

Um
mundo de
oportunidades

Volume 10
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

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

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

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

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

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.



CASTANHA-DO-BRASIL: O SUPERALIMENTO QUE PODE CONQUISTAR O MERCADO MEXICANO.

Data: 15/10/2025

Posto: Cidade do México/México

Palavras-chave: castanha-do-Pará, importação, comércio, oportunidade

Responsável: Adriane Reis Cruvinel

SUMÁRIO:

Com um consumo anual de 781 gramas per capita, o México é o quinto maior produtor mundial de noz-pecã e apresenta um mercado promissor para a diversificação das exportações brasileiras. Em 2024, o país importou 5.800 toneladas de castanhas e nozes, com o Vietnã dominando o fornecimento e o Brasil representando somente 1,5%, cenário que revela espaço estratégico para a castanha-do-Brasil, ainda pouco difundida localmente. Classificada como superfood e já reconhecida internacionalmente, a castanha brasileira tem alto potencial para inserção em redes premium mexicanas, como City Market, Chedraui e Soriana, onde há crescente demanda por produtos saudáveis e de origem diferenciada. Uma campanha de promoção comercial direcionada poderia posicionar o Brasil como novo fornecedor relevante nesse segmento em expansão.

No México, a maior produção e consumo de noz está relacionada com a noz-pecã. Com consumo anual per capita de 781g, o México produz 168 mil toneladas por ano, sendo o 5º produtor mundial desse produto.

Para a NCM 0801, o México importou no ano de 2024, 5.800 toneladas de castanhas e nozes, sendo aproximadamente 87,4% do Vietnã, 4,6% dos EUA, 3,1% das Filipinas, 1,8% do Sri Lanka e somente 1,5% do Brasil.

Pensando em diversificação nas exportações dos produtos brasileiros, o México pode ser um bom destino, particularmente pelo hábito de consumo de castanhas e nozes e pelo fato de a castanha do Brasil ainda não ser um produto muito consumido.

Considerando que os EUA foi o principal destino da castanha-do Brasil sem casca, e a similaridade de consumo de produtos entre os dois países, um trabalho de promoção comercial desse produto em redes de supermercado mexicanas, caracterizadas por produtos premium, que comercializam produtos específicos de diferentes países. Produtos assim são comercializados em redes de supermercados como La Comer (City Market), Chedraui e Soriana.

Particularmente para a castanha-do Brasil, não seria considerado um produto de nicho como “mercado da saúde”, por tratar-se de produto enquadrado como superfood. Tal característica possibilita o engajamento do produto para um público crescente em vários países, movimento que também é verificado no México.

Apesar do mercado aberto desde 2014 para a castanha-do-Brasil, não há comércio direto com o México. Quando a castanha-do-Brasil é encontrada, como em lojas de produtos naturais ou em “mix de nuts”, os produtos são geralmente originários dos EUA. Nesse sentido, considerando que a castanha-do Brasil já é um produto conhecido em várias partes do mundo, uma atividade de promoção comercial específica pode ser bem-sucedida, como ocorrido para vários outros produtos brasileiros no mercado mexicano.