

Um
mundo de
oportunidades

V.5 2026

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

ANDRÉ CARLOS ALVES DE PAULA FILHO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

CLÉBER OLIVEIRA SOARES

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

CIBELLE DE ANDRADE SILVA

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

Eduardo Magalhães

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Alessandro Fidelis

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Tiago Charão

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

Roberto Carlos Papa

Carlos Turchetto

Fernanda Mascarenhas Magalhães

André Okubo

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Luna Lisboa

Frederique Abreu

Andréa Moura

Warley Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Lucas Fiuza

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

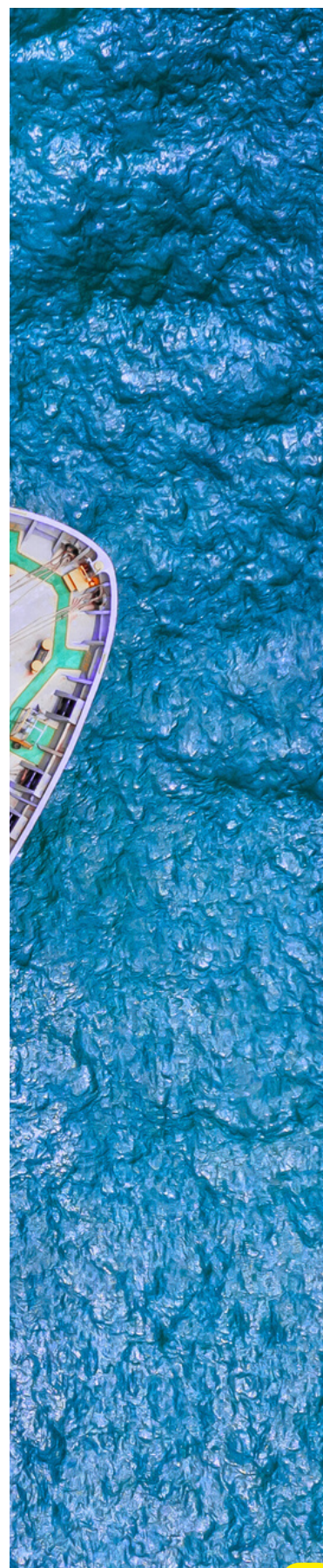
Resumo

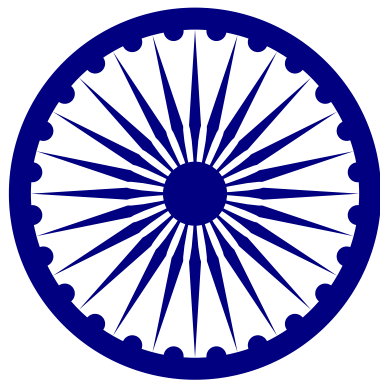
O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

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 André de Paula 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.





ÍNDIA – TRADIÇÕES, CERIMÔNIAS E RELIGIOSIDADE NAS NEGOCIAÇÕES DO AGRONEGÓCIO: IMPACTOS PARA O BRASIL

Data: 12/05/2026

Posto: Nova Delhi/Índia

Palavras-chave: Religiosidade; Festivais Hindus; Diwali; Muhurat; Açúcar; Algodão; Soja; Etanol

Responsável: Roberto Carlos Razera Papa

SUMÁRIO:

A corrente bilateral Brasil-Índia atingiu US\$ 15,2 bilhões em 2025 (+25% sobre 2024), com meta governamental de US\$ 20 bilhões até 2026 (Agência Gov; MDIC). Por trás dos números, o agronegócio brasileiro depara-se com uma variável pouco mensurada em relatórios convencionais: o ciclo cultural-religioso indiano. Festivais como Diwali, Pongal, Navratri, Holi e Raksha Bandhan ditam picos de demanda que oscilam de 25% a 300% sobre a linha de base (ChiniMandi/ISMA; FSIPL); restrições alimentares hindus, jainistas e muçulmanas estruturam segmentos de mercado mensuráveis (Pew Research Center); e a leitura astrológica do calendário (panchang) define janelas de assinatura de contratos e lançamentos comerciais (mpanchang; AstroVed). Observa-se ainda forte aderência do governo indiano às metas energéticas baseadas em cana — o programa E20 foi alcançado cinco anos antes do prazo (Ethanol Producer Magazine) — e expansão sanitária em alguns produtos da pauta brasileira. Esse ambiente cria oportunidades objetivas para o setor privado brasileiro nos segmentos de açúcar VHP, óleo de soja, algodão pluma, etanol industrial, certificações religiosas (sátvico, jain-friendly e halal) e cooperação técnica em bioenergia. A combinação entre demografia da fé, calendário ritual e protocolos de negociação posiciona a Índia como mercado estratégico, no qual a leitura cultural é tão decisiva quanto a leitura tarifária.

