

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

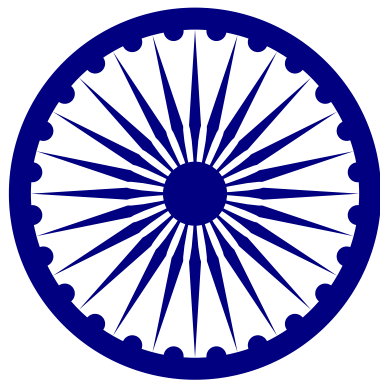
Resumo

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.



CAMARÕES E LAGOSTAS NA ÍNDIA: OPORTUNIDADE OU IMPOSSIBILIDADE?

Data: 14/01/2026

Posto: Nova Delhi / Índia-Butão

Palavras-chave: Pescado, Frutos do mar, camarão, lagosta

Responsável: Angelo de Queiroz Mauricio

SUMÁRIO:

Este AgroInsight analisa os padrões de consumo, as estruturas de preços e a dinâmica do comércio de camarão e lagosta na Índia, com foco no segmento premium do food service urbano. O estudo destaca o potencial para o posicionamento estratégico de frutos do mar especiais do Brasil, por meio de parcerias direcionadas a hotéis e restaurantes de alto padrão na Índia.

MERCADO DE CAMARÃO e LAGOSTA NA ÍNDIA

VAMOS DIRETO AO QUE
IMPORTA AO EXPORTADOR
BRASILEIRO

QUAIS SÃO AS OPORTUNIDADES PARA O BRASIL?

SEGMENTOS PREMIUM

- ◆ Hotels de luxo
- ◆ Food service urbano
- ◆ Centros metropolitanos

PREFERÊNCIAS DO CONSUMIDOR

- ◆ Fonte proteica de alta qualidade
- ◆ Baixo impacto ambiental
- ◆ Foco em saúde e bem-estar

TENDÊNCIAS GASTRONÔMICAS

Cozinha globalizada
que dialogue com a tradição
do paladar indiano

Seafood Boil

Experiência Sensorial

ESTRUTURA DE PREÇO

- ◆ Preço no atacado USD \$8-24/kg
- ◆ Preço no prato; USD \$11-48
- ◆ Margem elevada no varejo

DINÂMICAS DOS PRODUTOS

CAMARÃO

- ◆ Base de consumo ampla
- ◆ Formas variadas (wraps, rolls, entradas)
- ◆ Vannamei e Black Tiger

LAGOSTA

- ◆ Consumo nichado e ocasional
- ◆ Rock Lobster

DRIVERS DE CRESCIMENTO DO MERCADO

MELHORIA
DA LOGÍSTICA &
CADEIA FRIA

EXPANSÃO
DO E-COMMERCE

POUICAS
PÚBLICAS DE INCENTIVO
À PRODUÇÃO/CONSUMO

ESTRATÉGIAS PARA EXPORTADORES BRASILEIROS

- Parcerias com Hotéis e Restaurantes Fine Dining
- Diferenciação por qualidade e padrão sanitário
- Precedente das Concessões tarifárias por acordos comerciais
- Aproveitar experiência Argentina

Panorama geral do consumo

A Índia possui uma ampla diversidade de crustáceos, com mais de 117 espécies de camarões e 17 espécies de lagostas[1]. Estes produtos figuram entre aqueles de maior valor agregado e elevado preço no mercado, além de constituírem um item relevante e estratégico da pauta exportadora da Índia.

Tradicionalmente, o consumo na Índia de produtos de alto valor agregado, como lagostas e camarões, esteve restrito a segmentos específicos da população, sobretudo em função dos preços elevados e da limitada disponibilidade fora das zonas costeiras. Historicamente, o consumo de pescado no país concentrou-se principalmente nas comunidades litorâneas, onde a pesca integra a cultura alimentar e o acesso ao produto sempre foi mais direto. Contudo, nos últimos anos, observa-se uma expansão gradual e consistente do consumo de peixes e frutos do mar em diversas outras regiões do país, incluindo o interior. [2] [3] [4] Esse movimento tem sido impulsionado por um conjunto de fatores estruturais e conjunturais, entre os quais se destacam: a melhoria dos canais de distribuição e logística, com avanços em cadeia fria, armazenamento e transporte refrigerado; a expansão do varejo moderno e das plataformas de comércio eletrônico; e políticas públicas voltadas ao fortalecimento da pesca e da aquicultura, incluindo incentivos à produção, à infraestrutura e à integração com os mercados urbanos.

Adicionalmente, o pescado vem sendo cada vez mais promovido como uma fonte alternativa e complementar de proteína de alta qualidade, alinhada a preocupações crescentes com saúde, nutrição e diversificação alimentar. Campanhas governamentais e iniciativas do setor privado têm reforçado os benefícios nutricionais do consumo de peixes e frutos do mar, como o alto teor proteico, a presença de ácidos graxos essenciais e o menor impacto ambiental relativo. Apesar desse avanço no consumo geral de pescado, produtos como lagostas e camarões continuam claramente posicionados no segmento premium do mercado indiano. Seu consumo permanece concentrado nos centros urbanos e nas grandes metrópoles, especialmente no canal de food service de alto padrão, refletindo tanto o valor elevado desses produtos quanto sua associação a experiências gastronômicas diferenciadas e à hotelaria e restaurantes de luxo.

