

Um
mundo de
oportunidades

Volume 4
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

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:

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jennyra Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Marcel Moreira

Filipe Guerra

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Panilla

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.



Sumário

07	ÁFRICA DO SUL	90	COREIA DO SUL
17	ANGOLA	97	COSTA RICA
23	ARÁBIA SAUDITA	102	EGITO
29	ARGÉLIA	111	EMIRADOS ÁRABES UNIDOS
36	ARGENTINA	116	ESTADOS UNIDOS
39	AUSTRÁLIA	122	FILIPINAS
48	BANGLADESH	133	ÍNDIA
55	CHILE	144	INDONÉSIA
58	CHILE	154	IRÃ
64	CHINA	159	ITÁLIA - FAO
83	COLÔMBIA		

Sumário

163	JAPÃO
169	MARROCOS
175	MÉXICO
178	NIGÉRIA
184	PERU
188	REINO UNIDO
194	RÚSSIA
198	SINGAPURA
202	TAILÂNDIA
216	TURQUIA
221	UNIÃO EUROPÉIA - UE





ANÁLISE DO MERCADO DE BEBIDAS ALCOÓLICAS NA ÁFRICA DO SUL

Data: 15/04/2025

Posto: Pretória/África do Sul

Palavras-chave: bebidas; cerveja; cachaça; mercados

Responsável: Carlos Vitor Müller

SUMÁRIO:

O mercado sul-africano de bebidas alcoólicas, avaliado em USD 7,4 bilhões em 2024, apresenta um perfil de consumo similar ao de países desenvolvidos. Após um período de retração durante a pandemia, o setor demonstra crescimento desde 2022, impulsionado pela preferência por bebidas fermentadas, ascensão de produtos premium e o notável aumento de bebidas mistas prontas para consumo. Cervejas e cidras lideram as vendas (55%), seguidas por destilados (18%) e vinhos (16%). O país é um relevante produtor e exportador de vinhos e brandy (exportações totais de USD 1,53 bilhão em 2024), enquanto as importações (USD 677,3 milhões em 2023) são lideradas por destilados, com destaque para whisky e conhaque, principalmente da Europa, beneficiados por acordos tarifários. O varejo opera sob restrições legais, com "liquor stores" especializadas dominadas por grandes redes. Exportadores enfrentam procedimentos de licenciamento e regulamentações específicas, incluindo impostos sobre o volume e teor alcoólico, com recentes aumentos na "excise duty".

CONTEXTO

A África do Sul possui um relevante mercado para bebidas alcoólicas, avaliado em cerca de USD 7,4 bilhões em 2024. Após períodos de queda no consumo e vendas entre 2020 e 2021, devido à proibição momentânea de venda de bebidas alcoólicas durante a pandemia de Covid-19, desde 2022 o setor tem demonstrado crescimento constante e boas perspectivas futuras.

O país possui perfil de consumo de bebidas próximo ao de países desenvolvidos, com consumo per capita superior a 7 litros de álcool por habitante por ano, valor bastante próximo ao Brasil (7,7 L) e a Itália (6.9 L) por exemplo. A cervejas e cidras são contabilizadas de forma conjunta e representam a maior fatia de vendas, com 55% do mercado, bebidas destiladas tem 18%, vinhos tem 16%, bebidas mistas 10%.

A preferência por bebidas fermentadas é uma tendência que vem sendo observada na última década com uma migração do consumo de Brandy e Whisky para bebidas de menor teor alcoólico por volume. Além disso no período o mercado observou o aumento do segmento de bebidas "premium" e de nicho, com a ampliação da oferta de cervejas artesanais e importadas no mercado local.

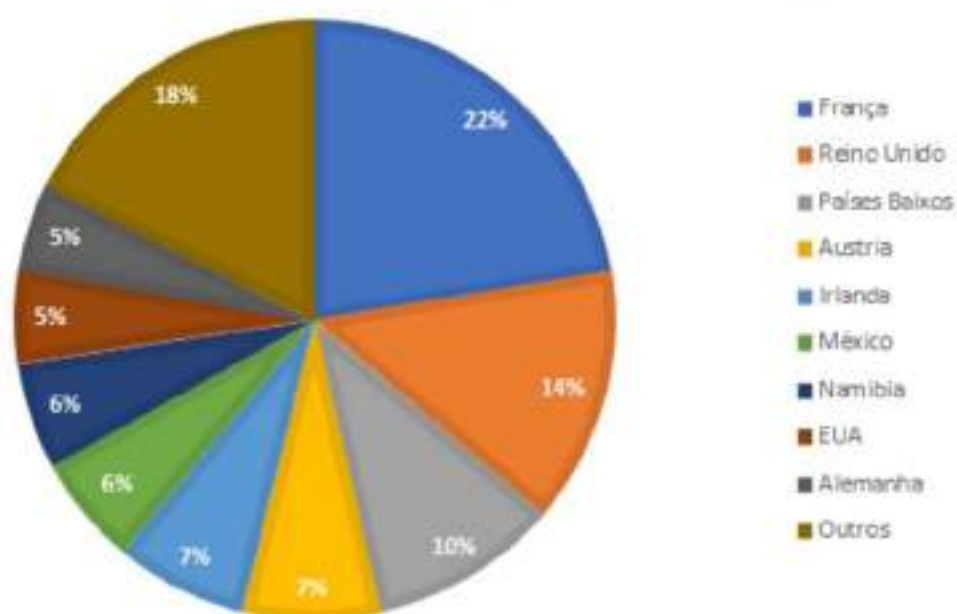
Outra tendência de consumo recente é o crescente interesse por bebidas alcoólicas mistas prontas para consumo, impulsionado principalmente pela demanda dos consumidores mais jovens. Produtos como vodka sodas, gin e tônica enlatados e coolers estão ganhando popularidade, devido à sua conveniência e teor alcoólico moderado. Esse segmento vem registrando um crescimento anual de cerca de 18% desde 2021, segundo dados da Euromonitor, superando o desempenho de categorias tradicionais como cervejas e destilados.

O país possui um notável setor vitivinícola, que cresceu voltado à produção e exportação de Brandy mas diversificou-se e se encontra entre os principais fornecedores de vinhos do mundo. O país produziu 775 milhões de litros de vinho em 2024, dos quais 306 milhões de litros foram exportados. O Brandy é um componente importante desta indústria, com produção anual estimada entre 30 e 40 milhões de litros em 2024. O país destaca-se, ainda, na produção de cervejas, sidras e licores destinadas ao mercado local e às exportações. As exportações somadas de bebidas da África do Sul somaram USD 1,53 bilhão em 2024.

IMPORTAÇÕES

O país importou em 2023 cerca de USD 677,3 milhões em bebidas, tendo a França como a principal origem das importações com 22% de participação no mercado local. Reino Unido e Países Baixos, com 14 e 10% de participação, respectivamente, também tem presença destacada no mercado local. Esta maior presença de produtos europeus no mercado local é primariamente decorrente da grande penetração de mercados que estes produtos possuem por sua notoriedade mundial, muitos sendo denominações reconhecidas e protegidas como o Whisky ou o Conhaque. Além destes fatores, estas bebidas se beneficiam de preferências tarifárias concedidas pelos acordos celebrados entre a União Aduaneira do Sul da África SACU e a União Europeia, Reino Unido e EFTA, os quais isentam cervejas, bebidas destiladas, licores e vinhos de tarifas de importação.

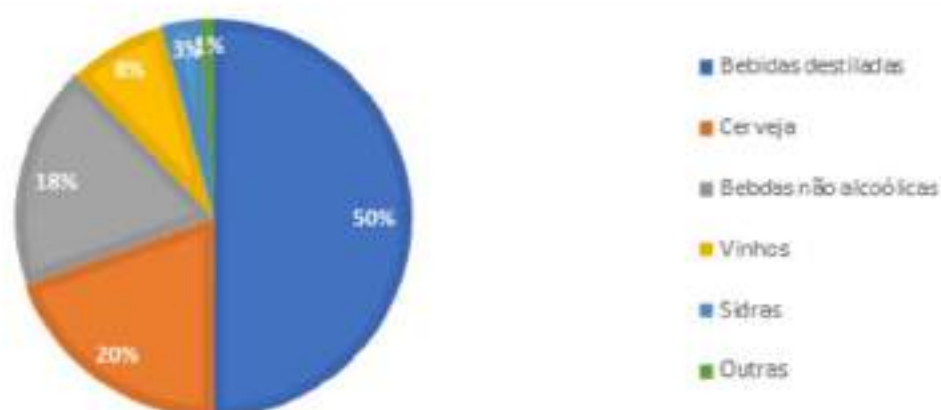
Gráfico 1: Origem das importações de bebidas da África do Sul em 2024, em valor.



Fonte: UN ItradeMap.

Dentre as categorias de bebidas, as destiladas lideram as importações, com um valor de USD 338,7 milhões em 2023. A cerveja ocupa o segundo lugar, com USD 132,1 milhões importados. As bebidas não alcoólicas totalizaram USD 123,5 milhões em importações.

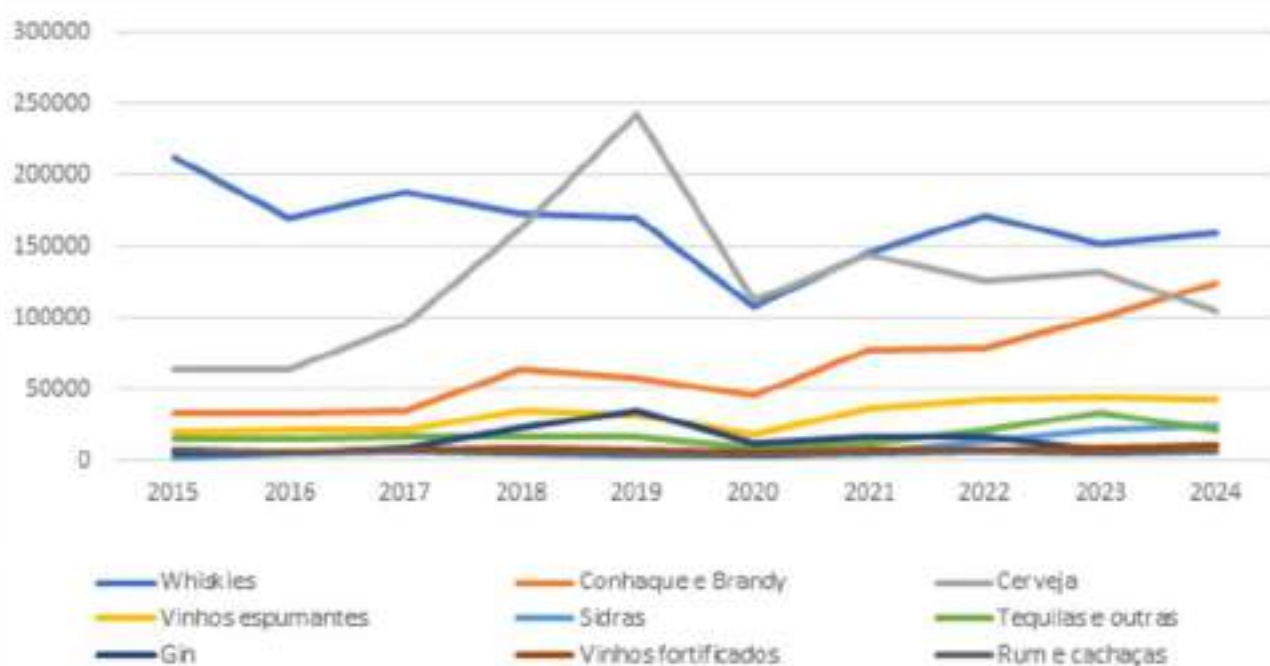
Gráfico 2: Categorias de bebidas importadas pela África do Sul em 2024, em valor.



Fonte: UN TradeMap.

As principais bebidas destiladas importadas pela África do Sul são Whiskys, com 45% desta fatia de mercado, e Conhaques e Brandy, com 30%. Estes produtos são majoritariamente oriundos da França, Reino Unido e Irlanda. Dentre as origens das bebidas destiladas também se destacam o México e a Alemanha, que fornecem principalmente Tequila e licores de ervas.

Gráfico 3: Variação das importações de bebidas por categoria, em milhares de USD.

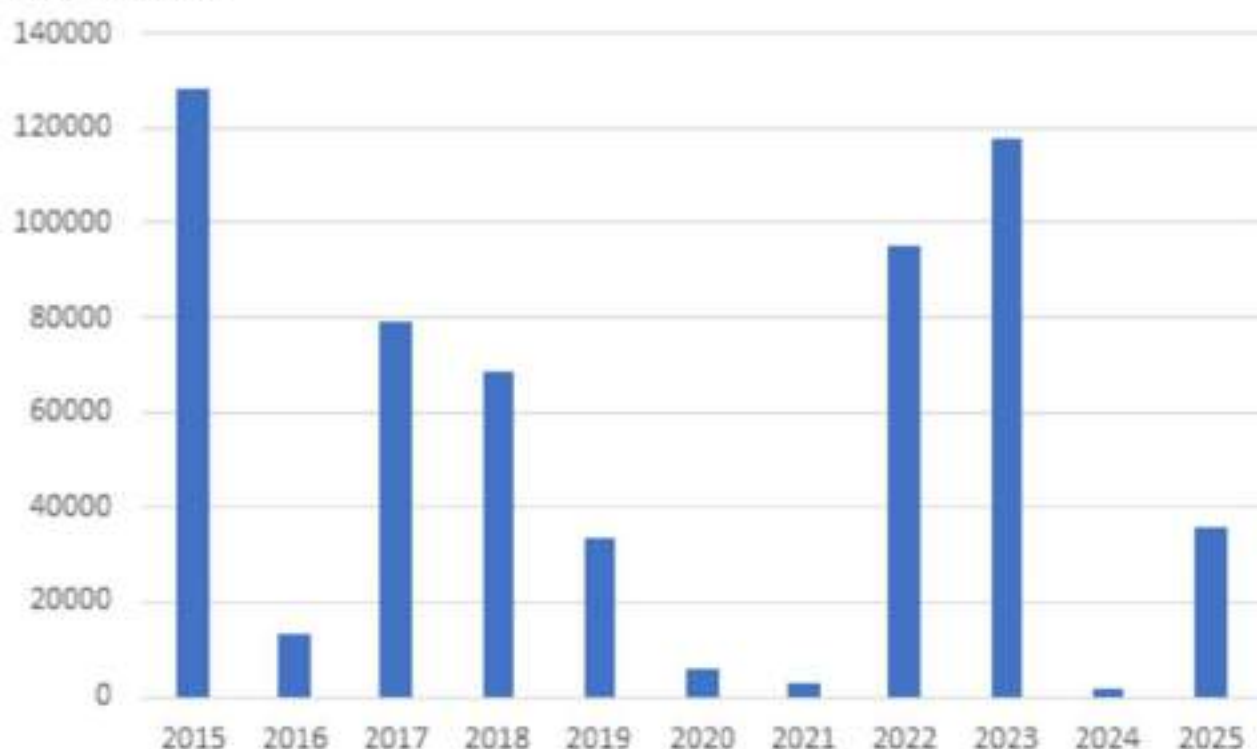


Fonte: UN TradeMap.

Nos últimos 10 anos nota-se um expressivo crescimento das importações de Conhaques pela África do Sul, crescendo 272% no período. Produtos de alto valor agregado compõem esta categoria de produtos, demonstrando o potencial do mercado sul-africano em absorver produtos "premium". Este crescimento é ainda mais notável se comparado ao valor total das bebidas importadas, que cresceu 43% nesta década. As importações de Gin e Sidras também apresentaram crescimento notável no período, 140% e 450%, respectivamente. As únicas categorias de bebidas que tiveram redução no volume importado foram os Whiskies e o Rum, incluindo a cachaça, com redução de importações em torno de 25%.

As exportações de bebidas do Brasil para a África do Sul estão concentradas em cachaça. Os volumes de exportação têm variado significativamente ao longo da última década, como evidenciado no gráfico 4.

Gráfico 4: Evolução das exportações de cachaça para África do Sul, em USD, valores de 2015 até março.



Fonte: Comexstat, MDIC.