ANÁLISE CONJUNTURAL

Panorama Global e o Peso Religioso na Demanda Indiana

A Índia consolidou-se como o maior mercado consumidor de açúcar do mundo, com consumo estimado em 28 milhões de toneladas em 2024/25 (ChiniMandi/ISMA), e é o maior importador global de óleos vegetais, com previsão de 16,7 milhões de toneladas em 2025/26, sendo 5,0–5,5 milhões de toneladas exclusivamente de óleo de soja (Business Standard; UkrAgroConsult). A produção doméstica de óleos cobre apenas cerca de 40% da demanda interna, abrindo espaço estrutural para fornecedores como Brasil e Argentina. Em paralelo, Gujarat e Maharashtra respondem por aproximadamente 50% da produção indiana de algodão, com pico de chegada da safra em meados de novembro — logo após Diwali — período em que o produtor tradicionalmente liquida estoque para custear celebrações religiosas e contratos da temporada de casamentos (Global Textile Times; JM Baxi).



Figura 1 – Cultura e religião como motor e impacto no agronegócio Brasil-Índia

Demografia da Fé e Padrões Alimentares

Segundo o Pew Research Center (2021), 81% da população adulta indiana segue algum tipo de restrição alimentar de cunho religioso, e 39% se declaram vegetarianos. A distribuição por afiliação é heterogênea e estratégica para o exportador: 92% dos jainistas, 59% dos sikhs, 44% dos hindus, 25% dos budistas, 10% dos cristãos e 8% dos muçulmanos se identificam como vegetarianos. Em paralelo, 72% dos hindus afirmam que comer carne bovina é incompatível com a identidade hindu — o que praticamente exclui o Brasil do mercado indiano de carne bovina, mas amplia o espaço para proteínas vegetais, açúcar, ghee, laticínios e óleos vegetais "puros".

Esse mosaico religioso reordena cadeias de suprimentos: a dieta sátvica praticada em Navratri, Janmashtami e Ekadashi proíbe cebola, alho, alimentos fermentados e raízes, empurrando o cardápio para frituras leves em óleos neutros — segmento no qual o óleo de soja brasileiro tem perfil tecnicamente adequado. Ao mesmo tempo, há uma significativa população não hindu em estados do sul da Índia, como Kerala, Goa e Karnataka, bem como comunidades cristãs no Nordeste, onde o consumo de carne é culturalmente relevante. Diante da escala demográfica indiana, podem existir oportunidades segmentadas para a indústria brasileira de carnes. Entretanto, o Governo da Índia mantém restrições e estruturas tarifárias elevadas sobre diversos produtos cárneos, com o objetivo de proteger o setor doméstico de pecuária e criação animal, que permanece amplamente local, desorganizado, tradicional e fonte relevante de subsistência para comunidades rurais. Trata-se, portanto, de um setor política e culturalmente sensível.