O camarão apresenta uma base de consumo relativamente mais ampla do que a lagosta e está presente em uma grande variedade de formatos de cardápio, incluindo entradas, pequenos pratos, wraps, rolls e preparações como prato principal. As porções costumam ser de pequenas a moderadas, e os cardápios têm dado crescente destaque a atributos nutricionais, como teor de proteína e informações calóricas, refletindo a maior valorização de escolhas alimentares saudáveis por parte de consumidores de maior poder aquisitivo. Iniciativas recentes de grandes plataformas de serviços online reforçam essa direção, ao organizar e promover categorias voltadas a escolhas “high protein” e alimentação mais consciente.

Já o consumo de lagosta na Índia permanece limitado e fortemente nichado, concentrando-se sobretudo no segmento de hotelaria de luxo e na gastronomia premium. Em geral, a lagosta é

[1] Fonte: ICAR-Central Marine Fisheries Research Institute, Kochi

[2] https://eprints.cmfri.org.in/14578/1/MFIS_242_2019_K%20N%20Saleela.pdf

[3] Fonte: FAO

[4] Ministry of Food Processing and Industries (Sector Profile: Fisheries and Aquaculture)

comercializada inteira ou por unidade, com preços de menu que variam aproximadamente entre ₹975 e ₹4.350 por prato (cerca de USD 11 a 48), reforçando seu posicionamento como produto de alto valor econômico e consumo ocasional.

Os estilos de preparo de pratos à base de camarão e lagosta na Índia refletem, de forma cada vez mais nítida, a consolidação de uma cena gastronômica urbana globalizada, em que cozinhas pan-asiáticas e técnicas internacionais deixaram de ser “novidade” e passaram a compor o repertório regular de hotéis e restaurantes premium nas grandes cidades indianas. Na prática, isso se traduz em cardápios com forte presença de referências tailandesas e mesmo chinesas (incluindo perfis de sabor mais intensos e condimentados, como preparações ao estilo Sichuan/Chengdu e molhos de inspiração cantonesa), japonesas (sushi, uramaki e usos de ovas como tobiko), além de propostas de fusão indo-asiática que combinam ingredientes e técnicas do Leste Asiático com temperos e preferências locais e próprios do subcontinente. Essa tendência acompanha o crescimento e a sofisticação do setor de food service indiano e a sua maior abertura a experiências internacionais, especialmente entre consumidores jovens e de alta renda, nos grandes centros.

Ao mesmo tempo, o consumidor indiano moderno — especialmente nas metrópoles — vem demonstrando preferência por experiências de maior “curadoria” e instagramáveis, o que favorece pratos de crustáceos com forte apelo visual (apresentações flambadas, manteigas aromatizadas, finalizações à mesa e porções para compartilhar) e formatos contemporâneos de consumo. Um exemplo recente, apontado como tendência viral, é o “seafood boil” (em geral servido como experiência social, com molhos e mix de frutos do mar), que ganhou tração como novidade em 2025. Em síntese, a diversidade de estilos (pan-asiático, japonês, fusões), o peso crescente de tendências “experenciais” e a ênfase em saúde/proteína formam hoje o tripé que mais contribui para criar e sustentar demanda por camarões e, em menor escala, lagostas nas metrópoles indianas — com cardápios cada vez mais globais, orientados por experiência e conectados a narrativas de bem-estar ou luxo.

O contexto de preços evidencia uma diferença expressiva entre os valores praticados no atacado e os preços finais ao consumidor, indicando elevado nível de agregação de valor ao longo da cadeia. No atacado, os preços do camarão situam-se, em média, entre ₹700 e ₹1.500 por quilo (aproximadamente USD 8 a 18/kg), enquanto os da lagosta variam entre ₹1.700 e ₹2.000 por quilo (cerca de USD 21 a 24/kg). No canal de food service, esses produtos alcançam patamares significativamente superiores. O consumo típico — estimado entre 120 e 250 g por prato de camarão e entre 180 e 500 g por prato de lagosta — é comercializado em restaurantes a preços que variam de aproximadamente ₹975 a ₹4.350 por prato (USD 11 a 48). Essa diferença reflete a expressiva agregação de valor associada ao porcionamento, ao preparo culinário especializado, ao serviço e, sobretudo, ao posicionamento premium em hotéis e restaurantes de alto padrão. No varejo, por sua vez, os preços finais tendem a ser, em média, cerca do dobro daqueles observados no atacado, reforçando o papel da marca, da conveniência, da cadeia fria e da experiência de compra na formação do preço ao consumidor.