Em seus melhores anos, as exportações de cachaça do Brasil atingem valores entre 100 e 120 mil dólares, bastante abaixo da importação total de bebidas assemelhadas como o Rum, que atinge USD 4,5 milhões ou a Tequila, cujas importações somaram USD 30,7 milhões em 2023.

A cachaça não é facilmente encontrada nas lojas de bebidas do país. Apesar da relativa popularidade da caipirinha, coquetel baseado nesta bebida, oferecido normalmente em restaurantes de culinária portuguesa, a bebida é pouco conhecida. Na maioria das situações estas caipirinhas acabam sendo elaboradas com Rum.

TARIFAS DE IMPORTAÇÃO

De modo geral, as principais vantagens tarifárias concedidas a produtos importados são realizadas no âmbito do acordo da SACU/EPA, que concede preferências a algumas bebidas oriundas da Europa e das importações oriundas de países membros da Southern African Customs Union (SACU), com destaque para as exportações de cerveja da Namíbia. O acordo Mercosul/SACU de preferências tarifárias concede uma margem preferencial de 50% às cachaças sobre a tarifa geral de importação. Estas tarifas podem ser sumarizadas como segue:

Tabela 1: tarifas de importação a bebidas importadas na África do Sul.

Posição	Descrição do Produto	Tarifa Mercosul (%)	Tarifa Geral
2203	Cerveja	5%	5%
2202.91	Cerveja sem álcool	21%	21%
2204	Vinhos de uva (tranquilos, ≤2L)	25%	25%
2205	Vinhos espumantes	25%	25%
2206	Outras bebidas fermentadas	25%	25%
2208	Bebidas destiladas (whisky, vodka, gin)	0.05 USD/L	0.07 USD/L
2208.40	Cachaça e aguardentes	0.05 USD/L	0.07 USD/L

Fonte: South Africa Revenue Services.

A África do Sul aplica, ainda, um imposto específico (excise duty) sobre bebidas alcoólicas, calculado com base no volume para vinhos, e no teor alcoólico (LAA - Litro de Álcool Absoluto) para cervejas, destilados e bebidas alcoólicas mistas. Este imposto é um componente significativo do preço final ao consumidor e tem sido periodicamente ajustado pelo governo.

Tabela 2: Alíquotas Vigentes em 2024

Categoria	Taxa (ZAR)	Equivalente em USD*
Cervejas	R 127.4/LAA	US\$ 6.55/LAA
Vinhos tranquilos	R 5.20/L	US\$ 0.28/L
Espumantes	R 16.64/L	US\$ 0.66/L
Sidras	R 127.40/LAA	US\$ 6.55/LAA
Destilados	R 257.23/LAA	US\$ 11.92/LAA

Fonte: South Africa Revenue Services.

Em março de 2025, o governo sul-africano implementou um aumento de 6,75% na excise duty, seguindo sua política de ajuste anual vinculado à inflação. Com este aumento é esperado que consumidores tendam a migrar para opções mais acessíveis, enquanto o setor "premium" pode se beneficiar da busca por produtos de maior valor, uma vez que a taxa passa ser menos relevante em produtos de maior valor nominal.

REDES VAREJISTAS

O mercado varejista de bebidas alcoólicas na África do Sul opera sob regramento estabelecido pelo National Liquor Act de 2003, legislação que impõe significativas restrições à comercialização desses produtos. Esta estrutura legal foi criada para equilibrar o acesso ao álcool com preocupações de saúde pública e ordem social, resultando em um modelo de distribuição bastante peculiar que segmenta o mercado.

A legislação estabelece uma clara separação entre alimentos e bebidas alcoólicas, proibindo expressamente a venda de cervejas, licores e bebidas destiladas em supermercados e estabelecimentos que comercializem alimentos. A única exceção notável são os vinhos, que devido ao seu status cultural e histórico no país, podem ser encontrados em seções destas lojas. Essa distinção legal levou ao desenvolvimento de um modelo baseado em liquor stores especializadas, que se tornaram os únicos pontos autorizados para venda da maioria das bebidas alcoólicas.

Curiosamente, embora fisicamente separadas, muitas dessas liquor stores são controladas pelas próprias redes varejistas e são adjacentes aos supermercados. Os estabelecimentos devem obedecer a horários limitados de funcionamento, incluindo proibições de vendas após 18h em dias úteis e aos domingos em algumas províncias, manter distância mínima de escolas e instituições religiosas, e evitar descontos agressivos que possam ser interpretados como promoção ao consumo excessivo. Esse modelo regulatório criou um cenário de mercado relativamente concentrado, onde cerca de 60% das liquor stores pertencem a apenas cinco grandes redes. As barreiras à entrada são significativas, com custos de licenciamento que podem chegar a aproximadamente USD 27.800.

Estas lojas costumam ter grande variedade de bebidas, com composição de produtos à venda bastante influenciada pela localização e potencial aquisitivo local.

As principais redes de liquor stores são:

- Makro Liquor, que pertence à Massmart (subsidiária da Walmart), oferecendo uma grande variedade de vinhos, destilados, cervejas e bebidas importadas, operando dentro das lojas Makro (atacadista);
- Pick n Pay Liquor, presente nas lojas Pick n Pay (uma das maiores redes de supermercados do país), vendendo desde vinhos sul-africanos até bebidas premium;
- Checkers LiquorShop, parte do grupo Shoprite (uma das maiores redes de varejo da África do Sul), que inclui também as lojas OK Liquor;
- Spar Tops, presente nas lojas SPAR (rede de supermercados independentes), conhecida por sua seleção de vinhos e bebidas espirituosas;

As principais redes de liquor stores são:

- Woolworths WCellar, parte da rede Woolworths (varejo premium), com foco em vinhos de qualidade, cervejas artesanais e bebidas importadas;
- LiquorCity, uma das maiores redes independentes de liquor stores, amplamente distribuída em centros comerciais e áreas urbanas;
- Ultra Liquors, popular na província de Gauteng e outras regiões, conhecida por promoções e variedade de produtos mais acessíveis;
- Norman Goodfellows, especializada em vinhos e bebidas premium, presente em Joanesburgo e Cape Town.

REGULAMENTOS E PROCEDIMENTOS PARA EXPORTAR

Para importar bebidas a empresa sediada na África do Sul deve solicitar uma licença junto à Liquor Board e registros junto a SARS e ao DALRRD. Após obter estas licenças o importador deve acessar o sistema Wine online, disponível em : <https://www.dawineonline.co.za/> e solicitar registro nesta plataforma, onde serão encaminhadas informações para obtenção do certificado de importação. Este certificado é solicitado uma única vez e pode ser utilizado para importações futuras, desde que a composição, conteúdo, tamanho da garrafa e rótulo do produto permaneçam inalterados. Previamente à importação uma amostra do produto deve ser enviada ao Departamento de Agricultura do país para avaliação da embalagem e rótulo e análises físico-químicas do produto.

A legislação aplicada à produção, padronização e regulamentação de bebidas na África do Sul é regida por duas Leis, com atribuições regulamentares distribuídas entre os Departamentos do Comércio e Indústria (DTIC), Saúde (DOH) e da Agricultura (DALRRD).

O liquor Act, 59 de 2003 Regulamenta a fabricação, venda e consumo de bebidas alcoólicas, com disposições sobre licenciamento de estabelecimento, restrições de venda e regras para publicidade pode ser acessado em:

https://www.thedtic.gov.za/wp-content/uploads/nla_act2003.pdf

e seus regulamentos em

https://www.thedtic.gov.za/wp-content/uploads/nla_regulations.pdf

O Foodstuffs Cosmetics and Disinfectants Act 54 de 1972, que define requisitos para composição, rotulagem e segurança de bebidas (incluindo não alcoólicas), pode ser acessado em

https://www.gov.za/sites/default/files/gcis_document/201504/act-54-1972.pdf

e seus regulamentos em

<https://www.health.gov.za/wp-content/uploads/2023/05/R3337-Draft-Labeling-Regulations-21-April-2023-sc.pdf>

Oportunidades

O mercado sul-africano apresenta potencial latente para as exportações de cachaça, tomando o espaço do Rum e aproveitando o consumo já existente e razoável conhecimento e popularidade de coquetéis elaborados com esta bebida.

Para capitalizar essa oportunidade é crucial investir na promoção da imagem autêntica da cachaça, destacando sua versatilidade, variedades (como branca e envelhecida) e potencial para a coquetelaria "premium". Educar consumidores, bartenders e formadores de opinião sobre as nuances da cachaça e suas aplicações pode desmistificar a bebida e estimular a demanda.

A exploração do crescente mercado de bebidas alcoólicas mistas prontas para consumo também se apresenta como uma alternativa para o mercado externo de bebidas alcoólicas do Brasil. Embora o país não seja um grande exportador dessa categoria, a crescente popularidade de produtos como vodka, sodas e gin tônica enlatadas entre os consumidores mais jovens sul-africanos sinaliza um potencial significativo para a introdução de coquetéis prontos para beber. Nesta categoria, a própria cachaça poderia se beneficiar. Contudo, o foco dos exportadores pode ser mais amplo, explorando demais bebidas.



ANGOLA - SUCO DE FRUTAS ESTAMOS PERDENDO MERCADO?

Data: 15/04/2025

Posto: Luanda/Angola

Palavras-chave: suco; frutas

Responsável: José Guilherme Tollstadius Leal

SUMÁRIO:

Angola avança na produção interna de sucos de frutas e outras bebidas, mas ainda apresenta mercado para produtos importados na ordem de US\$ 4,25 milhões por ano. Os produtos do Brasil se apresentam competitivos e podem ocupar maior espaço do que se verifica atualmente.

INTRODUÇÃO

Sucos de frutas e refrescos são produtos que fazem parte do hábito de consumo em Angola. Apesar da preferência por sucos feitos nas residências ou em restaurantes a partir de fruta fresca, os produtos prontos também têm espaço no mercado angolano.

O país importou, no ano de 2024, US\$ 4,25 milhões em sucos (código 20.09 do Sistema Harmonizado).

Com incentivo do Governo de Angola, a indústria de bebidas vem crescendo e ocupando o espaço dos produtos importados prontos para consumo.

Angola vem aumentando a produção de frutas, sendo que a indústria local de bebidas já conta com alguma oferta interna de manga, abacaxi e maracujá.

DESENVOLVIMENTO

Angola importou 4.496 toneladas de sucos no ano de 2024, ao valor de US\$ 4,25 milhões. Suco de frutas vermelhas, mistura de sucos, outros e suco de laranja foram os grupos com maior quantidade importada, conforme dados da Administração Geral Tributária (AGT), compilados na tabela 1:

grupo	quantidade (ton)	valor (US\$)
Laranja	681	1.143.300,54
Outros frutas cítricas	643	108.372,67
Abacaxi	189	354.472,75
Uva	167	178.408,43
Maçã	193	198.042,20
Frutas vermelhas, mistura de sucos, outros	2563	2.263.202,27

O grupo suco de frutas vermelhas, mistura de sucos, outros (códigos 2009.81.00, 2009.89.00 e 2009.90.00) foi responsável por 57% da quantidade e por 53% do valor importado (CIF) em 2024. O grupo suco de laranja (códigos 2009.11.00, 2009.12.00 e 2009.19.00) correspondeu a 27% do valor e 15% da quantidade importada.

O gráfico 1 demonstra a participação dos principais países fornecedores de sucos para Angola em 2024, considerando os valores importados. Verifica-se liderança de Portugal, seguido da África do Sul e Brasil.



O Brasil forneceu 706 toneladas de sucos, ao valor de US\$ 499 mil, no ano de 2024, com participação de 15,7% na quantidade importada por Angola e 12% no valor.

As exportações brasileiras também se concentraram nos grupos suco de frutas vermelhas, mistura de sucos, outros (códigos 2009.81.00, 2009.89.00 e 2009.90.00) e suco de laranja (códigos 2009.11.00, 2009.12.00 e 2009.19.00) – gráfico 2.



Os produtos do Brasil apresentaram o segundo menor preço médio CIF por tonelada de suco, US\$ 707,72, dentre os principais países fornecedores. O Vietnã apresentou preço médio mais baixo que o dos produtos brasileiros. Portugal, principal exportador de sucos para Angola, teve valor médio CIF de US\$ 1.959,91 por tonelada.

Verificando o valor médio por grupo, os produtos brasileiros se apresentam muito competitivos nos grupos suco de laranja, suco de maçã e sucos de frutas vermelhas, mistura de sucos, outros – tabela 2.

grupo	valor médio Brasil - US\$/ton	valor médio geral - US\$/ton
Laranja	714,21	1.679,14
Outros frutas cítricas	457,28	168,47
Abacaxi		1.871,43
Uva	1.730,82	1.069,77
Maçã	478,95	1.026,86
Frutas vermelhas, mistura de sucos, outros	754,68	882,86

Tabela 2 – Comparação entre do valor médio dos sucos oriundos do Brasil e o valor médio geral importado por Angola - 2024.

A indústria de bebidas em Angola, assim como todo o setor da indústria de alimentos, tem contato com apoio do governo local para aumentar a produção interna e reduzir as importações.

Atualmente, Angola conta com 3 grupos empresariais que se destacam na produção de cervejas, refrigerantes, sucos e bebidas energéticas, além de pequenas fábricas de polpa e suco de frutas.

O crescimento da produção local de bebidas, incluindo os sucos, tem impactado os produtos importados, com indicação de tendência de queda na quantidade importada, conforme o gráfico 2 a seguir:

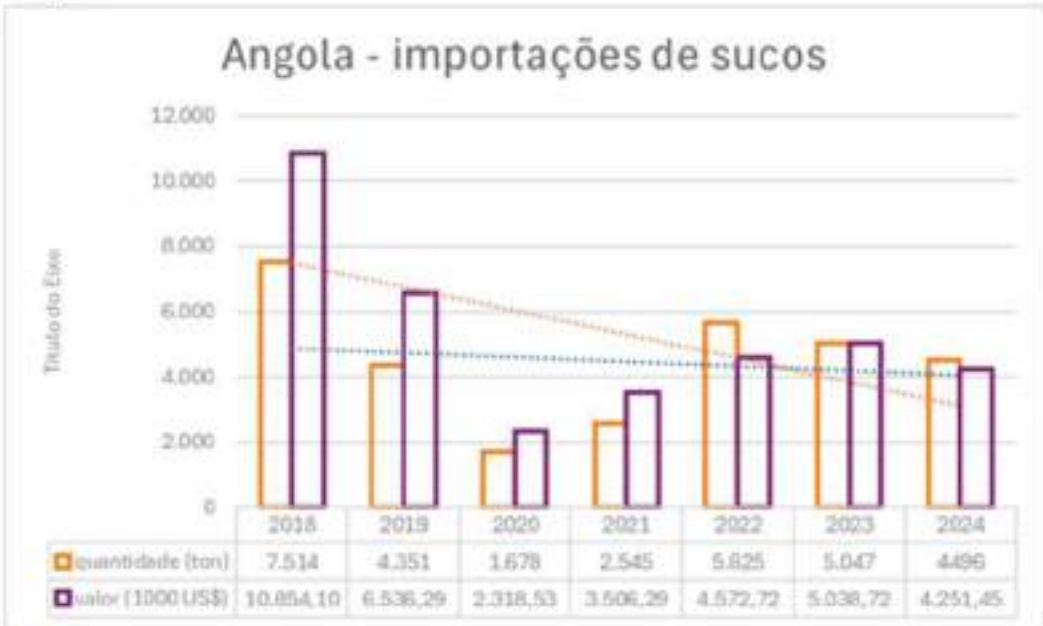


Tabela 2 – Comparação entre do valor médio dos sucos oriundos do Brasil e o valor médio geral importado por Angola - 2024.

O mercado angolano para sucos importados era de US\$ 10,8 milhões em 2018 e foi reduzido para US\$ 4,25 milhões em 2024. Mesmo desconsiderando os anos de 2020 e 2021, afetados pela pandemia da COVID 19, existe tendência de redução das importações, que pode ser explicada pelo aumento da produção interna de sucos, associada à escassez de moeda forte (Dólar) no mercado financeiro do país, que tem dificultado as operações de importação.