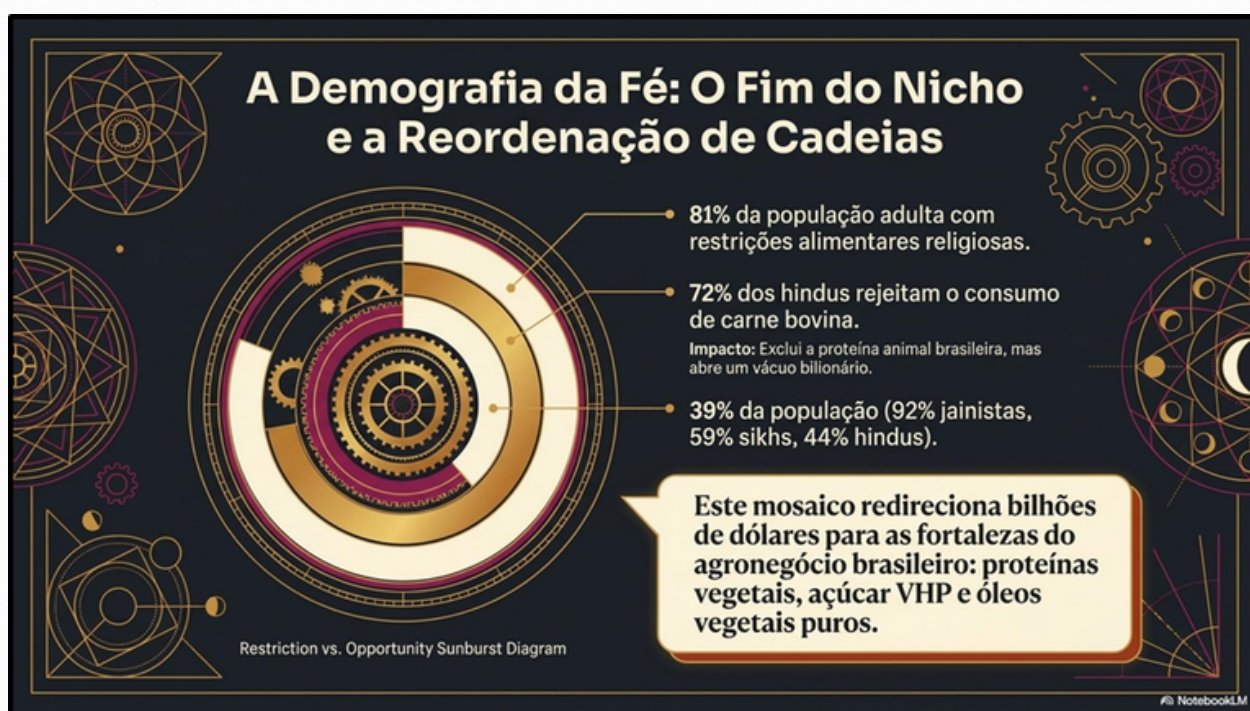


Figura 2 – Influência da religião sobre o consumo e hábitos alimentares, com impacto direto no agro.
Fonte: Pew Research Center (2021).

Calendário Ritual e Picos de Demanda

Cinco janelas concentram o pico anual de consumo de commodities ligadas ao Brasil. (i) Pongal e Makar Sankranti (14 a 17 de janeiro) marcam a colheita de arroz e cana-de-açúcar no Sul, com o prato ritual Pongal demandando açúcar, leite e ghee. (ii) Holi (março) dispara o consumo de doces como gujiya, com forte uso de açúcar e óleos para frituras. (iii) Akshaya Tritiya (fim de abril) é considerada "data imperecível" pelo panchang — em 2025, a Índia adquiriu de 12 a 20 toneladas de ouro em um único dia, movimentando entre ₹12 mil e ₹18 mil crore, e a data é preferida para abertura de empresas e assinatura de contratos plurianuais (BusinessToday; MMTC PAMP). (iv) Navratri (setembro/outubro), com nove dias de jejum sátvico, eleva as vendas das empresas de alimentos entre 25% e 50%, e ingredientes festivos como sabudana, makhana e kuttu sobem 2 a 3 vezes em volume e 15% a 35% em preço (FSIPL). (v) Diwali e Raksha Bandhan concentram picos de até 300% no consumo de doces e confeitos nas metrópoles, e em novembro de 2024 as importações indianas de óleo vegetal atingiram a máxima de quatro meses justamente por conta de Dussehra e Diwali (Business Standard).



Figura 3 – Janelas festivas (Pongal, Holi, Akshaya Tritiya, Navratri e Diwali) alteram o fluxo do consumo.
 Fonte: ChiniMandi/ISMA, FSIPL e Business Standard.

Açúcar e Etanol: o Ritual Encontra a Política Energética

Entre janeiro e setembro de 2025, o Brasil embarcou 2,2 milhões de toneladas de açúcar para a Índia, com crescimento de 72% em base anual (DatamarNews/Secex). O movimento decorre da combinação de monções fracas, da liberação pelo governo Modi (outubro/2025) da produção de etanol a partir de caldo, xarope e melaço sem limite quantitativo para 2025/26, e do atingimento da meta E20 cinco anos antes do prazo, confirmado oficialmente em julho de 2025 (Ethanol Producer Magazine). A Global Biofuel Alliance, lançada em 2023 com Brasil, Índia e Estados Unidos, institucionaliza o trânsito técnico de know-how brasileiro em flex-fuel, especificação de combustível e padrões de blendagem — fato relevante porque a especificação E20 indiana é mais restrita que a E25/E27 brasileira em octanagem, enxofre e olefinas. Para o exportador brasileiro, isso significa, no curto prazo, espaço aberto para açúcar VHP em janelas pré-Diwali e Pongal e, no médio prazo, posicionamento como parceiro tecnológico para destilarias e infraestrutura de blendagem.