Lojas especializadas e supermercados premium, como modern bazaar, nature’s basket, assim como plataformas online como a Big Sam’s, atuam como canais estratégicos para atender consumidores de alto poder aquisitivo interessados em frutos do mar premium para consumo doméstico.

Comércio

A Índia figura entre os principais exportadores globais de camarões e lagostas, contando com uma base produtiva doméstica amplamente capaz de suprir a demanda interna atual. Ainda assim, observa-se a manutenção de importações regulares de crustáceos selecionados de elevado valor de mercado, ainda que em volumes mais modestos. Entre os produtos que apresentam fluxo consistente de entrada destacam-se a rock lobster, o camarão vannamei, o camarão black tiger e outras variedades especiais, evidenciando uma demanda contínua por diferenciação e diversidade de oferta no mercado indiano.

As importações desses produtos têm como principais origens países como Emirados Árabes Unidos, Austrália, Canadá, Reino Unido, Argentina, China e Bélgica. Chama atenção, em particular, a presença da Argentina — país sul-americano com características de comércio exterior similares às do Brasil —, o que reforça a viabilidade técnica e comercial da inserção de fornecedores brasileiros nesse segmento específico do mercado indiano.

Do ponto de vista regulatório, os crustáceos enquadram-se em regime de importação livre, porém sujeitos a uma carga tarifária total da ordem de 39%. Esse nível tarifário relativamente elevado reflete uma orientação clara de maior proteção à indústria doméstica, especialmente em um setor no qual a Índia detém elevada competitividade produtiva, em que pese ter sofrido considerável impacto em face das recentes barreiras tarifárias a ele impostas. Não obstante, a política comercial indiana neste segmento tem demonstrado flexibilidade em contextos específicos, sobretudo quando associada a acordos preferenciais e a negociações bilaterais estratégicas.

Nesse sentido, camarões e lagostas apresentam potencial concreto para a negociação de concessões tarifárias específicas por país. A Índia já estabeleceu precedentes relevantes ao conceder acesso preferencial — incluindo reduções significativas ou isenção total de tarifas — a produtos similares no âmbito de seus acordos comerciais. Destacam-se, por exemplo, as concessões previstas nos acordos com o Chile e com a Coreia do Sul, bem como no Acordo de Comércio Ásia-Pacífico (APTA), no qual o capítulo correspondente ao código HS 0306 contempla concessão tarifária de 100% para determinados países participantes.

A existência desses instrumentos e precedentes demonstra que, embora o arcabouço tarifário geral seja elevado, há margem efetiva para a construção de arranjos preferenciais que ampliem a competitividade de fornecedores externos. Nesse contexto, a eventual negociação de concessões tarifárias - seja por meio de entendimentos bilaterais, seja no âmbito de acordos regionais ou plurilaterais - poderia criar condições mais favoráveis para o acesso de camarões e lagostas brasileiros ao mercado indiano, especialmente em segmentos que valorizam regularidade de fornecimento, padrões sanitários elevados e diferenciação de produto.

HS Code	Commodity (Frozen)	IMPORT (Quantity in Kg) ⁵			
		2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
03061100	ROCK LOBSTER AND OTHER SEA CRAWFISH	0	13,503	12,308	10,803
03061290	OTHER FROZEN LOBSTER (HOMARUS SPP)	35,951	48,000	18,195	1,054
03061690	COLD-WATER SHRIMPS AND PRAWNS	2,35,797	2,478	44	6425
03061720	VANNAMEI SHRIMP	32,48,460	27,10,650	29,54,280	15,39,930
03061730	INDIAN WHITE SHRIMP	0	13,200	0	9,894
03061740	BLACK TIGER SHRIMP	0	70,724	2,80,852	1,42,454
03061750	FLOWER SHRIMP	0	55,440	12,423	5,938
03061790	OTHER SHRIMPS AND PRAWNS	4,65,398	8,07,308	7,48,807	4,00,518
HS Code	Commodity (Frozen)	EXPORT (Quantity in Kg)			
		2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
03061100	ROCK LOBSTER AND OTHER SEA CRAWFISH	18,00,372	13,33,216	17,14,501	16,00,584
03061290	OTHER LOBSTER (HOMARUS SPP)	68,880	57,884	59,533	42,456
03061690	COLD-WATER SHRIMPS AND PRAWNS	43,842	14,654	912	21,454
03061720	VANNAMEI SHRIMP	58,70,79,844	56,07,78,482	56,19,89,271	57,15,70,870
03061730	INDIAN WHITE SHRIMP	66,42,296	65,08,054	39,75,005	42,75,448
03061740	BLACK TIGER SHRIMP	1,35,52,713	2,57,50,088	3,44,94,195	3,99,43,501
03061750	FLOWER SHRIMP	23,18,733	24,80,481	15,80,374	19,87,528
03061790	OTHER SHRIMPS AND PRAWNS	5,91,49,599	5,25,41,611	4,94,57,813	4,98,84,087