O mercado de Angola está aberto para os sucos brasileiros. A mesma rotulagem utilizada no Brasil é aceita em Angola.

O Direito de Importação (tarifa de importação) para sucos é de 50%, conforme definido na pauta aduaneira, que foi atualizada pelo Decreto Legislativo Presidencial nº 1/24. A única exceção é o mostro de uva (código 2009.61.90) que não é tarifado.

Para a entrada do produto no país, poderão ser solicitadas análises microbiológicas (Aeróbios Mesófilos, Bolores, Leveduras, Salmonella e Coliformes termotolerantes) e para contaminantes inorgânicos, segundo o Anexo V do Decreto Presidencial nº 179/18. A empresa importadora fica responsável por providenciar a colheita das amostras e pelo envio aos laboratórios. Os resultados das análises poderão ser solicitados pelos órgãos responsáveis pela inspeção sanitária de alimentos.

CONCLUSÃO

Apesar da tendência de redução das importações de sucos prontos para o consumo, os produtos do Brasil apresentam preços competitivos e podem concorrer com os principais fornecedores de produtos importados, aumentando a participação do suco brasileiro no mercado angolano.

Para uma visão de médio/longo prazo, o fornecimento de matéria-prima (sucos congelados/concentrados/xaropes) para a indústria de sucos e refrigerantes de Angola pode ser um caminho para aumentar e consolidar a participação dos produtos brasileiros.

لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ مُحَمَّدٌ رَسُوْلُهُ



O MERCADO DE ARROZ NA ARÁBIA SAUDITA E A PARTICIPAÇÃO BRASILEIRA COM POTENCIAL DE CRESCIMENTO

Data: 14/04/2025

Posto: RIADE/ARÁBIA SAUDITA

Palavras-chave: arroz; Brasil; potencial; mercado saudita.

Responsável: Adriano Perrelli Pestana de Castro

SUMÁRIO:

Em 2024, a Arábia Saudita importou cerca de USD 2 bilhões em arroz, com um crescimento contínuo nas importações desde 2021. O Brasil ocupou a sétima posição entre os exportadores, com apenas 0,5% do mercado saudita, enquanto a Índia lidera com 77% das exportações, seguida pelo Paquistão (8%), EUA (6%) e Austrália (3%). O arroz basmati, proveniente da Índia e Paquistão, é o mais consumido na Arábia Saudita, apreciado por seu aroma e textura. O Brasil exportou aproximadamente USD 6 milhões de arroz para a Arábia Saudita em 2024, predominantemente em arroz parboilizado e de grão longo. Os EUA também exportam arroz de grão longo, especialmente o tipo 1 e parboilizado. Com as tarifas americanas, o arroz brasileiro pode se tornar uma alternativa viável para o mercado saudita, em caso de busca por diversificação. Apesar da preferência pelo arroz indiano, há oportunidades para aumentar a participação do arroz brasileiro, especialmente por meio de ações promocionais e participação em feiras no país.

IMPORTAÇÕES

A Arábia Saudita importou valores próximos de USD 2 bilhões em arroz no comércio internacional em 2024, conforme os últimos dados divulgados no sistema ITC trademap. As importações sauditas de arroz apresentam um crescimento contínuo, em valores, desde 2021 no comércio internacional (Tabela 1).

Exporters	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023	Imported value in 2024
World	1404237	1094953	1387972	1677653	2003614
India	1103952	840397	1040583	1298905	1506641
Pakistan	106841	90184	130894	141558	224794
United States of America	120866	96904	101441	100124	137291
Australia	4845	12106	47674	52975	54582
Viet Nam	21471	18043	26720	21239	29986
Thailand	24484	16531	16937	22994	24173
Cambodia	2283	4189	6887	6454	7226
Brazil	5517	3513	5774	6551	5675
China	1666	1555	3114	2983	3166
Portugal	1973	1365	3309	4095	2693
Bangladesh	5372	5135	4447	4670	1824

Tabela 1. Importações da Arábia Saudita de arroz, em valores (mil USD), de 2020 a 2024 (Fonte: ITC trademap).

No ano de 2023, o Brasil ocupou a sétima posição, com participação de 0.5% nas exportações de arroz ao Reino, em termos de valores. Nota-se que a Índia é o principal exportador de arroz ao mercado saudita com participação de 77% (US\$ 1.2 bilhões), seguida pelo Paquistão (8%), EUA (6%) e Austrália (3%) – Tabela 2.

Exporters	Select your indicators	
	Value imported in 2023 (USD thousand)	Share in Saudi Arabia's imports (%)
World	1677653	100
India	1298905	77.4
Pakistan	141558	8.4
United States of America	100124	6
Australia	52975	3.2
Thailand	22994	1.4
Viet Nam	21239	1.3
Brazil	6551	0.4
Cambodia	6454	0.4

Observa-se que o mercado saudita é bastante dependente do arroz indiano, sendo o arroz basmati aromático, fornecido por Índia e Paquistão, o mais popular e preferencial de consumo entre a população saudita (Imagem 1). As variedades americanas de arroz Calrose, de grãos longos e parboilizados são, em geral, os tipos de arroz fornecidos pelos demais países exportadores ao Reino, como os EUA, Austrália, países sul asiáticos e o Brasil (Imagem 2).

Prospects for diversification of suppliers for a product imported by Saudi Arabia in 2023
Product : 1006 Rice

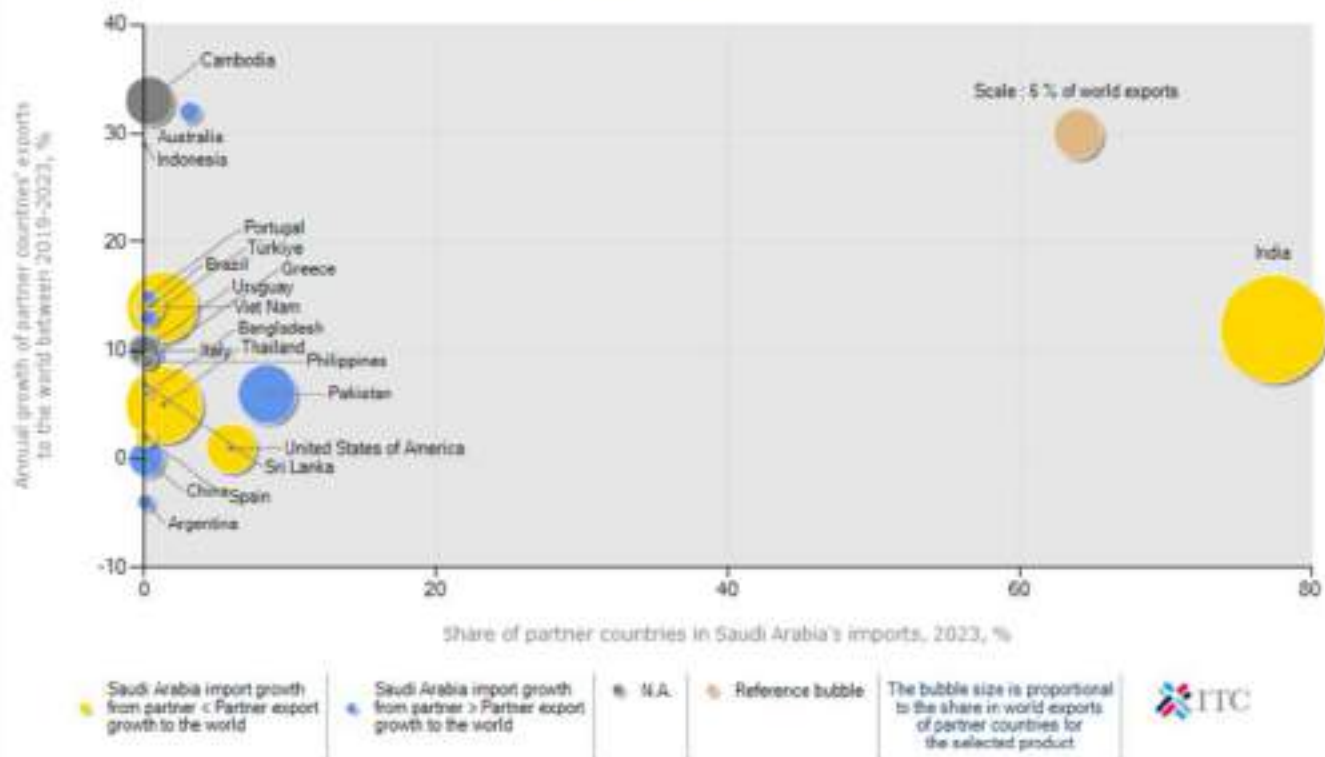
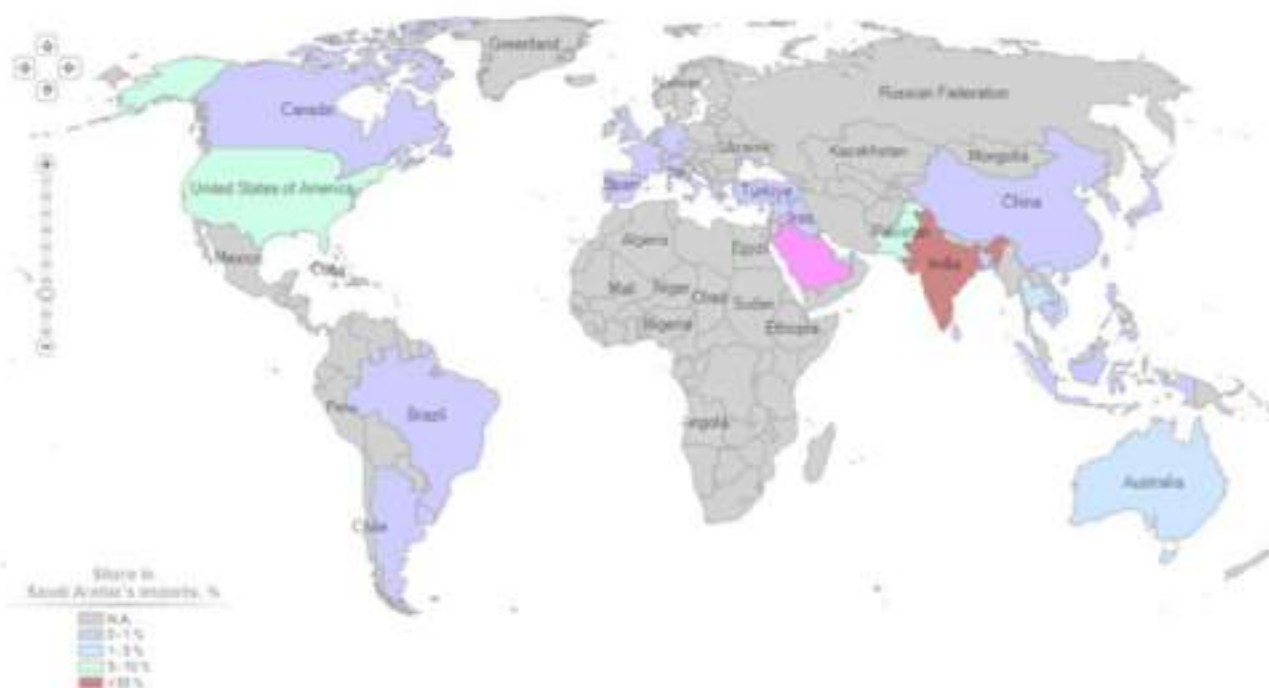


Imagem 1. Perspectivas de diversificação de fornecedores de arroz importado pela Arábia Saudita, 2023 (Fonte: ITC trademap).

List of supplying markets for a product imported by Saudi Arabia in 2023
Product : 1006 Rice



Sources: ITC calculations based on [Central Intelligence of Statistics & Information](#) statistics.

Imagem 2. Lista de mercados fornecedores de arroz importado pela Arábia Saudita, 2023 (Fonte: ITC trademap).

PARTICIPAÇÃO BRASILEIRA

O Brasil configura entre os exportadores de arroz ao Reino da Arábia Saudita, porém, em valores ainda não significativos no comércio internacional. Em 2024, o Brasil exportou, aproximadamente, US\$ 6 milhões em valores de arroz ao mercado saudita (Aprox. 12 mil toneladas) - Tabela 3.

Produto	Ano Bloco/País	2023		2024	
		Valor(US\$)	Peso(Kg)	Valor(US\$)	Peso(Kg)
Totais		4,794,228	7,288,945	5,864,133	7,448,930
(3º Nível) ARROZ (PAÍS) - ARABIA S		4,794,228	7,288,945	5,864,133	7,448,930

Tabela 3. Exportações brasileiras de arroz à Arábia Saudita no comércio internacional, em valores (US\$) e quantidades (Kg) – 2023 e 2024 (Fonte: Agrostat).

De acordo com os dados no Sistema Agrostat, o Brasil exportou arroz ao Reino, em valores, US\$ 5,8 milhões em 2024 ante US\$ 4,7 milhões em 2023. Dessa forma, uma variação positiva de 22% (Dados Agrostat).

Quanto à exportação, o Brasil exporta principalmente arroz em grão, e o arroz parboilizado é uma das formas mais comuns de exportação, especialmente para mercados que valorizam essa variedade, como o Oriente Médio e a África.

CONSUMO

O arroz é um alimento básico na Arábia Saudita e a maioria dos sauditas o inclui como parte importante de sua dieta diária. Além disso, a maior parte dos 13 milhões de estrangeiros que vivem na Arábia Saudita (indianos e de outros países asiáticos) também são grandes consumidores de arroz.

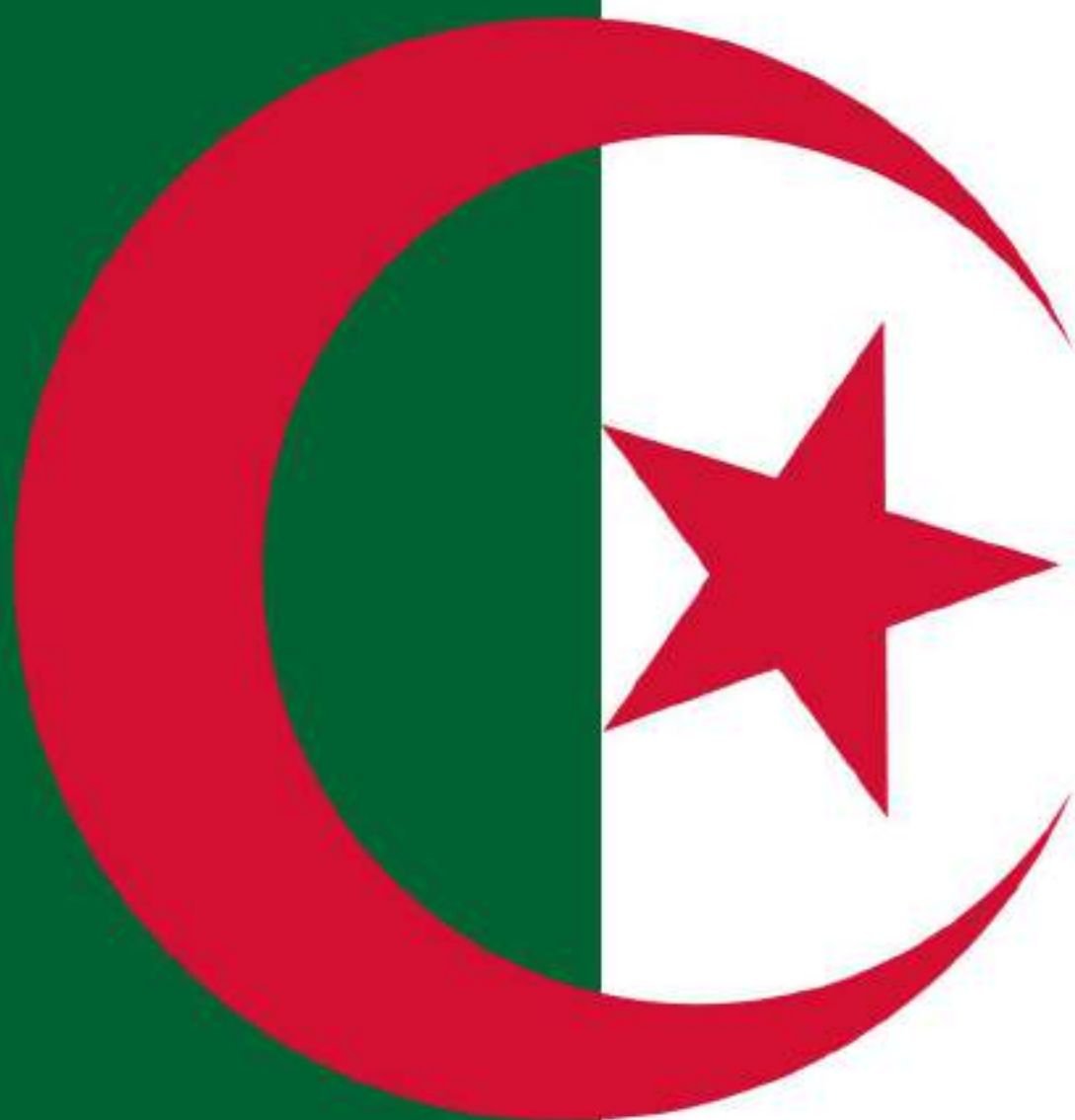
Não há produção de arroz na Arábia Saudita, assim o país depende de importações para atender o mercado local. O arroz basmati aromático, fornecido por Índia e Paquistão, é mais popular, sendo consumido principalmente nas regiões leste, central e oeste da Arábia Saudita. As variedades americanas de arroz Calrose, de grãos longos e parboilizados (com os quais o arroz brasileiro poderia, a princípio, competir) são mais populares na região sul do Reino e também vendidas em alguns restaurantes.

