

Um
mundo de
oportunidades

Volume 11
Origem: vegetal

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

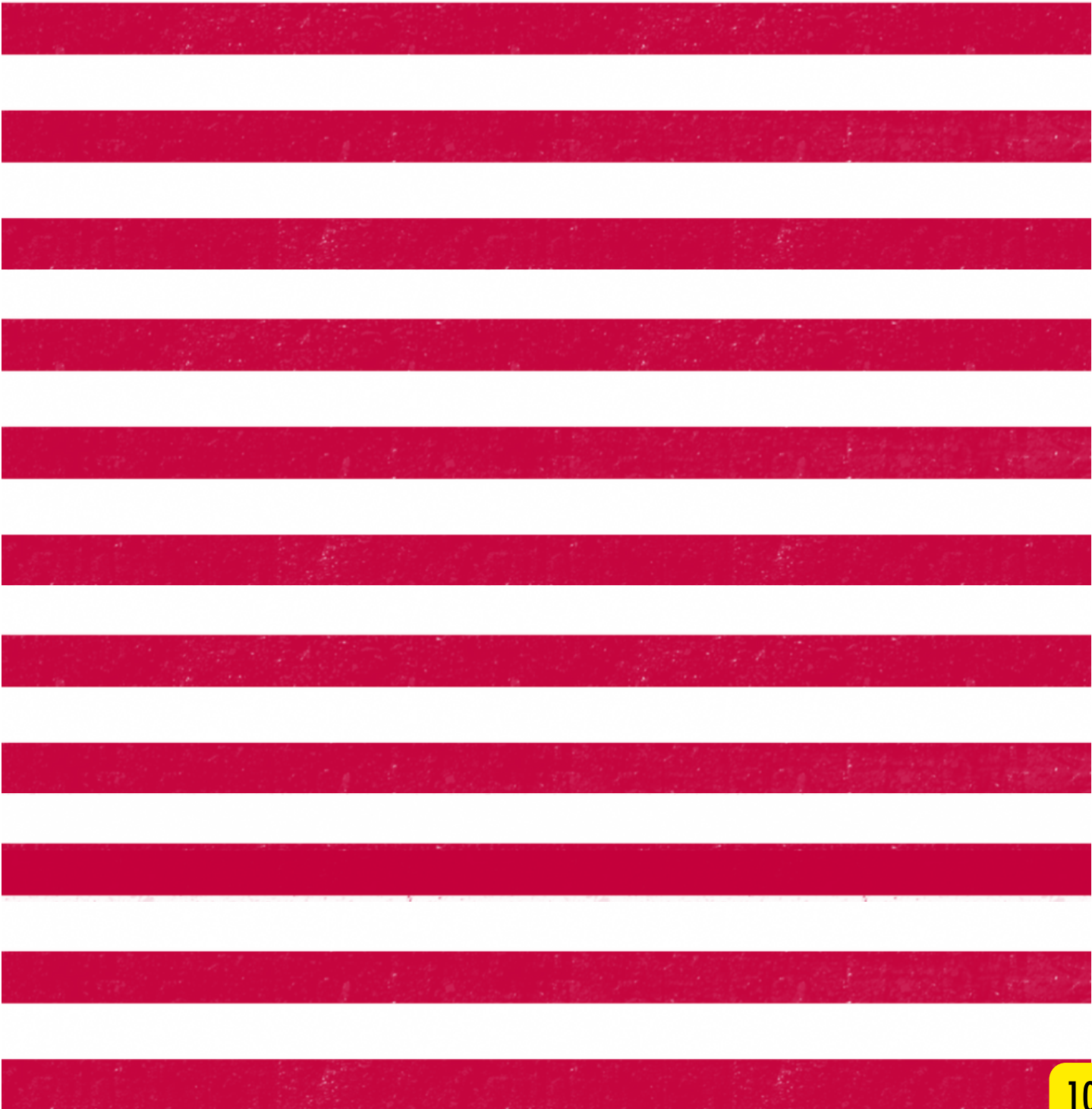


O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

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.



MERCADO DE UVAS DE MESA NOS ESTADOS UNIDOS

Data: 14/11/2025

Posto: WASHINGTON/ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

Palavras-chave: WASHINGTON/ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA.