Açúcar e Etanol: Quando o Ritual Encontra a Política Energética



Figura 4 – Açúcar e etanol: a oportunidade brasileira nasce do encontro entre a demanda ritualística
Fonte: DatamarNews/Secex e Ethanol Producer Magazine.

Algodão: Renascimento de um Corredor Inesperado

A Índia foi o comprador de algodão brasileiro que mais cresceu em 2024/25, com alta de 1.777% em volume sobre o ciclo anterior (Ecotextile News). As exportações brasileiras para o mercado indiano somaram US\$ 411,97 milhões em 2025 (Trading Economics), e em março de 2026 a Índia já respondia por 12% do total embarcado, com 41.387 toneladas no mês. A leitura cultural é decisiva: a temporada de casamentos de 2025 movimentou ₹6,5 lakh crore com 46 milhões de cerimônias, segundo a CAIT, alavancando a demanda por saris de algodão, tecidos Khadi e roupas festivas para Diwali. Em anos de safra interna baixa, o algodão brasileiro de fibra longa entra como ponte crítica para a indústria têxtil indiana cumprir contratos de exportação a Bangladesh e Vietnã.



Figura 5 – Algodão: o renascimento de um corredor impulsionado pela temporada de casamentos e festivais. Fonte: Ecotextile News, Trading Economics e CAIT.

Soja, Óleos Vegetais e Grãos: o Motor Invisível

Em 2024, o Brasil exportou 1,37 milhão de toneladas de óleo de soja, e a Índia absorveu 788 mil toneladas — 58% do total brasileiro (ABIOVE). A explicação é estrutural: o consumo per capita indiano de óleo comestível triplicou em 20 anos, passando de 8,2 kg em 2001 para 23,5 kg em 2025 (Business Standard). A matriz de consumo é composta por palma (37%), soja (20%), mostarda (14%) e girassol (13%), com a soja vinda majoritariamente da Argentina e do Brasil. As janelas Out–Nov (Diwali) e Mar–Abr (Holi/Akshaya Tritiya) representam os dois maiores picos do ano em volume contratado. A demanda sátvica para os jejuns de Navratri reforça a preferência por óleos vegetais neutros, perfil tecnicamente atendido pelo óleo de soja brasileiro de baixo teor erúxico.



Figura 6 – Óleo de soja: o motor invisível da dieta sátvica indiana — perfil neutro e baixo teor erúxico atendem precisamente ao jejum ritual.

Fonte: ABIOVE e Business Standard.

Governança, Geopolítica e Protocolos de Negociação

O Acordo Preferencial de Comércio Mercosul–Índia, vigente desde 2009, cobre cerca de 450 produtos, mas Brasília e Nova Delhi anunciaram em 2025 a intenção de ampliá-lo para 1.500 a 2.000 itens, com inclusão de barreiras tarifárias e não-tarifárias (Ministry of Commerce/Índia; Business Standard). No mesmo período, avançaram as tratativas sobre autorização sanitária para feijão guandu e acesso ao mercado de macadâmia. Atualmente, o Brasil ainda não obteve autorização sanitária para o feijão guandu, enquanto o mercado indiano encontra-se aberto para macadâmia e sementes destinadas a plantio; segue-se buscando esclarecimento junto às autoridades indianas quanto ao acesso para consumo. O Brasil também obteve redução tarifária para frango (Agência Gov).

Nas negociações, é prática frequente que a contraparte indiana sugira datas específicas para a assinatura formal de MOUs e contratos — não de forma arbitrária, mas com base no *muhurat* (hora auspiciosa) calculado pelo *panchang*, considerando o ascendente (*Lagna*), o *nakshatra* do dia e a posição de Júpiter. Segunda, quarta, quinta e sexta-feira são consideradas auspiciosas para inícios comerciais, e *Akshaya Tritiya* e *Dhanteras* (véspera de *Diwali*) são preferenciais para fechamento de grandes operações (*mpanchang*; *Hindutva*). Para o executivo brasileiro, aceitar a data auspiciosa proposta reduz fricções internas com contrapartes do setor privado e estreita laços em uma cultura na qual relacionamento (*sambandh*) e palavra empenhada (*vachan*) frequentemente precedem o contrato escrito. Essa recomendação é particularmente adequada para estratégias *business-to-business* e negociações privadas. Formalmente, o Governo da Índia opera dentro de um arcabouço constitucional secular e não governa oficialmente segundo critérios religiosos, embora a religião e a astrologia continuem a influenciar fortemente atores privados, conglomerados e processos decisórios comerciais.