CONSIDERAÇÕES

Na Arábia Saudita, a preferência por arroz importado é predominantemente voltada para o arroz de grão longo, com destaque para o arroz basmati, proveniente da Índia e do Paquistão. Este tipo de arroz é amplamente apreciado por seu aroma e textura, sendo frequentemente utilizado em pratos tradicionais da culinária saudita e de outras regiões do Oriente Médio. Além do basmati, o arroz parboilizado também goza de popularidade, devido à sua durabilidade e facilidade de preparo.

A Arábia Saudita importa uma quantidade significativa de arroz para atender à demanda de sua população, e o Brasil se destaca como um dos fornecedores desse produto, especialmente nas categorias de arroz parboilizado e de grão longo. Os Estados Unidos, que ocupam a terceira posição entre os exportadores para o Reino, também enviam principalmente arroz de grão longo, incluindo o tipo 1 (branco) e o parboilizado. Assim, tanto o Brasil quanto os EUA oferecem variedades semelhantes de arroz, com foco no grão longo e no parboilizado.

Com as recentes tarifas aplicadas pelos EUA no comércio internacional, o arroz brasileiro pode se tornar uma alternativa viável para substituir a parcela de arroz americano no mercado saudita, especialmente se houver dificuldades nas exportações americanas ou uma retaliação por parte da Arábia Saudita em busca de diversificação de fornecedores. Apesar da forte preferência da população saudita pelo arroz indiano basmati, o mercado oferece oportunidades para aumentar a participação dos produtos brasileiros. Ações promocionais, como a participação em feiras e exposições no país, podem impulsionar ainda mais a presença do arroz brasileiro no mercado saudita.



ARGÉLIA – SEMENTES FORRAGEIRAS

Data: 08/04/2025

Posto: Argel/Argélia

Palavras-chave: Argélia; exportação; sementes forrageiras

Responsável: Luciana Pich Gomes – Adida Agrícola em Argel

SUMÁRIO:

O cultivo de forragem argelina representa menos de 15% da superfície agrícola total e tal fato aliado aos longos períodos de seca nas regiões de pastagens tem resultado em um impacto negativo na produção pecuária implicando em grande dependência na importação de grãos para alimentação animal. O desenvolvimento de culturas forrageiras faz parte das prioridades governamentais e recebe diversos benefícios. A regulamentação argelina é robusta e segue princípios internacionais.

INTRODUÇÃO

A República Argelina Democrática e Popular é o maior país africano, ocupando uma área geográfica de 238.174.100 hectares, aproximadamente um quarto do tamanho do Brasil. Seu território é cruzado por duas importantes cadeias de montanhas, o Atlas Tellian no Norte e o Atlas Saariano no Sul. A Argélia é caracterizada por um clima de tipo mediterrâneo formado por cinco níveis bioclimáticos: saariano, árido, semiárido, subúmido e úmido.

A diversidade dos territórios e a variedade de níveis bioclimáticos permitem o cultivo de uma gama ampla de produtos agrícolas durante todos os períodos do ano.

O setor agrícola é considerado chave e um pilar importante da economia nacional, dada a sua contribuição para o emprego e o PIB nacionais (15% do PIB em 2024, com um valor gerado de US\$ 37 bilhões, perdendo apenas para os hidrocarbonetos). Emprega uma população de 2,6 milhões de habitantes como força de trabalho agrícola, o que representa mais de 74% da população ativa no mundo rural e 24% da força de trabalho nacional.

Como um estado de cunho social e que prioriza a segurança alimentar da população, principalmente em produtos estratégicos, a Argélia investe muito em agricultura e pecuária, seja através de pesquisa, incentivos fiscais, crédito rural, subsídios e bônus de incentivo. Por exemplo, de acordo com a Lei de Investimento nº 22-18, os investidores agrícolas que operam como empresas sob a lei argelina se beneficiam de vantagens fiscais por um período que varia de 3 a 10 anos, dependendo do regime de benefícios adotado.

Ademais, como parte dos esforços para ampliar a área agrícola, foi criado um arsenal legal e institucional para fornecer aos investidores as terras agrícolas necessárias, permitindo-lhes realizar seus projetos de investimento. Cabe ressaltar que o desenvolvimento de culturas forrageiras faz parte das prioridades governamentais que recebem promoção e os benefícios supracitados.

O MERCADO DE SEMENTES

O mercado de sementes argelino gera uma importação considerável de produtos provenientes de diversos países, com destaque para a Itália, Países Baixos e França. De acordo com dados do TradeMap®, em 2023 a Argélia importou aproximadamente US\$59 milhões.

O cultivo de forragem argelina representa menos de 15% da superfície agrícola total e tal fato aliado aos longos períodos de seca nas regiões de pastagens tem resultado em um impacto negativo na produção pecuária resultando em grande independência na importação de grãos para alimentação animal.



Desta forma, a Argélia ainda precisa importar sementes forrageiras para recuperação de seus pastos e fomentar a produção pecuária. Apesar de flutuações nas quantidades importadas, este continua sendo um mercado essencial para o país, conforme verificado na Tabela 1.

Tabela 1: Valores importados pela Argélia Sementes forrageiras, destinadas a sementeira (exceto sementes de cereais, sementes de beterraba sacarina, etc) nos anos de 2019 a 2023, em milhares de dólares americanos (mUS\$).

SH	Rótulo do produto	2019 mUS\$	2020 mUS\$	2021 mUS\$	2022 mUS\$	2023 mUS\$
120929	Sementes forrageiras, destinadas a sementeira (exceto sementes de cereais, sementes de beterraba sacarina, etc.)	159	507	843	2 314	996

Fonte: Cálculos do ITC com base nas estatísticas COMTRADE da ONU.

Conforme observado na Tabela 2, o principal fornecedor de sementes forrageiras para a Argélia, com 72% do mercado, é os Estados Unidos da América, mas as exportações brasileiras têm crescido nos últimos anos. Tal fato se deve à oferta de variedades desenvolvidas no Brasil que se adaptam adequadamente ao clima e solo argelino. Apesar de entraves burocráticos que algumas empresas têm observado, o mercado tem demonstrado cada vez mais interesse nas sementes forrageiras brasileiras.

Tabela 2: Lista de mercados fornecedores de Sementes de plantas forrageiras destinadas a sementeira (120929) para o produto importado pela Argélia em 2023

Exportadores	Valor importado em 2023 (mil USD)	Parte das importações da Argélia (%)	Quantidade (ton.)	Valor unitário (USD/unidade)	Crescimento total das exportações em valor 2019-2023 (% a.a.)	Distância média (km)	Tarifa média (estim) aplicada pela Argélia (%)
Total	995	100	722	1,378	4		
Estados Unidos da América	719	72.2	597	1,204	3	7,626	5
África do Sul	103	10.3	98	1,051	2	7,179	5
Brasil	90	9	5	18,000	15	4,619	5
Itália	49	4.9	12	4,083	11	1,278	5
Dinamarca	24	2.4	7	3,429	-3	1,709	5
Emirados Árabes Unidos	8	0.8	2	4,000	44	1,471	0
França	3	0.3	1	3,000	-5	2,983	5

Fonte: UNTradeMap. Obs.: As quantidades mostradas em verde claro são estimadas pela UNSD. Para mais informações, consulte a [nota explicativa do UNSD](#).

REGULAMENTAÇÃO

O setor responsável pela regulamentação de sementes no Ministério da Agricultura, Desenvolvimento Rural e Pesca da Argélia é a Diretoria de Proteção Fitossanitária e Controle Técnico e segue o disposto pela Lei n. 87-17, de 1 de agosto de 1987, e na Lei nº 05-03, de 6 de fevereiro de 2005. Existe também uma Comissão Nacional de Sementes e Mudanças que inclui comitês técnicos especializados e inspetores técnicos.

As novas variedades vegetais, para serem produzidas, multiplicadas, importadas, exportadas, distribuídas e comercializadas na Argélia, estão sujeitas a um pedido de aprovação com vista à inscrição no catálogo oficial com o único objetivo de reconhecer o seu caráter varietal; a um pedido de proteção desta nova variedade; ou, simultaneamente, os dois processos de inscrição no catálogo oficial e de proteção dos direitos.

Para registro no catálogo oficial, as variedades são objeto de exames, análises e testes efetuados em laboratório ou no terreno para avaliar a distinção, homogeneidade, estabilidade e valor agrônomo e tecnológico. Os elementos básicos das plantas híbridas e das variedades compostas podem permanecer secretos se os seus obtentores o solicitarem.

Para a proteção de nova cultivar vegetal criada, descoberta ou desenvolvida, resultante de um determinado processo genético ou de uma composição particular de processos hereditários, diferente de qualquer outro grupo vegetal, e que constitui uma entidade autônoma tendo em conta a sua capacidade multiplicativa, o pedido de proteção deve ser apresentado à autoridade fitotécnica nacional por qualquer pessoa singular ou coletiva de nacionalidade argelina. A proteção das cultivares vegetais a pedido de pessoas físicas ou jurídicas de nacionalidade estrangeira é admissível sob reserva do princípio da reciprocidade. O aceite de proteção de nova cultivar dá origem a um direito denominado Certificado de Cultivar Vegetal, que constitui um título de propriedade incorpóreo e confere ao seu titular um direito de proteção que consiste num direito exclusivo de exploração comercial da variedade em causa.

As sementes importadas devem ser acompanhadas, em sua entrada no território argelino, de um certificado fitossanitário emitido pelos serviços oficiais do país de origem, atestando que estão livres de organismos nocivos e que cumprem os requisitos estabelecidos pela legislação em vigor. Elas também estão sujeitas à inspeção fitossanitária nos pontos de entrada no território nacional.

O certificado fitossanitário, elaborado de acordo com o modelo da convenção internacional para a proteção de plantas, deve ser redigido em árabe, francês ou inglês e uma "declaração adicional" deve ser mencionada no certificado fitossanitário com relação a organismos nocivos no caso de mercadorias para as quais ela é particularmente exigida por regulamento. Quando o certificado fitossanitário estiver faltando ou tiver sido preenchido de forma imprecisa ou incompleta ou contiver correções não autenticadas ou entradas sobrescritas, as mercadorias ou outros artigos não serão admitidos no território argelino.

Por fim, é proibida a importação de batatas em recipientes não refrigerados (artigo 12.º do Decreto de 14 de Julho de 2002), de materiais vegetais geneticamente modificados (Decreto de 24/12/2000), Plantas e partes de plantas vivas do género Phoenix (*Phoenix dactylifera*: tamareiras) e palmeiras ornamentais provenientes de países contaminados por *Fusarium oxysporum* var *albedinis* e/ou *Fusarium proliferatum* e/ou *Rhynchosporium secalis* (artigo 14.º do Decreto de 14 de Julho de 2002) e de organismos prejudiciais, vegetais, produtos vegetais, material vegetal ou outros objetos portadores ou susceptíveis de serem portadores de organismos prejudiciais (lista fixada pelo artigo 14 da Lei nº 87-17 de 1º de agosto de 1987).

TAXAS DE IMPORTAÇÃO

As cargas são sujeitas aos seguintes Impostos ad-valorem: D.D 5,00% (direitos alfandegários), PRCT 2,00%, S.C.T. 3,00% (taxa de contribuição solidária) e IVA 19,00% (imposto sobre valor agregado).

Outras formalidades administrativas especiais descritas pela autoridade aduaneira são: autorização para a aceitação do produto, autorização de livre circulação, certificado fitossanitário do país de origem e declaração de importação de produtos. De acordo com o Artigo 3.º do Decreto Executivo nº 93-286, de 23 de novembro de 1993, os produtos vegetais que tenham sido submetidos a uma transformação por tratamento térmico ou de conservação excluem qualquer risco de propagação de organismos prejudiciais são dispensados de autorização técnica prévia de importação.



NOVAS REGRAS PARA FERTILIZANTES: ARGENTINA SIMPLIFICA REGRAS PARA IMPORTAÇÃO DE FERTILIZANTES COM FOCO EM REDUÇÃO DE CUSTOS E AGILIDADE COMERCIAL

Data: 15/04/2025

Posto: Buenos Aires/Argentina

Palavras-chave: fertilizantes; desregulamentação; comercio exterior

Responsável: Andrea Claudia Parrilla

SUMÁRIO:

O governo argentino aprovou novas regras para desburocratizar a importação de fertilizantes. O SENASA implementará registro simplificado, aceitará certificados de sete países (incluindo Brasil), exigirá apenas normas do importador para exportações, visando agilizar o comércio exterior do setor agropecuário.