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

SUMÁRIO:

O mercado norte-americano de uvas frescas apresenta-se como um dos mais dinâmicos e competitivos do mundo, com importações que ultrapassaram 800 mil toneladas em 2023, consolidando os Estados Unidos como o maior importador global do produto. Atualmente, o mercado está distribuído entre cinco países fornecedores principais: Chile, Peru, México, Brasil e África do Sul, sendo que os três primeiros mantêm posições sólidas, enquanto Brasil e África do Sul injetam volumes menores, mas ocupam posições consolidadas como fornecedores complementares. Apesar da participação ainda modesta do Brasil no fornecimento aos EUA, o país possui vantagens comparativas significativas em termos de janelas comerciais, qualidade de produto e capacidade produtiva instalada. Este documento analisa a estrutura do mercado norte-americano, as principais tendências de consumo e identifica oportunidades estratégicas para o setor exportador brasileiro ampliar sua presença no setor norte-americano de uvas de mesa.

1.Introdução: Estrutura do Mercado de Uvas de Mesa nos Estados Unidos

O mercado norte-americano de uvas de mesa é um dos mais dinâmicos e valiosos do mundo, caracterizado por alto consumo per capita, preferência por variedades sem sementes e demanda consistente ao longo do ano. Os Estados Unidos são simultaneamente um dos maiores produtores e o maior importador global de uvas frescas, refletindo um consumo interno que excede em muito a capacidade de produção doméstica, especialmente fora da temporada californiana.

A produção americana de uvas de mesa concentra-se predominantemente na Califórnia, que responde por mais de 95% da oferta doméstica. Em 2024, a produção californiana foi projetada em aproximadamente 845 mil toneladas. Entretanto, a temporada de colheita nos Estados Unidos é limitada, concentrando-se entre maio e dezembro, com pico entre julho e setembro. Fora desse período, o mercado depende quase inteiramente de importações provenientes do Hemisfério Sul.

Essa sazonalidade cria janelas comerciais distintas, com oportunidades específicas para diferentes fornecedores. Entre janeiro e abril, o mercado é dominado por Chile e Peru. De maio a julho, há transição entre a produção hemisférica sul e o início da safra californiana. De agosto a dezembro, a produção doméstica é complementada por fornecimento mexicano, que possui proximidade geográfica e acesso facilitado por acordos comerciais. Já o Brasil possui uma alternância de ciclos produtivos, permitindo que a uva esteja disponível em diferentes épocas do ano, sem longas entressafras. O pico das exportações brasileiras para os Estados Unidos ocorre tradicionalmente entre setembro e dezembro, refletindo a principal safra do Vale do São Francisco.

O consumo per capita de uvas frescas nos Estados Unidos tem se mantido estável em torno de 4 kg por habitante ao ano, com tendência de crescimento sustentada pela valorização de frutas frescas, conveniência e benefícios à saúde. O mercado é sofisticado, com consumidores dispostos a pagar prêmios por atributos como sabor diferenciado, crocância, tamanho de baga e inovações varietais.

2.Importações: Principais Fornecedores e Evolução do Mercado

O mercado importador americano de uvas de mesa passou por transformações significativas nas últimas duas décadas. Em 2005, os Estados Unidos importavam aproximadamente 612 mil toneladas de uvas frescas; em 2024, esse volume alcançou 777 mil toneladas, representando crescimento de 27% no período.

O Chile permanece como o maior fornecedor histórico, embora sua participação de mercado tenha reduzido. Em 2005, o país exportava 439 mil toneladas aos EUA. Já em 2024, esse volume caiu para 317 mil toneladas, queda de 28%. Apesar da redução, o Chile ainda lidera as importações americanas devido à sua produção contrassazonal e ao seu acesso privilegiado ao mercado via rotas do Pacífico.

O Peru emergiu como o segundo maior fornecedor, com crescimento explosivo. As exportações peruanas aos EUA saltaram de volumes modestos em 2005 para 226 mil toneladas em 2024. Esse crescimento é atribuído a condições climáticas favoráveis, investimentos em variedades de alta demanda, expansão de áreas cultivadas e capacidade de cobrir janelas de demanda que coincidem com períodos de menor oferta chilena.

Já o México consolidou-se como o terceiro maior fornecedor, aproveitando sua proximidade geográfica e o USMCA (Acordo Estados Unidos-México-Canadá). As exportações mexicanas aos EUA atingiram 214 mil toneladas em 2024, crescimento de 40% em relação a 2005. O México é especialmente competitivo no fornecimento de uvas de mesa durante a transição entre as safras hemisférica sul e californiana (maio a julho).