Figura 7 – Funil relacional indiano combina *sambandh*, *vachan*, *muhurat* e PTA Mercosul-Índia.
Fonte: *Mpanchang* e Ministry of Commerce/Índia.

OPORTUNIDADES PARA O SETOR PRIVADO BRASILEIRO

Diante do cenário cultural-econômico mapeado, identificam-se oportunidades concretas de inserção para o setor privado brasileiro, alinhadas à expertise nacional e às demandas estruturais do mercado indiano. Destacam-se a sincronização logística com o calendário festivo, a oferta de produtos certificados para nichos religiosos e a internalização de protocolos culturais de negociação.

1 - Sincronização Logística com o Calendário Festivo

Recomenda-se que tradings e operadores logísticos brasileiros mantenham um "painel de risco festivo" indexado a datas móveis (Diwali, Holi, Akshaya Tritiya, Eid, Pongal, Navratri). Açúcar, óleo de soja e algodão experimentam, todos, elevação simultânea de demanda durante Diwali, Navratri e a temporada de casamentos indiana. Açúcar com destino a Diwali demanda booking até julho; óleo de soja para Navratri, até agosto; algodão para a temporada de casamentos, até setembro. A regra prática é tratar a sazonalidade indiana como função do calendário lunar — e não do calendário solar — sobretudo para destinos como Kandla, Mundra, JNPT e Chennai. Atrasos em janelas pré-festivas comprometem não somente um embarque, mas a alocação anual da safra junto ao importador.

2 - Certificações Sátvica, Jain-Friendly e Halal

Os segmentos de óleos, açúcar, soja e laticínios secos certificados como sátvicos, jain-friendly e halal pagam prêmio relevante e ainda são subexplorados pelo Brasil. A certificação jainista, por exemplo, exclui produtos derivados de raízes e exige rastreabilidade de processo — área em que o setor brasileiro tem competência reconhecida em soja não-OGM e óleos refinados. A certificação halal abre o mercado de frango e proteína vegetal para o segmento muçulmano (aproximadamente 14% da população), enquanto o selo sátvico atende ao consumo ritual hindu em períodos como Navratri e Ekadashi. Além dos consumidores muçulmanos, uma fatia expressiva da hotelaria e da restauração indiana abastece-se de frango, carneiro e demais carnes com certificação halal, o que torna a conformidade halal comercialmente relevante para além do consumo estritamente religioso. Recomenda-se a aproximação técnica com a APEDA e com agências certificadoras indianas para harmonização de padrões.

3 - Protocolo Cultural de Negociação e Posicionamento Estratégico

Empresas brasileiras devem internalizar três práticas: (i) flexibilidade para que a contraparte indiana proponha o muhurat para assinaturas formais — prática que reduz fricção decisória interna nas business houses; (ii) hospitalidade vegetariana em eventos B2B realizados no Brasil, com cardápios sátvicos e ausência de bebidas alcoólicas em pelo menos uma das refeições oficiais; (iii) respeito à hierarquia familiar nos grandes conglomerados (Adani, Birla, Bajaj, Ambani, Mahindra), com presença sênior em reuniões decisivas. Adicionalmente, recomenda-se usar o Mercosul-Índia PTA como ponto de partida, e não como teto: a expansão prevista para 1.500–2.000 produtos abre espaço para pleitear cortes em soja em grão, etanol industrial e algodão pluma, itens nos quais o Brasil é estruturalmente competitivo. Por fim, posicionar empresas brasileiras com expertise em flex-fuel e cogeração de bagaço como parceiras na Global Biofuel Alliance representa vantagem comparativa rara para co-investir em destilarias e infraestrutura E20 indiana.



Figura 8 – Parceiro técnico-cultural — a nova sofisticação exportadora exigida pelo mercado indiano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A relação agroexportadora Brasil-Índia já é uma operação bilionária, mas poderia ser melhor aproveitada caso o setor privado brasileiro reconhecesse as tradições, cerimônias e religiosidade indianas não apenas como folclore. Cada festival é um sinal de demanda mensurável; cada restrição religiosa é um filtro mercadológico quantificável; cada hora auspiciosa do panchang é uma janela contratual real. A "janela de oportunidade" brasileira é estreita: a Índia tem ampliado fornecedores alternativos para soja (Argentina, Paraguai), açúcar (Tailândia) e algodão (Estados Unidos, África Ocidental). A articulação de missões empresariais focadas em commodities festivas (açúcar, óleos, algodão) e em bioenergia, surgem como estratégia diferenciada para posicionar o Brasil não apenas como fornecedor de volume, mas como parceiro técnico e cultural preferencial da revolução agroenergética indiana.