CONTEXTO

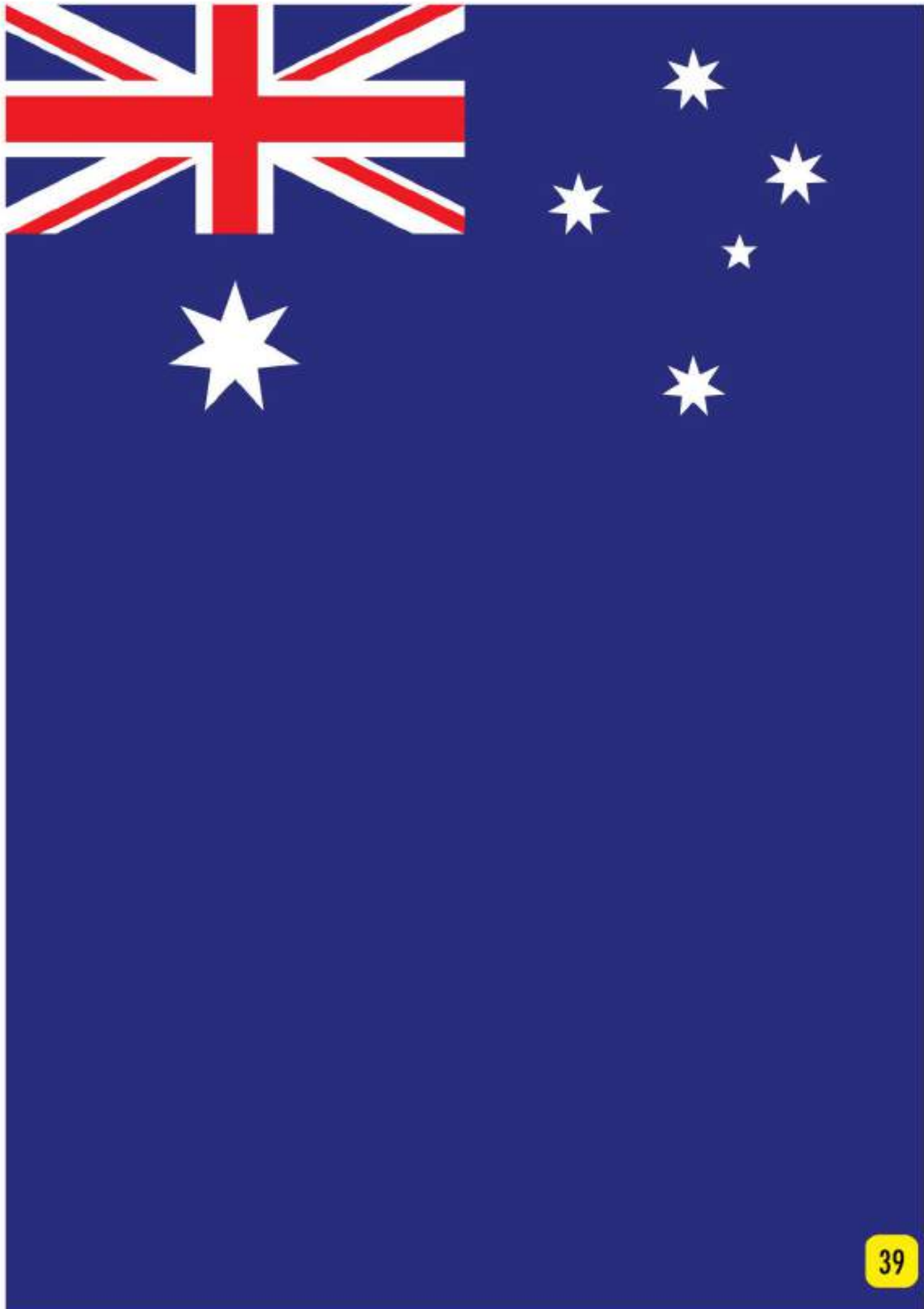
O governo argentino adotou um novo marco regulatório para desburocratizar a importação e exportação de fertilizantes e produtos relacionados, como corretivos, estimulantes e inoculantes. A Resolução SENASA nº 214/2025, publicada em 1º de abril, integra a agenda de desregulação econômica liderada pelo Ministério da Desregulação e Transformação do Estado, sob comando de Federico Sturzenegger, e visa reduzir o chamado “custo argentino” no setor agropecuário.

Essa resolução deve implicar redução de até 57% nos custos associados à importação de fertilizantes, principalmente por meio da eliminação de exigências burocráticas. Entre os principais pontos da norma, destacam-se:

- Registro simplificado por autogestão (via Declaração Jurada no sistema TAD – Trámite a Distancia) para pessoas físicas e jurídicas que atuam na cadeia de fertilizantes e afins;
- Entrada automática para produtos registrados ou certificados em sete países/territórios listados no Anexo I do Decreto 101/2025: Austrália, Brasil, Estados Unidos, União Europeia, Israel, Nova Zelândia e Reino Unido;
- Exigência de conformidade apenas com os requisitos do país importador em caso de exportações, eliminando dupla exigência regulatória;
- Criação de uma Janela Única de Comércio Exterior, em parceria com a Agência de Arrecadação e Controle Aduaneiro (ARCA), para centralizar e agilizar os trâmites.

A medida pode ter impactos diretos nas relações comerciais com o Brasil, tanto no eixo de comércio bilateral de fertilizantes quanto no de cooperação regulatória e convergência de normas. Ademais, o Memorando de Entendimento para cooperação entre o Ministério da Agricultura e Pecuária do Brasil e a Província de Mendoza, na Argentina, assinado em 10 de dezembro de 2024, com objetivo de incentivar o amplo desenvolvimento nos campos dos sistemas agropecuários sustentáveis em especial na produção e comercialização de fertilizantes e gás natural e suas matérias primas, poderá contribuir de maneira significativa para a intensificação do comércio de fertilizantes entre os países.





MERCADO DE CAFÉ NA AUSTRÁLIA

Data: 15/04/2025

Local: Camberra/Austrália

Palavras-chave: exportação; café

Responsáveis: Daniela de Moraes Aviani, Adida Agrícola em Camberra; Uran Joshi, Assistente Técnico

SUMÁRIO:

A Austrália apresenta-se como um mercado consolidado e sofisticado para o consumo de café, que faz parte de sua cultura, elevando a exigência com relação à qualidade do produto. O consumo per capita atinge 1,92 kg/ano e, curiosamente, o café instantâneo detém grande participação no consumo doméstico. A cadeia de suprimento local combina grandes processadores industriais, como Nestlé e Douwe Egberts, a uma crescente rede de mais de 700 torrefadoras artesanais espalhadas pelo país. Mesmo fornecendo um quarto dos grãos crus importados, ainda há potencial de crescimento para o Brasil, especialmente diante do aumento da conscientização do consumidor australiano sobre sustentabilidade e origem ética. Por outro lado, fatores como a alta dos preços globais dos grãos e o movimento de torrefadores em direção a origens mais baratas representam desafios à manutenção de mercado para cafés especiais brasileiros.

Perfil e Preferências do Consumidor Australiano

A Austrália possui uma cultura de café profundamente enraizada. Desde meados da década de 1990, com a popularização do espresso por imigrantes italianos e gregos, os australianos passaram a associar o café a uma forma de luxo acessível e cotidiano. A preferência por cafés de alta qualidade é evidente, embora o consumo doméstico ainda seja dominado por café instantâneo (com a Nestlé detendo 58% do mercado neste segmento) (IMAGEM 1).

Em média, o consumo anual per capita é de 1,92 kg: 1,39 kg de café torrado e 0,53 kg de instantâneo.

IMAGEM 1. Prateleira com cafés e produtos relacionados em supermercado na Austrália (cafés em grãos torrados, cafés instantâneos, cápsulas de café, mistura de café pronta etc.)



Fonte: Adidância Agrícola de Camberra

Os australianos valorizam as cafeterias independentes, que dominam 95% do mercado desse tipo de estabelecimento, em detrimento de redes como Starbucks (IMAGEM 2). A Austrália também ocupa a quarta posição mundial em pedidos de café para viagem, ficando atrás do Japão, Estados Unidos e Canadá.



Soul Origin



The Coffee Club



Gloria Jean's



Jamaica Blue

Cadeia de Suprimento da Indústria de Café na Austrália

Os principais processadores na Austrália são a Jacobs Douwe Egberts (produtora da marca Moccona, responsável por 20% da receita total da indústria de café e chá), a Nestlé (marca Nescafé, com 12% de participação de mercado; produz cafés instantâneos como o Nescafé Blend 43 na planta de Gympie, Queensland), a Vittoria Food and Beverage (12% de participação de mercado) e a Unilever Australia (7%).

Paralelamente, o país abriga mais de 700 torrefadoras espalhadas pelos estados e territórios, que importam grãos verdes — diretamente ou via intermediários — para criar blends próprios e abastecer o mercado local. Muitas operam com foco no atacado e mantêm contratos com cafeterias e distribuidores. Em alguns casos, atuam simultaneamente como importadoras, torrefadoras e distribuidoras, o que torna difícil separar os papéis na cadeia de suprimento. Segundo a revista Beanscene (2024), cada torrefadora atende de 25 a 200 clientes atacadistas, fornecendo semanalmente entre 100 e 500 kg de café torrado.

Estatísticas e Composição das Importações de Café pela Austrália

Os principais fornecedores de café em grão cru (café verde) para a Austrália são o Brasil, a Colômbia, o Vietnã e Honduras. A Austrália é a 16ª maior importadora mundial de café em valores, respondendo por 1,4% das importações globais. Em 2023, o país importou US\$ 612,4 milhões em café (grão cru e torrado), totalizando 107.303 toneladas (excluindo o café instantâneo). Já a produção nacional corresponde a apenas 1% do consumo local (IMAGEM 3)

Em 2023, as importações australianas de grão cru somaram 94.682 toneladas (US\$ 423 milhões), das quais 25.110 toneladas (US\$ 108 milhões) tiveram origem no Brasil – aproximadamente 26% do total. Outros fornecedores relevantes nesse segmento foram a Colômbia (US\$ 61 milhões), Honduras (US\$ 37 milhões) e Papua-Nova Guiné (US\$ 34 milhões).

O café torrado e moído consumido no mercado australiano é suprido majoritariamente por fornecedores da Suíça, da Itália e da Alemanha, enquanto no segmento de café instantâneo destacam-se as importações originárias dos Países Baixos, reflexo da presença local de uma fábrica da Douwe Egberts.

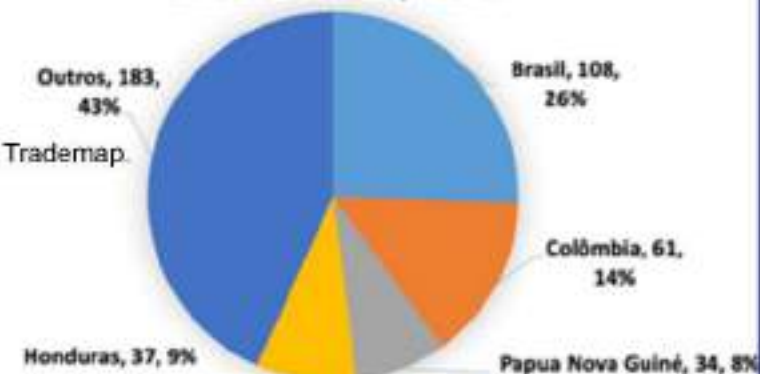
Apesar da Austrália figurar apenas como o 17º destino do café brasileiro em valor (1,3%) e volume (1,5%), as exportações do Brasil para o mercado australiano vêm crescendo de forma consistente nos últimos cinco anos, sinalizando oportunidades de expansão para os exportadores brasileiros de café.

IMAGEM 3. Valores de importação de café (total e verde) pela Austrália e origens em 2023

Valores de importação de café pela Austrália em 2023 - Total US\$ 612,4 M



Valores de importação de café verde pela Austrália em 2023 - Total US\$ 423 M



Dinâmica de Mercado e Desafios para o Café Brasileiro

Alta dos preços internacionais

Eventos climáticos extremos no Brasil elevaram os preços do café verde globalmente, impactando especialmente o café arábica. Torrefadores e distribuidores locais estão repassando o aumento de custos aos consumidores australianos, que já lidam com elevados custos de mão de obra, energia e aluguel. Em 2024, os torrefadores australianos estão pagando de 80% a 90% mais pelos grãos verdes do que em 2021, com aumento de 16% apenas no último ano. Para mitigar a pressão financeira, muitos têm optado por grãos arábica de origens mais baratas e pela formulação de blends com perfis sensoriais semelhantes, porém de menor custo. Essa tendência pode representar uma ameaça à manutenção da participação de mercado na Austrália para cafés de origem premium (cafés especiais) provenientes do Brasil.

Mudança no consumo doméstico

A pandemia impulsionou o preparo doméstico, com crescimento do uso de máquinas automáticas e por cápsulas. O consumidor australiano está mais informado, exigente e busca experiências superiores em cafeterias.

Busca por experiência superior e maior consciência ética

Os consumidores australianos são apreciadores exigentes de café, priorizando sabor e qualidade. Cresce o número de consumidores que buscam experiências mais refinadas ao consumir café. A origem dos grãos é o principal fator que influencia quanto estão dispostos a pagar.

Além disso, observa-se uma crescente conscientização sobre sustentabilidade, questões ambientais e práticas de comércio ético, incluindo a rastreabilidade da origem dos grãos. Esse segmento crescente de consumidores vem impulsionando a demanda por cafés premium, como os certificados em comércio justo (fair trade) e os orgânicos certificados.

Consumo alternativo

Outra tendência em ascensão é a busca por formas alternativas de consumo de café, além dos grãos tradicionais. Produtos prontos para beber (RTD – ready to drink) vêm ganhando espaço em lojas de varejo e cafeterias, com destaque para bebidas em lata, cafés infusados e bebidas especiais à base de café instantâneo.

Essas alternativas apresentam vantagens como menor custo e maior conveniência. Além disso, há um movimento em direção a cafés descafeinados de nova geração e bebidas mais leves — blends com baixo ou moderado teor de cafeína — que vêm se tornando populares nas cafeterias.

Ascensão de microtorrefadoras

O número de microtorrefadoras cresceu exponencialmente, especialmente em grandes centros urbanos. A ênfase na qualidade em todo o setor tem levado ao crescimento acelerado dessas empresas independentes, muitas vezes percebidas pelos consumidores como fornecedoras de produtos de maior qualidade. Essas microtorrefadoras também prestam serviços a cafeterias que não possuem torrefadoras próprias, fornecendo blends personalizados e apoio técnico.

Eventos para Promoção do Café Brasileiro na Austrália

Eventos como o Melbourne International Coffee Expo (MICE) e a Fine Food Australia se configuram como plataformas estratégicas para promoção do café brasileiro, ampliando conexões comerciais com torrefadoras, distribuidores e importadores locais. A adoção de estratégias de promoção com foco em sustentabilidade, diversidade de perfis sensoriais e participação ativa nos eventos do setor pode contribuir para elevar competitividade do café brasileiro na Austrália.

MICE – Melbourne International Coffee Expo

Maior evento da indústria de café do hemisfério sul. Em 2025, reuniu 31.708 visitantes e mais de 140 expositores. O Brasil participou com quatro produtores e torrefadores como painelistas. Próxima edição: 26 a 28 de março de 2026.

Contato: Mike Wilson – mike.wilson@primecreative.com.au

Fine Food Australia (8–11 de setembro de 2025)

Principal feira de alimentos da Austrália. Atrai compradores do setor varejista e de food service, com 900 expositores de 31 países em 2024.

Contato: Bernadette Panton – bpanton@divcom.net.au

Royal Adelaide Coffee Show

Iniciada em 2023, conta com mais de 300 expositores. Aberta a torrefadores que utilizam grãos importados ou nacionais.