O Brasil ocupa posição complementar, com participação modesta, mas estratégica. Historicamente, o Brasil exportava volumes na faixa de 10 a 15 mil toneladas anuais aos Estados Unidos, concentrando-se entre setembro e abril. O país produziu aproximadamente 1,75 milhão de toneladas de uvas de mesa em 2023/24, das quais cerca de 70 mil toneladas foram destinadas à exportação. A maior parte da produção brasileira é consumida no mercado doméstico, o que limita o volume exportável, mas também confere flexibilidade para redirecionar oferta conforme oscilações de demanda internacional.

3. Impacto das Tarifas de 50% sobre as Exportações Brasileiras

Em 2024, o Brasil exportou aproximadamente 58,9 mil toneladas de uvas frescas, das quais cerca de 38% eram destinadas aos Estados Unidos no terceiro trimestre — período crucial que coincide com o início da safra brasileira e a transição entre fornecedores hemisféricos. Com a implementação das tarifas, a participação americana diminuiu para apenas 4% das exportações totais brasileiras no terceiro trimestre de 2025, um dos níveis mais baixos da série histórica.

Diante da perda do mercado americano, exportadores brasileiros foram forçados a redirecionar rapidamente seus fluxos comerciais. A Argentina absorveu mais de 50% do volume exportado no terceiro trimestre de 2025, tornando-se o principal destino. O Reino Unido e os Países Baixos continuaram como portas de entrada para o mercado europeu, enquanto países latino-americanos ampliaram sua participação. A impossibilidade de exportar aos Estados Unidos também gerou pressão sobre o mercado doméstico brasileiro. Com volumes excedentes permanecendo no país, observou-se aumento da oferta interna entre agosto e outubro de 2025, embora a demanda doméstica firme e a entressafra em outras regiões produtoras tenham contribuído para manter relativa estabilidade nos preços ao produtor.

4. Variedades Brasileiras e Vantagens Comparativas

O Brasil possui características únicas que, em condições normais de mercado, conferem competitividade no setor de uvas de mesa para exportação. O Vale do São Francisco, principal região exportadora brasileira, localiza-se em clima semiárido tropical, permitindo produção ao longo do ano com planejamento adequado. A maior parte das exportações concentra-se entre dezembro e abril, período em que há menor concorrência no mercado americano. Essa janela comercial complementa as safras peruana e chilena, oferecendo aos importadores americanos continuidade de fornecimento.

O Brasil cultiva tanto variedades tradicionais quanto cultivares brasileiras. Essa diversidade permite aos exportadores brasileiros atender diferentes nichos de mercado e oferecer produtos diferenciados que justificam prêmios de preço. Algumas das variedades brasileiras que se destacam são:

- **BRS Vitória:** uva preta sem sementes com sabor característico de framboesa, alta produtividade e excelente aceitação no mercado internacional;
- **BRS Ísis:** variedade sem sementes de cor vermelha, com bagas perfeitamente redondas e sabor neutro agradável;
- **BRS Núbia:** uva com equilíbrio entre doçura e acidez, boa adaptação ao clima tropical.

Adicionalmente, produtores brasileiros têm investido em sistemas de rastreabilidade, certificações de boas práticas agrícolas e conformidade com protocolos internacionais. Esses atributos facilitam o acesso a mercados exigentes e fortalecem a imagem do produto brasileiro.

Apesar do cenário adverso criado pelas tarifas, existem caminhos estratégicos para o Brasil recuperar e expandir sua presença no mercado americano de uvas de mesa. Para justificar os preços que compensem as tarifas, o Brasil deve investir em diferenciação, ampliando o cultivo de variedades exclusivas ou de alta demanda que possuem apelo junto a consumidores dispostos a pagar mais por experiências diferenciadas pode ser

5. Conclusão

O mercado norte-americano de uvas de mesa representa simultaneamente uma oportunidade significativa e um desafio complexo para o Brasil. Com consumo robusto, dependência estrutural de importações e preferência por variedades de qualidade, os Estados Unidos configuram-se como destino naturalmente atrativo para as uvas brasileiras.

No entanto, a imposição de tarifas de 50% em agosto de 2025 alterou radicalmente a equação competitiva, resultando em queda dramática de 70% nas exportações brasileiras no terceiro trimestre do ano. Esse choque comercial forçou o setor a repensar estratégias e buscar alternativas de curto e médio prazo.

A resposta do Brasil deve ser multifacetada, com investimentos em diferenciação através de variedades únicas e certificações premium. O Brasil possui ativos únicos — clima tropical que permite produção contrassazonal, variedades exclusivas, capacidade de duas safras anuais e qualidade fitossanitária diferenciada — que, se adequadamente mobilizados, podem sustentar uma presença competitiva mesmo em contextos adversos.