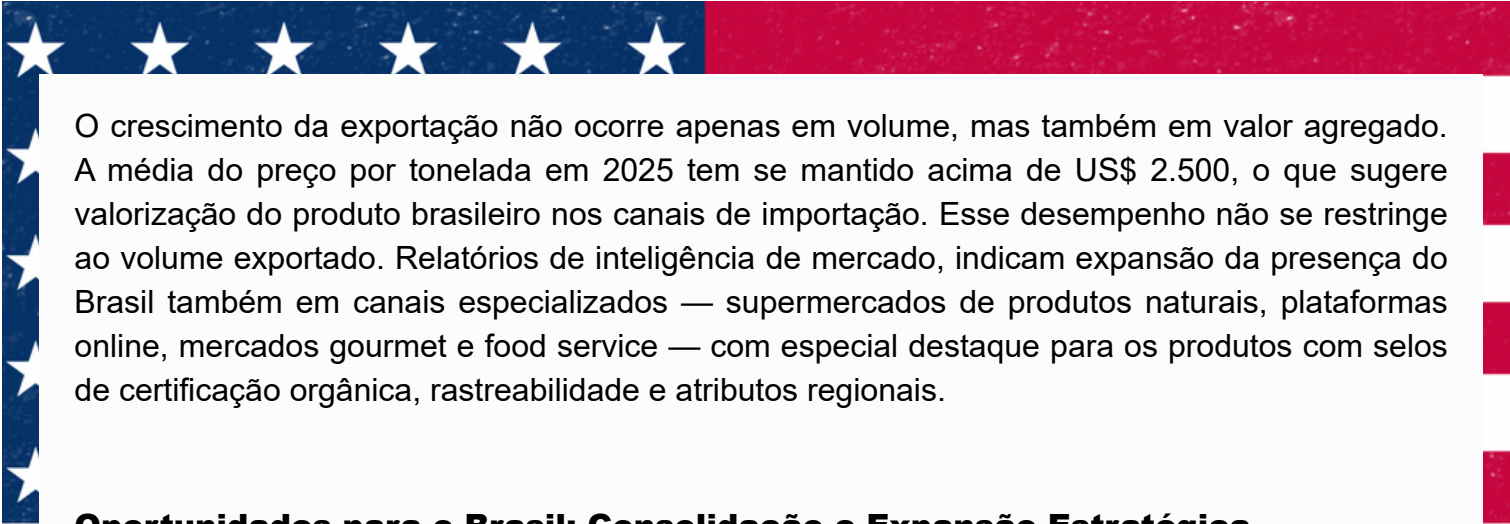
A preferência por mel orgânico não é apenas uma questão de nicho, mas também de percepção de qualidade, saudabilidade e sustentabilidade. O consumidor desse segmento é mais exigente quanto à origem, rastreabilidade, certificações e atributos sensoriais do produto. Isso abre espaço para que o Brasil, com sua biodiversidade e experiência consolidada em sistemas orgânicos certificados, atue como fornecedor-chave.

Desempenho de Produção e Exportação Brasileira

O Brasil apresenta um histórico consistente de crescimento na produção de mel, com aumento de 69,5% entre 2015 e 2023, atingindo cerca de 64.100 toneladas. O consumo interno brasileiro, por sua vez, permanece abaixo da média mundial — cerca de 60 gramas por habitante por ano, em comparação com os 240 gramas globais — o que resulta em excedente estrutural para exportação.

Em 2024, o Brasil exportou 37.900 toneladas de mel, sendo 79% destinadas aos Estados Unidos. Nos primeiros cinco meses de 2025, os embarques brasileiros de mel orgânico para os EUA somaram 14.137 toneladas, com receita de US\$ 35,8 milhões — um aumento de 32% no valor em relação ao mesmo período de 2024.

Parceiro	2022	2023	2024	Jan-Mai/24	Jan-Mai/25	Variação 24/25
Brasil	\$79.684	\$60.695	\$74.213	\$27.071	\$35.810	32%
Uruguai	\$6.196	\$6.469	\$7.372	\$2.178	\$1.771	-19%
Índia	\$4.568	\$7.539	\$6.233	\$2.573	\$3.604	40%
México	\$1.075	\$570	\$2.285	\$1.033	\$933	-10%
Nova Zelândia	\$242	\$1.375	\$203	\$83	\$361	332%
TOTAL	\$97.026	\$79.803	\$93.009	\$34.221	\$43.224	26%



O crescimento da exportação não ocorre apenas em volume, mas também em valor agregado. A média do preço por tonelada em 2025 tem se mantido acima de US\$ 2.500, o que sugere valorização do produto brasileiro nos canais de importação. Esse desempenho não se restringe ao volume exportado. Relatórios de inteligência de mercado, indicam expansão da presença do Brasil também em canais especializados — supermercados de produtos naturais, plataformas online, mercados gourmet e food service — com especial destaque para os produtos com selos de certificação orgânica, rastreabilidade e atributos regionais.

Oportunidades para o Brasil: Consolidação e Expansão Estratégica

Diante das limitações estruturais da produção doméstica dos EUA e da crescente sofisticação da demanda local, o Brasil pode atuar em diversas frentes para consolidar sua posição e expandir sua presença:

a. Diversificação de perfis sensoriais e origem geográfica:

Empresas brasileiras podem explorar sua diversidade de floradas e regiões produtoras (Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica) para oferecer méis com perfis únicos, adaptáveis tanto ao mercado varejista quanto ao industrial.

b. Investimento em diferenciação e rastreabilidade:

Produtos com certificações de origem, QR codes de rastreamento e laudos laboratoriais de pureza têm maior aceitação no varejo norte-americano, sobretudo junto a consumidores conscientes.

Conclusão

A queda na produtividade apícola dos Estados Unidos, combinada com o aumento da demanda interna e a expansão do mercado orgânico, cria um ambiente altamente favorável à ampliação da presença brasileira no setor. O Brasil não apenas oferece produto competitivo em preço e qualidade, como também dispõe de atributos dificilmente replicáveis: diversidade botânica, capacidade de certificação e excedente produtivo. O foco estratégico deve recair sobre o fortalecimento do posicionamento do mel brasileiro como produto de excelência, confiável, rastreável e alinhado com os padrões mais exigentes do consumidor americano moderno. A criação de instrumentos de previsão de demanda, contratos estáveis com importadores e ações de promoção institucional e comercial são fundamentais para assegurar essa trajetória de crescimento sustentável.