Contatos Comerciais para Comercialização de Café na Austrália

1. Lista de torrefadoras na Austrália

Fonte: Beanscene 2024 Roaster Directory [Lista disponibilizada no original]

2. Lista de Importadores, Distribuidores e Torrefadoras (abril/2025)

<u>Organização/ Empresa</u>	<u>Website</u>
<u>Associações</u>	
Australian Coffee traders Association	https://acta.org.au/
Australian Speciality coffee Association	https://austrilianspecialtycoffee.com.au
Food and Beverage Importers Association (FBIA)	https://fbia.org.au/
<u>Importadores, Distribuidores and Torrefadores</u>	
Abrisca Roasters	https://abrisca.com.au/
Adore Coffee Roasters	https://adorecoffee.com.au/
Barrio collective	https://www.barriocollective.com/
Bean Alliance Group	https://www.beanalliance.com.au/
Bean Culture	https://www.beanculture.com.au/
Boof-Pa Beans	www.boofpabeans.com.au
Bonacci Coffee	https://www.bonaccicoffee.com.au/
Cafe Imports	https://www.cafeimports.com/australia
Cantarella bros*	https://www.vittoriafandb.com
Campos Coffee	https://www.camposcoffee.com/
Caravela coffee *	https://caravela.coffee
Cisco Coffee	https://www.ciscoscoffee.com.au/
Coffee Hero	https://coffeehero.com.au/
Coffee Roasters Collective	https://coffeeroastersco.com.au/
Coffee Supreme	https://shopau.coffeesupreme.com/
Cofi com *	https://coficom.com.au/
Cofinet	https://www.cofinet.com.au/
Condesa co Lab*	https://condesacolab.com.au
Cosmorex	https://cosmorex.com.au/
Craftedbean	https://www.craftedbean.com.au/
Darkstar Coffee	https://www.darkstarcoffee.com.au/
DC Coffee	https://dccoffee.com.au/
Di Bella Coffee/ Retail Food Group	https://shop.dibellacoffee.com/
Dimattina Coffee	https://dimattinacoffee.com.au/
Double Roasters	https://doubleroasters.com/
Dunbrae (Global Beverage Solutions)	https://www.globalbeveragesolutions.com.au
Espressology	https://espressology.com/
<u>Grupos de Alimentação</u>	
FTA Coffee	https://www.ftacoffee.com.au/
Fta food solutions*	https://ftafoodsolutions.com.au
Gabriel Coffee	https://gabrielcoffee.com.au/
Green bean coffee	https://www.greenbeancoffee.com.au/
H A bennett & sons*	https://www.hab.com.au
Highgate Lane roasters	https://www.bsc.cafe/highgate-lane-roasters
Inglewood Coffee Roasters	https://inglewoodcoffeeroasters.com.au/
InterAmerican Coffee Australia	https://www.interamericancoffee.com.au/

Jasper Coffee	https://www.jaspercoffee.com/
Jacobs Douwe Egberts Professional*	https://www.jacobsdouweegbertsprofessional.com.au/
Jindebah Coffee	www.jindebah.com
La Casa Del Caffee	https://lacasadelcaffee.com.au/
Langdon coffee merchants pty ltd*	https://langdoncoffee.com.au/pages
La Torre Dutch Coffee	https://www.latorredutchcoffee.com/
Lonsdale St Roasters	https://lonsdalestreetroasters.com/
Macchina Espresso	https://macchina.com.au/
Market Lane Coffee*	https://marketlane.com.au/
Melbourne Coffee Merchant	https://melbournecoffeemerchants.com.au/
Minas Hill Coffee, Melbourne	https://minashill.com.au
Minas Coffee	https://minascoffee.com.au
Ministry Grounds	https://ministrygrounds.com.au/
Nestle Australia Ltd*	https://www.nestle.com.au/en/brands/coffee
Ona Coffee	https://onacoffee.com.au/
Opal Coffee*	https://opal.coffee/
Origin Coffee Traders	https://origincoffeetraders.com/
Paradox Coffee	https://paradoxroasters.com/
Redbrick	https://redbrick.coffee/
Republic Organic	https://www.republicaorganic.com.au
Roasting Warehouse	https://www.roastingwarehouse.com.au/
Seven miles Coffee Roasters	https://www.sevenmiles.com.au/
Single O	https://singleo.com.au/
Southland Merchants, Adelaide	https://southlandmerchants.com.au
Stash Coffee	https://stashcoffee.com.au/
Sucafina*	https://sucafina.com/apac/origins/australia
Timely Coffees	https://timelycoffees.com.au/
Toby's Estate Coffee Roaster	https://www.tobysestate.com.au/
The Wood roaster	https://www.thewoodroaster.com/
Two before Ten	https://twobeforeten.com.au/
Upstream coffee import *	https://www.upstreamimports.com.au/
Veneziano coffee roasters	https://venezianocoffee.com.au/
Village Coffee Roastery	https://www.villagecoffeeroastery.com.au/
Wagonga Coffee	https://wagongacoffee.com.au/
Will & Co	https://willandco.com.au
Wolfpack Coffee Roasters	https://www.wolfpackcoffee.com.au/

- Importador ou processador relevante

Fonte: Compilada pela Adidância Agrícola com base em dados do Trademo, Agrifuture, contatos locais, MICE, FBIA e SECOM/Sydney.



DDG/DDGS E O POTENCIAL DE MERCADO NO BANGLADESH

Data: 15/04/2025

Posto: DACA/BANGLADESH

Palavras-chave: alimentação animal; Bangladesh; DDG/DDGS; etanol de milho

Responsável: Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

SUMÁRIO:

O Bangladesh é um país do Sul da Ásia com uma população de 180 milhões de habitantes e que tem apresentado alto crescimento econômico nos últimos dez anos, com aumento significativo do PIB per capita e forte tendência para o crescimento do consumo de proteína animal. Os setores de avicultura e aquacultura são grandes consumidores de rações e existe elevado potencial no mercado local para as exportações de Distiller's Dried Grains (DDG) e Distiller's Dried Grains with Solubles (DDGS) do Brasil ao Bangladesh.

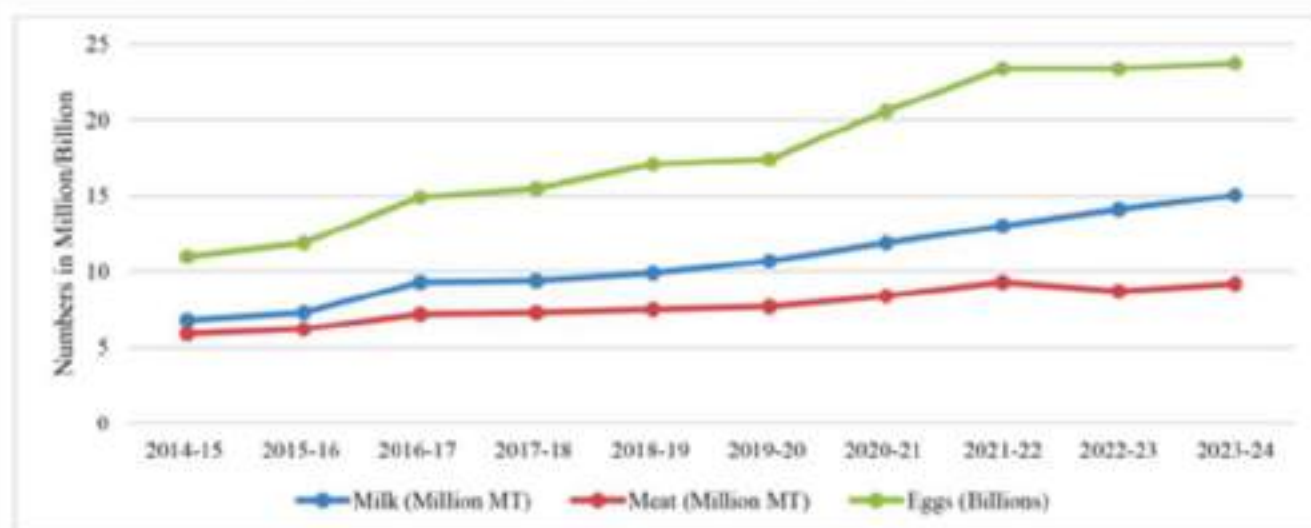
CONTEXTO

Dentre os aspectos a destacar sobre o forte crescimento de 6% ao ano na última década no Bangladesh está a elevação de 136% do Produto Interno Bruto per capita, de US\$ 1,100.00 para US\$ 2,600.00.

O crescimento econômico, a urbanização e a classe média de 34 milhões de pessoas, aliados à área restrita, equivalente ao estado do Ceará, e à densidade populacional de 1.350 habitantes/km², são indicadores do potencial de crescimento do consumo de proteína animal no país.

Considerando a população de 180 milhões de habitantes, o maior poder de compra resultou na elevação da demanda e da produção de proteína animal, especialmente dos setores avícola e pecuário, conforme a Figura 1.

Figura 1 – Produção de carnes, lácteos e ovos em Bangladesh entre 2014 e 2024



Fonte: elaboração do autor a partir de dados do GAIN/USDA (2025)

No Bangladesh, a produção pecuária e de pescados é baseada na indústria de rações e cresce em setores como aquacultura, aves de postura, frangos de corte e laticínios, com 330 milhões de aves e cerca de 25 milhões de bovinos.

A indústria de rações visa abastecer cerca de cinco milhões de famílias na aquacultura que, assim como muitos pecuaristas, também buscam a aquisição de rações mais complexas. Assim, a previsão do consumo de ração nos próximos anos chega a 7,5 milhões de toneladas/ano e visa suprir um consumo per capita de 165 ovos/ano, 270 gramas de leite/dia e 150 gramas de carne/dia até 2030.

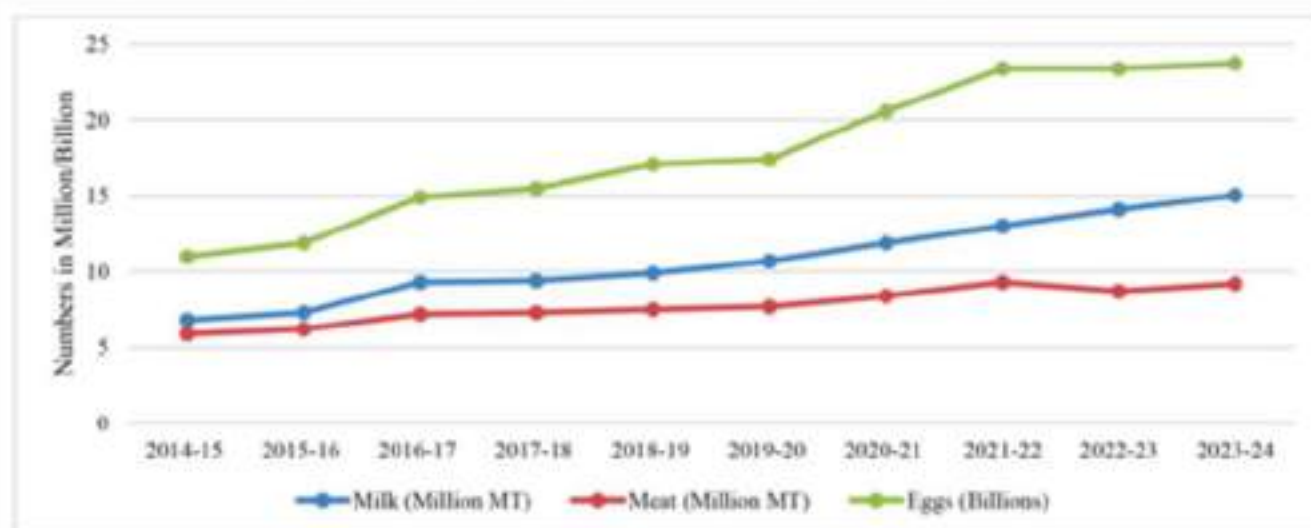
CONTEXTO

Dentre os aspectos a destacar sobre o forte crescimento de 6% ao ano na última década no Bangladesh está a elevação de 136% do Produto Interno Bruto per capita, de US\$ 1,100.00 para US\$ 2,600.00.

O crescimento econômico, a urbanização e a classe média de 34 milhões de pessoas, aliados à área restrita, equivalente ao estado do Ceará, e à densidade populacional de 1.350 habitantes/km², são indicadores do potencial de crescimento do consumo de proteína animal no país.

Considerando a população de 180 milhões de habitantes, o maior poder de compra resultou na elevação da demanda e da produção de proteína animal, especialmente dos setores avícola e pecuário, conforme a Figura 1.

Figura 1 – Produção de carnes, laticínios e ovos em Bangladesh entre 2014 e 2024



Fonte: elaboração do autor a partir de dados do GAIN/USDA (2025)

No Bangladesh, a produção pecuária e de pescados é baseada na indústria de rações e cresce em setores como aquacultura, aves de postura, frangos de corte e laticínios, com 330 milhões de aves e cerca de 25 milhões de bovinos.

A indústria de rações visa abastecer cerca de cinco milhões de famílias na aquacultura que, assim como muitos pecuaristas, também buscam a aquisição de rações mais complexas. Assim, a previsão do consumo de ração nos próximos anos chega a 7,5 milhões de toneladas/ano e visa suprir um consumo per capita de 165 ovos/ano, 270 gramas de leite/dia e 150 gramas de carne/dia até 2030.

No caso da ração para aves há forte dependência do milho como matéria-prima, sendo que outros ingredientes utilizados são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1 – Principais ingredientes e proporção nas rações em Bangladesh

Produto	Aves	Aquacultura	Pecuária leiteira
Milho	50-65%	10-15%	25-35%
Farelo de soja	20-30%	25-35%	10-20%
Grãos Secos de Destilaria com Solúveis (DDGS)	5-10%	5-15%	5-10%
Farinha de Glúten de Milho (CGM)	2-5%	5-10%	2-5%
Farelo de Arroz Sem Gordura (DORB)	5-15%	10-15%	20-30%
Farelo de arroz	5-10%	5-10%	10-15%
Farinha de colza	2-4%	5-10%	5-10%
Farinha de trigo	3-5%	5-8%	5-6%
Farinha de peixe	2-5%	8-20%	-

Fonte: elaboração do autor a partir de dados do GAIN/USDA (2025)

O consumo de DDGS está em elevação devido à demanda por ingredientes com alto teor de proteína, especialmente na avicultura, pecuária leiteira e aquacultura, assim como à crescente conscientização aos benefícios nutricionais do DDGS.

O país aumentou as importações de DDGS em 104% nos primeiros meses de 2020/2021, com vendas de 79,000 toneladas em comparação ao ano anterior, com previsão de consumo de 6,9 milhões de toneladas para o período 2025/26.

Em fevereiro de 2025, os preços/tonelada de ração para aves estavam entre US\$ 463 e US\$ 512 e a ração para aquicultura e pecuária variou de US\$ 495 a US\$ 537, sendo importante avaliar o custo-benefício do DDGS comparado a outros produtos.

Potencial de comércio

A Adidância Agrícola em Daca levantou dados sobre as tarifas aplicadas aos principais Códigos HS importados, que variam de 5,00 a 25,00% e constam da Tabela 1, e podem ser consultadas no endereço eletrônico Fonte: Compilada pela Adidância Agrícola com base em dados do Trademo, Agrifuture, contatos locais, MICE, FBIA e SECOM/Sydney.

Tabela 1 – Importações do Bangladesh (2023) e tarifas aplicadas

Código HS	Produto	Tarifa %
2302.10.00	Sêmeas, farelos e outros resíduos	5,00%
2303.30.00	Borras e desperdícios da indústria da cerveja e destilarias	25,00%
2306.90.10	Tortas, resíduos de germe de milho	10,25%
2306.90.90	Tortas, resíduos da extração de outros óleos vegetais	10,25%

Fonte: elaboração do autor a partir de dados do ITC/Trademap

Informações sobre as importações no período 2021 a 2023 são apresentadas na Tabela 2, sendo que maiores detalhes podem ser acessados no endereço eletrônico do Bangladesh Bureau of Statistics (BBS), <https://bbs.gov.bd/site/page/58b1c0c8-34b9-45b5-954d-53a2737e7bb1/->.

Tabela 2 – Importações do Bangladesh em US\$ mil entre 2021 e 2023

Código HS	Produto	2021	2022	2023
2302.10	Sêneas, farelos e resíduos de milho, mesmo pellets, da peneiração, moagem ou outros processos de transformação	1,726	3,150	610
2302.30	Sêneas, farelos e resíduos de trigo, mesmo pellets, provenientes da peneiração, da moagem ou outros processos de trabalho	42,557	148,893	207,584
2302.50	Sêneas, farelos e resíduos de leguminosas, mesmo pellets, provenientes da peneiração, da moagem ou processos de trabalho	243	4,036	10,825
2303.10	Resíduos da fabricação de amido e resíduos	15,667	10,558	24,775
2303.30	Fabricação ou destilação de resíduos e borras	31,443	30,076	40,861
2306.49	Bagaço e resíduos sólidos, moidos ou pellets, resultantes da extração de sementes de colza	73,809	86,394	112,901
2306.90	Bagaços e resíduos sólidos, triturados ou pellets, da extração de gorduras ou óleos vegetais ou microbianos	46,904	45,141	48,649

Fonte: elaboração do autor a partir de dados do BBS (2025)

Segundo a Feed Industry Association Bangladesh, <https://fiab.org.bd/>, e o Bangladesh Poultry Industries Central Council, <https://fbcci.org/web/members-details/345>, existem 200 empresas no país, que produzem 8 milhões de toneladas/ano de ração, sendo 70% para a avicultura, que são representadas pela Bangladesh Agro Feed Ingredients Importers and Traders Association, <https://www.bafiita.org.bd/pages/0/member>.

- Nourish Poultry and Hatchery Limited – umas das principais empresas fabricantes
- C.P. Bangladesh Co. Limited – player importante na indústria
- Pran Agro Limited – atua no setor agrícola e na importação
- Quality Feeds Limited – fabricante e importadora
- EON Pharmaceuticals Limited – fabricante e importadora
- K.N.B. Agro Industries Limited – fabricante e importadora
- Rupshi Feed Mills Limited – fabricante e importadora
- Aman Feed PLC – fabricante e importadora
- Krishibid Feed Limited – setor de aves, peixes e gado, e importação e exportação
- Aftab Feed Products Limited – importante player no mercado de ração para pecuária
- New Hope Feed Mill Bangladesh Limited – player importante do mercado de ração para aves
- Aci Godrej Agrovvet Private Limited – aditivos e concentrados

Os requisitos fitossanitários e de higiene são regidos pela Autoridade de Segurança Alimentar de Bangladesh, <https://bfsa.portal.gov.bd/>, conforme as normas internacionais, especialmente o Codex Alimentarius, quanto aos limites máximos de resíduos de pesticidas e resíduos químicos.

- Regulamento de Segurança Alimentar (Pesticidas e Outros Resíduos Químicos) – RSA 2017
- Regulamento de Segurança Alimentar (Higiene Alimentar) – RSA 2018

Dentre os desafios a serem superados há a infraestrutura portuária e a armazenagem, sendo que a Adidância Agrícola está à disposição para identificar parceiros confiáveis e de qualidade.

CONCLUSÃO

A Adidância Agrícola em Dacca, <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/relacoes-internacionais/adidos-agricolas/bangladesh>, acredita que o consumo de DDG/DDGS tem potencial de crescimento devido aos custos e à diversificação das matérias-primas das rações utilizadas no país.

Assim, embora o elevado nível tarifário possa representar uma dificuldade inicial, é importante a presença do setor privado no Bangladesh como forma de conhecer o mercado e efetuar contatos.

Nesse sentido, a Adidância Agrícola se dispõe a buscar mais informações e organizar missões exploratórias junto com o setor privado brasileiro.



DEMANDA POR ETANOL PARA MISTURA EM GASOLINA NO CANADÁ É DE 2,4 BILHÕES DE LITROS/ANO

Data: 15/04/2025

Posto: Ottawa, Canadá

Palavras-chave: Etanol, Milho,

Responsável: Paulo Marcio M. Araujo

SUMÁRIO:

Canadá importa 2,4 bilhões de litros de etanol por ano.

CONTEXTO

O Canadá é o segundo maior importador de etanol do mundo, e quase todas essas importações vêm dos Estados Unidos. Enquanto a produção local foi de cerca de 1,8 bilhão de litros, em 2024 o país importou cerca de 2,4 bilhões de litros de etanol.

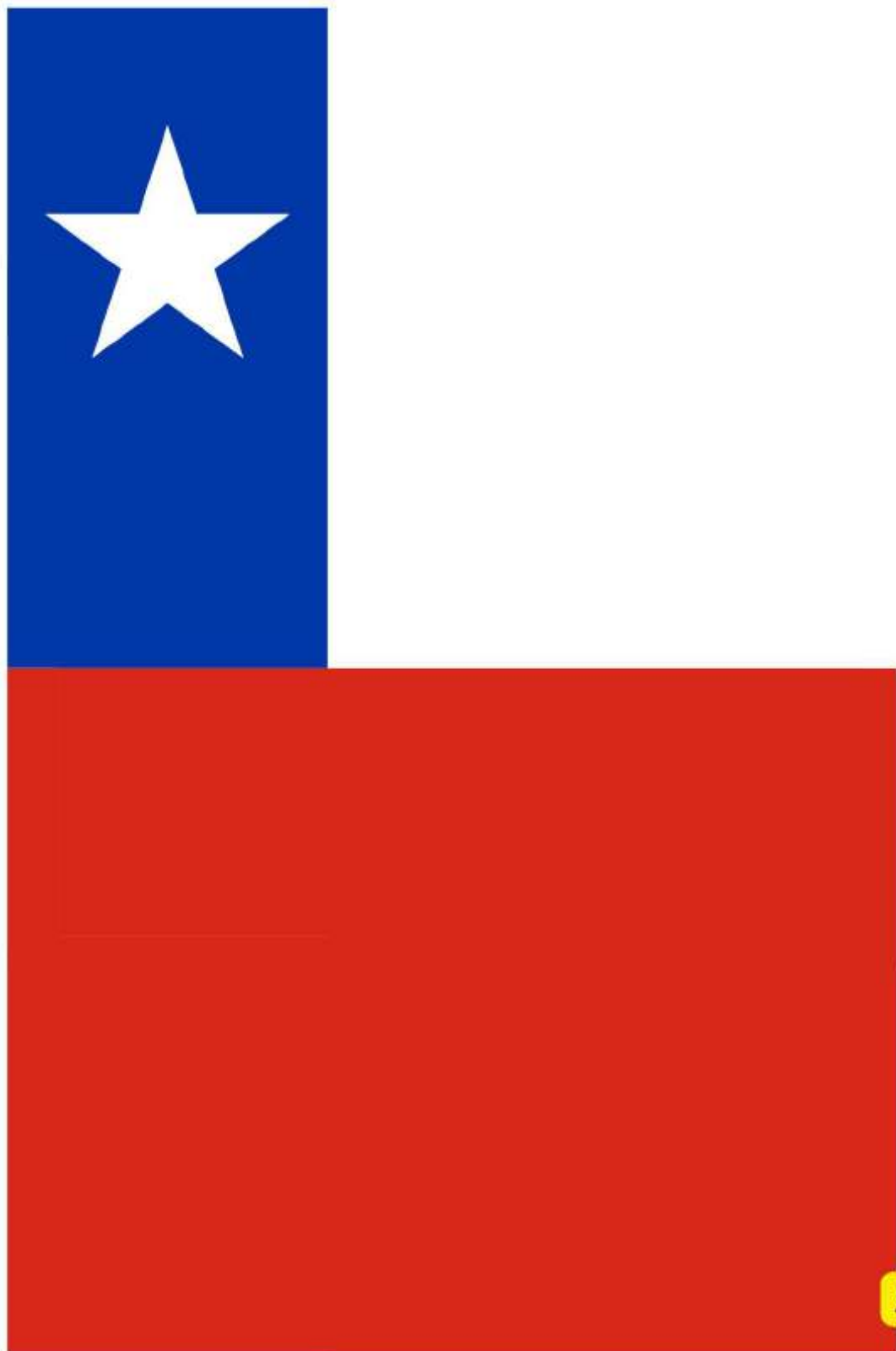
As exportações de etanol dos EUA para o Canadá dobraram nos últimos anos: de 2017 a 2021, o Canadá importou 1,2 bilhão de litros de etanol dos Estados Unidos. Em 2022, as importações aumentaram 39% em relação ao ano anterior, e outros 40% em 2023. As importações de etanol combustível cresceram significativamente devido ao mecanismo de crédito de carbono CFR (Canada's Clean Fuel Regulations) que entrou em vigor em 2022 e aos requisitos de redução de CI (Carbon Intensity) que entraram em vigor em 2023.

Os dados sugerem que os agricultores e produtores de etanol dos EUA estariam se beneficiando das políticas de combustível limpo do Canadá, uma vez que a produção local de milho e etanol não é suficiente para abastecer o mercado interno.

A capacidade de produção das 12 usinas de etanol Canadenses é de cerca de dois bilhões de litros/ano, e não houve investimento na ampliação nos últimos anos. As maiores usinas estão em Ontário, mas a produção de etanol também em Alberta, Saskatchewan e Manitoba. A vantagem competitiva dos Estados Unidos na produção de etanol se ampara na disponibilidade de milho. Os agricultores dos EUA cultivam 38 milhões de hectares de milho, enquanto os canadenses plantam 15 milhões.

Em Ontário, parte do milho utilizado na produção de etanol é importado dos EUA. Nas pradarias é utilizado principalmente trigo, que não é tão eficiente como matéria-prima quanto o milho, de modo que algumas usinas acabam importando milho dos EUA para a produção.

Produtores de etanol interessados em exportar seus produtos para o Canadá utilizando os benefícios da Regulamentação de Combustível Limpo (Clean Fuel Regulations - CFR) devem estar cadastradas no programa. Maiores informações estão disponíveis em <https://marchescarbene-carbonmarkets.canada.ca/en/Welcome>



EXPANSÃO DA CACHAÇA NO CHILE: DO TURISMO AO MERCADO PREMIUM

Data: 14/04/2025

Posto: Santiago/República do Chile

Palavras-chave: cachaça, mercado premium, turismo, bebidas alcoólicas, destilados, caipirinha, denominação de origem, consumo, expansão comercial, posicionamento, qualidade, marketing estratégico.

Responsável: Rodrigo Padovani

SUMÁRIO:

A cachaça, destilado tradicional brasileiro, ainda possui uma presença limitada no mercado chileno, mas apresenta um grande potencial de crescimento, tanto em volume quanto na exportação de produtos de alta qualidade. O aumento do turismo e o contato dos consumidores chilenos com a cultura brasileira têm contribuído para uma maior familiarização com a bebida, enquanto a valorização de destilados premium, impulsionada pela expansão da classe média, abre oportunidades para sua inserção no mercado.

Para fortalecer sua participação, é essencial reposicionar a cachaça como um destilado sofisticado, investindo em estratégias de marketing digital e redes sociais, além de estabelecer parcerias com restaurantes e bares especializados. A certificação da denominação de origem, reconhecida no acordo comercial entre Brasil e Chile, pode ser um diferencial estratégico para promover sua autenticidade e qualidade.

CONTEXTO

A cachaça é uma bebida alcoólica destilada feita a partir do caldo de cana-de-açúcar fermentado. Considerada a primeira aguardente das Américas, sua origem remonta ao período colonial brasileiro, quando os engenhos começaram a produzir a bebida como um subproduto da produção de açúcar. Com um teor alcoólico geralmente entre 38% e 48%, a cachaça pode ser consumida pura, envelhecida em diferentes tipos de madeira para intensificar seus aromas ou utilizada como base para coquetéis, sendo o mais famoso a caipirinha.

Segundo o Anuário da cachaça de 2024, elaborado pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), o total de estabelecimentos produtores de Cachaça registrados no MAPA em 2023 foi de 1217, tendo declarado a produção de 226 milhões de litros. De acordo com o Instituto Brasileiro da Cachaça (IBRAC), este setor gera mais de 600 mil empregos diretos e indiretos no Brasil, sendo a Cachaça considerada o terceiro destilado produzido localmente mais consumido do mundo, perdendo apenas para a Vodca na Rússia e o Soju coreano.

A cachaça é um produto genuinamente brasileiro, cuja história está profundamente ligada à cultura e à identidade nacional. Regulamentada no país como uma bebida exclusiva, sua origem remonta ao período colonial. O consumo sempre esteve associado a costumes e tradições populares, tornando-se um símbolo que representa o Brasil e fortalece sua projeção mundial.

Por esse motivo, a cachaça foi o produto que obteve primeira Indicação Geográfica do Brasil instituída pelo Decreto nº 4.062/2001, elaborado com base no Acordo TRIPS/OMC (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio, no âmbito da Organização Mundial do Comércio). Em virtude dos esforços conjuntos do setor produtivo e governo brasileiro, esse reconhecimento vem se ampliando, com destaque para Chile, México, Estados Unidos e Colômbia.

Exportações de Cachaça do Brasil para o Chile: Panorama Atual

Ao analisar os dados de exportação de cachaça do Brasil para o Chile, disponibilizados pelo sistema oficial de estatísticas do comércio exterior brasileiro – Comex Stat (NCM de referência: 2208.40.00) – referentes ao ano de 2024, verifica-se que o Chile ocupou a 13ª posição entre os mercados mais relevantes em valores, totalizando USD 202.163,00, e a 15ª colocação em volume, com 91.068 litros exportados.

Embora presente no mercado chileno, a cachaça brasileira ainda tem espaço para expandir sua participação. Esse potencial de crescimento pode ser observado ao comparar os números com outros países da América Latina que, mesmo com população e renda per capita inferiores, registram volumes mais expressivos de importação, como Paraguai, Bolívia, Cuba e Equador.

Exportações de Cachaça do Brasil para o Chile: Existem potencial de expansão?

Constata-se o potencial de expansão do consumo de cachaça brasileira em razão dos seguintes fatores:

1. Consumo de bebida alcoólica no Chile:

Em estudo publicado em 2024 chamado "Radiografia do consumo de bebidas alcoólicas dos chilenos" foi reportado que os chilenos consomem bebidas alcoólicas regularmente, e isso inclui destilados. De acordo com um estudo recente, 72,5% da população chilena, cuja totalidade é contabilizada como cerca de 20 milhões, declara consumir bebidas alcoólicas com alguma frequência. O consumo médio é por volta de 3,3 vezes ao mês, sendo maior entre os homens (3,8 vezes) do que entre as mulheres (2,7 vezes).

Entre os tipos de bebidas mais consumidas, a cerveja lidera, sendo apreciada por 68,4% dos entrevistados. O vinho, tradicionalmente forte na cultura chilena, ocupa a segunda posição, com 48,4% de preferência. Em relação aos destilados, o pisco, bebida emblemática do Chile, registra 18,5% de consumo, seguido pelo whisky (16,1%), pelo espumante (13,5%) e pelo rum (10,2%). No total, 44,8% das bebidas preferidas pelos chilenos pertencem à categoria de destilados, como a cachaça, mostrando uma presença relevante no consumo nacional.

2. Conhecimento do produto cachaça no Chile:

A presença da cachaça no imaginário chileno está fortemente ligada à sua identidade como um destilado emblemático do Brasil. Embora amplamente consumida no território brasileiro, sua notoriedade entre os chilenos vem crescendo, especialmente devido ao aumento do turismo.

Nos últimos anos, um número expressivo de visitantes do Chile tem explorado o Brasil, fortalecendo o contato com a cultura e as tradições gastronômicas locais. Durante essas experiências, muitos descobrem a cachaça, seja apreciando-a pura ou em coquetéis icônicos como a caipirinha. Esse contato direto favorece a familiarização com o destilado e desperta maior interesse por produtos típicos do país.

Entretanto, sua presença no mercado chileno ainda é limitada, com uma oferta restrita a versões tradicionais. Há uma percepção de que os consumidores não têm conhecimento sobre as cachaças premium, frequentemente associando a bebida exclusivamente ao preparo da caipirinha.

O reconhecimento da denominação de origem brasileira, inserido no novo acordo comercial entre Brasil e Chile de 2018, pode impulsionar oportunidades para marcas que oferecem maior diversidade de produtos. Essa nova regulamentação tende a favorecer tanto o setor varejista quanto os estabelecimentos de gastronomia, fortalecendo a presença da cachaça no país vizinho.

3. interesse na diversificação do consumo de bebidas, em particular para as reconhecidas como de alta qualidade.

O Chile possui um dos maiores PIB per capita da América do Sul, com uma expansão gradual da classe média e uma grande concentração populacional na área urbana de Santiago. O expressivo fluxo de turistas chilenos no Brasil permite que conheçam e apreciem produtos agropecuários brasileiros, gerando interesse em consumi-los também no Chile.

Além disso, o câmbio favorável entre o real e o peso chileno, aliado ao custo médio dos alimentos no Chile e ao salário médio dos trabalhadores, tem favorecido a importação de produtos brasileiros de maior padrão de qualidade, incluindo a cachaça.

4. O que fazer para ampliar as exportações de cachaça para o Chile?

Para fortalecer a presença da cachaça brasileira no Chile e ampliar suas exportações, é essencial adotar uma abordagem estratégica que combine marketing, distribuição e posicionamento de mercado. Com base nos dados apresentados, algumas ações podem ser implementadas:

5. Fortalecimento da divulgação da cachaça premium – Os consumidores chilenos ainda associam a cachaça à caipirinha, sem conhecimento sobre suas versões envelhecidas e de alta qualidade. Investir em marketing e ações de educação sobre a bebida pode ajudar a reposicionar a cachaça como um destilado sofisticado.

6. Campanhas Estratégicas nas Redes Sociais – O uso das redes sociais pode ser um grande impulsionador do reconhecimento da cachaça no Chile. Ações bem planejadas podem engajar o público-alvo e estimular o consumo da bebida, como por exemplo:

- Criação de conteúdo digital: Vídeos, blogs e posts explicando os diferentes tipos de cachaça, seus métodos de envelhecimento e harmonização; e
- Parcerias com influenciadores: Associações com especialistas em bebidas para divulgar a cachaça premium e suas características.

7. Parcerias com estabelecimentos de gastronomia – A cachaça pode ser promovida em bares e restaurantes especializados, introduzindo novos coquetéis e harmonizações. A criação de drinks exclusivos com cachaça pode aumentar seu consumo e prestígio.

8. Aproveitamento do turismo brasileiro – Muitos turistas chilenos conhecem a cachaça durante visitas ao Brasil. Campanhas que reforcem essa conexão, como ações promocionais no aeroporto ou eventos culturais brasileiros no Chile, podem estimular a demanda.

9. Expansão da distribuição – A presença da cachaça no Chile ainda é limitada. Trabalhar com importadores e redes de supermercados pode facilitar o acesso do consumidor final, permitindo que encontre a bebida mais facilmente.

10. Aproveitamento do reconhecimento da denominação de origem – O novo acordo comercial entre Brasil e Chile favorece a valorização da cachaça brasileira. Isso pode ser usado como argumento de qualidade e autenticidade na comunicação com o consumidor.

11. Segmentação de mercado e posicionamento premium – O Chile tem uma classe média em expansão e busca bebidas de maior qualidade. Posicionar a cachaça como um destilado premium, concorrendo com whisky e rum, pode atrair consumidores exigentes.



MERCADO CHINÊS DE PRODUTOS DE ORIGEM VEGETAL SUSTENTÁVEIS E OPORTUNIDADES DO BRASIL PARA A EXPORTAÇÃO DE CASTANHAS

Data: 15/04/2025

Posto: Pequim/China

Palavras-chave: China; castanhas; produtos de origem vegetal

Responsável: Leandro Diamantino Feijó, Adido Agrícola em Pequim

SUMÁRIO:

Este trabalho analisa a importância do mercado chinês para a exportação de castanhas (Castanha do Brasil, Castanha de Caju, Noz Pecã e Macadâmia) do Brasil, destacando o crescimento da demanda chinesa por alimentos saudáveis e de alta qualidade. Com um enfoque nas relações comerciais entre os dois países, o estudo explora o volume e o valor das exportações brasileiras, as vantagens competitivas do produto nacional e os desafios enfrentados, como barreiras regulatórias e concorrência internacional. Além disso, são discutidas estratégias para ampliar a participação do Brasil nesse mercado, considerando o potencial econômico e as oportunidades geradas pelo aumento do poder de compra na China. Conclui-se que o mercado chinês representa uma oportunidade significativa para o setor brasileiro de castanhas, com impactos positivos para a economia nacional.

CONTEXTO

O perfil do consumidor chinês para a compra de produtos naturais e ambientalmente sustentáveis tem evoluído significativamente nos últimos anos, refletindo mudanças culturais, econômicas e sociais na China.

Esse consumidor está cada vez mais consciente dos impactos ambientais e tem buscado produtos que não apenas atendam às suas necessidades de promoção à saúde e bem-estar, mas também que contribuam para um futuro do planeta mais sustentável.



Assim, o mercado chinês para alimentos ambientalmente sustentáveis e de origem florestal está em expansão, impulsionado por mudanças socioeconômicas, maior conscientização ambiental e uma crescente demanda por produtos que promovam saúde e bem-estar.

O consumidor chinês moderno, especialmente nas áreas urbanas, está cada vez mais atento à origem dos alimentos, aos métodos de produção e ao impacto ambiental de suas escolhas. Desta forma, com mais de 60% da população vivendo em cidades, os consumidores urbanos chineses estão mais expostos a informações sobre saúde, sustentabilidade e tendências globais, o que influencia suas escolhas alimentares.



Além disso, a rápida expansão da classe média chinesa, com maior poder aquisitivo, tem levado a uma demanda por produtos de maior qualidade e valor agregado, sendo que alimentos sustentáveis e de origem florestal são vistos como "premium" e alinhados a um estilo de vida moderno e saudável.

Nesse contexto, destacam-se alguns fatores importantes que impulsionam o consumo de castanhas, nozes e amêndoas na China:

- **Expansão da classe média:** Com mais de 400 milhões de pessoas na classe média urbana, há maior poder de compra para alimentos "premium".
- **Urbanização acelerada:** A vida nas cidades levou a uma busca por lanches práticos e saudáveis, substituindo opções tradicionais ricas em carboidratos e frituras.
- **Preocupação crescente com saúde e bem-estar:** a pandemia da COVID-19 aumentou a demanda por alimentos que reforçam a imunidade, como nozes ricas em zinco e selênio.
- **Influência de tendências globais de alimentação saudável:** os conceitos como "superfoods" e "plant-based nutrition" ganharam popularidade.
- **Mídias sociais e no marketing digital:** influenciadores (KOLs – Key Opinion Leaders) promovem nozes e castanhas como snacks fitness e ricos em proteínas, atraindo jovens adultos. Os KOLS desempenham um papel crucial na promoção de castanhas na China devido à sua capacidade de construir confiança e engajamento com um público massivo (Figura 01). Em um mercado competitivo, onde os consumidores valorizam recomendações autênticas, KOLs de nichos como saúde, bem-estar e gastronomia destacam os benefícios nutricionais, a versatilidade culinária e o apelo cultural das castanhas — especialmente em ocasiões festivas, como o Ano-Novo Chinês (Foto 01). Por meio de conteúdos criativos em plataformas, aliados a live-streamings interativos, eles transformam sua influência em vendas diretas, integrando-se ao ecossistema digital de e-commerce. Essa estratégia não apenas amplia a visibilidade da marca, mas também impulsiona decisões de compra, posicionando as castanhas como opções desejáveis tanto para consumo diário quanto como presentes "premium".



Figura 01 – Vantagens do marketing pelos KOLs na China

TRADIÇÃO CHINESA E O CONSUMO DE CASTANHAS

A tradição chinesa valoriza a alimentação como parte integrante da saúde, e muitos consumidores buscam alimentos que não apenas nutram, mas também previnam doenças e promovam longevidade.

Na cultura chinesa, presentear amigos e familiares com alimentos simbólicos é uma prática ancestral que reforça laços sociais e transmite desejos de prosperidade, saúde e harmonia. Entre os presentes mais comuns estão as nozes, castanhas e amêndoas que carregam significados profundos ligados à tradição, medicina e simbolismo, tais como:



Foto 01: Embalagens comemorativas de castanhas e nozes

- **Saúde e Longevidade:** Na Medicina Tradicional Chinesa, muitos alimentos são valorizados por suas propriedades terapêuticas. Nozes e amêndoas são consideradas fontes de energia vital e nutrientes essenciais. Presentear esses alimentos expressa o desejo de bem-estar e vida longa para o receptor.
- **Simbolismo Cultural:** A casca dura das nozes representa resiliência e proteção contra adversidades. Quebrá-las simboliza superar obstáculos, enquanto o interior nutritivo remete à riqueza oculta.
- **Significado cultural:** O ato de presentear com nozes e amêndoas transcende a nutrição, sendo um gesto carregado de intenções:

I - **Conexão Interpessoal:** Oferecer alimentos nutritivos reforça confiança e reciprocidade, pilares do "guanxi" (relacionamentos).

II - **Harmonia Familiar:** Compartilhar nozes em reuniões simboliza cooperação (ex: descascar juntos) e interdependência.

III - **Transmissão de Valores:** A prática ensina às gerações mais jovens a importância da saúde, perseverança e gratidão.

Pode-se concluir que presentear com nozes e amêndoas na China é um gesto profundamente enraizado em valores culturais, medicinais e simbólicos. Mais do que um simples costume, é uma linguagem silenciosa que comunica desejos de saúde, fortuna e união, perpetuando a riqueza da herança chinesa através das gerações.

A ASCENÇÃO DOS SUPERFOODS NA CHINA



Nos últimos anos, a China tem testemunhado um crescimento significativo no consumo de "superfoods", impulsionado por uma maior conscientização sobre saúde, bem-estar e nutrição.

Entre os alimentos que ganharam destaque no mercado chinês estão as castanhas do Brasil, macadâmia, noz pecã e castanha de caju, que se tornaram sinônimos de estilo de vida saudável e alimentação funcional.

O interesse por "superfoods" na China começou a ganhar força na década de 2010, impulsionado pela adoção de dietas saudáveis, como veganismo, keto e low-carb, aumentando a demanda por alimentos nutritivos.

Com maior poder aquisitivo, os consumidores passaram a priorizar qualidade de vida e longevidade. Além disso, os escândalos de segurança alimentar e a pandemia de COVID-19 aceleraram a busca por alimentos funcionais que reforçam a imunidade.

A Castanha do Brasil, também conhecida como Castanha-da-Amazônia, é valorizada por seu alto teor de selênio, um mineral essencial com propriedades antioxidantes que fortalecem o sistema imunológico e combatem o envelhecimento celular (Foto 02).



Já a Macadâmia, originária da Austrália, mas amplamente cultivada no Brasil, é rica em gorduras monoinsaturadas, contribuindo para a saúde cardiovascular e sendo uma opção popular entre consumidores preocupados com dietas low-carb e cetogênicas.

Foto 02: Embalagem de Castanha do Brasil em supermercado em Pequim



Foto 03: Embalagem de Macadâmia em supermercado em Pequim

A Noz Pecã, por sua vez, tem ganhado espaço devido aos seus benefícios para o cérebro e coração, graças à presença de ácidos graxos ômega-3 e vitamina E.



Foto 04: Embalagem de Noz Pecã

Enquanto isso, a Castanha de Caju é apreciada não apenas como um snack, mas também como ingrediente na culinária funcional, sendo fonte de ferro, zinco e magnésio, nutrientes essenciais para energia e vitalidade.



Foto 05: Embalagem de Castanha de Caju em supermercado em Pequim

O aumento da demanda por esses “superfoods” na China reflete uma tendência global em direção a alimentos naturais e nutritivos, aliada ao poder de compra crescente da classe média urbana. Além disso, a popularização do e-commerce e das plataformas de importação facilitou o acesso a esses produtos, antes considerados exóticos.

À medida que os consumidores chineses buscam cada vez mais alimentos que promovam longevidade e qualidade de vida, as castanhas e nozes brasileiras se consolidam como escolhas “premium”, abrindo oportunidades para exportadores e marcas que desejam se estabelecer nesse mercado em expansão.

Assim, o mercado chinês de “superfoods” está em rápida expansão, com oportunidades significativas para o Brasil que pode se beneficiar desse crescimento, desde que adote estratégia adaptadas ao consumidor chinês, incluindo certificação adequada, marketing digital e parcerias locais.

Com a demanda por saúde e bem-estar em alta, os “superfoods” devem continuar sua trajetória ascendente na China, tomando-se um segmento essencial para investidores e produtores brasileiros.

PRODUÇÃO DE CASTANHAS, NOZES E AMENDOAS NA CHINA

BIOECONOMIA CHINESA

A bioeconomia é um modelo econômico que utiliza recursos biológicos renováveis (como plantas, animais e microrganismos) para produzir alimentos, energia, materiais e serviços, alinhando desenvolvimento econômico à sustentabilidade ambiental.

Na China, essa abordagem ganhou destaque nas últimas décadas devido à necessidade de reduzir a dependência de combustíveis fósseis, combater a degradação ambiental (desertificação, poluição do solo) e garantir a segurança alimentar para sua população de 1,4 bilhão de habitantes.

O governo chinês integrou a bioeconomia em políticas nacionais, como o 14º Plano Quinquenal (2021–2025), que prioriza a agricultura sustentável, a bioinovação e a economia circular.

Nesse contexto, a produção de nozes, amêndoas e castanhas emerge como um setor estratégico, por ser capaz de alinhar geração de renda, preservação ambiental e inovação tecnológica.

PRODUÇÃO DE CASTANHAS, NOZES E AMÊNDOAS NO CONTEXTO DA BIOECONOMIA

A China é um dos maiores produtores e consumidores globais de castanhas, nozes e amêndoas, desempenhando um papel estratégico tanto no abastecimento interno quanto no mercado internacional.

Esses frutos secos são fundamentais para a economia agrícola do país, contribuindo para a segurança alimentar, a geração de renda em áreas rurais e a diversificação de cultivos. Além disso, são valorizados por seus benefícios nutricionais, alinhando-se às tendências globais de alimentação saudável.

A cultura de frutos secos emprega milhões de pequenos agricultores, especialmente em regiões montanhosas e menos desenvolvidas, como o oeste da China. Em Yunnan, por exemplo, a noz é chamada de "ouro verde" por seu alto valor agregado.



Foto 06: Produção de Nozes na província de Hebei - China

A China exporta castanhas e nozes para mais de 50 países, incluindo União Europeia, Estados Unidos e Sudeste Asiático. Em 2022, as exportações combinadas desses produtos geraram US\$ 2,1 bilhões.

O consumo per capita de frutos secos cresce cerca de 8% ao ano, impulsionado pela urbanização e pela conscientização sobre saúde.

A China diversificou sua produção de frutos secos, consolidando-se não apenas em cultivos tradicionais (como castanhas), mas também em espécies "importadas", como macadâmia e noz-pecã. Segue detalhamento das áreas produtoras e alguns dados relevantes sobre o setor:

1. Castanhas

Principais regiões:

- Hebei: Principal produtor, com destaque para Qianxi, conhecida como "Capital das Castanhas".
- Shandong: Produz variedades de *Castanea mollissima* em Yantai e Weihai.
- Yunnan: Expansão recente em áreas montanhosas do sul.

Estatísticas:

- Produção em 2023: ~2,1 milhões de toneladas (85% da produção mundial).
- Exportações: US\$ 900 milhões (mercados asiáticos e europeus).

2. Castanha de Caju

Principais regiões:

- Hainan: Principal produtor, com clima tropical ideal para o cultivo de cajueiros (*Anacardium occidentale*).
- Yunnan: Áreas experimentais em Xishuangbanna e Pu'er, com apoio governamental para adaptação da espécie.
- Guangdong: Produção incipiente em Zhanjiang e Maoming.

Estatísticas:

- Produção em 2023: ~10 mil toneladas (menos de 1% da produção global, liderada por Vietnã e Índia).
- Desafios: O clima subtropical da China é menos favorável que o tropical úmido, limitando a expansão.

3. Macadâmia

Principais regiões:

- Yunnan: Responsável por 90% da produção nacional, especialmente em Pu'er, Lincang e Dehong, onde o clima subtropical úmido favorece o cultivo.
- Guangxi: Projetos-piloto em Nanning e Baise.

Estatísticas:

- Produção em 2023: ~45 mil toneladas (China é o 2º maior produtor mundial, atrás da África do Sul).
- Expansão: Área plantada cresce 15% ao ano, com incentivos para substituir culturas de baixo rendimento.

4. Noz-Pecã

Principais regiões:

- Yunnan: Principal produtor, com projetos em Chuxiong e Dali, onde o clima ameno imita condições de origem (América do Norte).
- Sichuan: Cultivo em vales de Panzhihua e Liangshan.
- Zhejiang: Produção emergente em Hangzhou, impulsionada por cooperativas.

Estatísticas:

- **Produção em 2023:** ~18 mil toneladas (a China ainda importa 70% do consumo)

IMPORTAÇÕES CHINESAS DE CASTANHAS

A China, apesar de ser um dos maiores produtores globais de castanhas e de estar expandindo rapidamente o cultivo de macadâmia e noz-pecã, ainda depende significativamente de importações para atender à crescente demanda interna.

Assim, os consumidores urbanos buscam produtos estrangeiros associados a qualidade e status, como nozes-pecã ou macadâmias.

A produção doméstica de castanhas concentra-se no outono, enquanto importações garantem suprimento contínuo para a indústria de alimentos processados.

Esse cenário cria oportunidades estratégicas para países produtores, que encontram no mercado chinês um destino lucrativo e em expansão. Chama atenção para o fato de que a classe média chinesa prioriza saúde e bem-estar, elevando o consumo de frutos secos. O mercado de snacks saudáveis movimentou US\$ 25 bilhões em 2023, com crescimento anual de 12%.

Importações chinesas de Castanhas do Brasil no período de 2020 a 2024

2024						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08012100	Castanha do Brasil com casca	Bolívia	150000	KG	705.905	7%
08012100	Castanha do Brasil com casca	Brasil	1283000	KG	6.169.305	7%
08012200	Castanha do Brasil sem casca	Bolívia	798165	KG	5.438.016	7%
08012200	Castanha do Brasil sem casca	Brasil	48000	KG	337.901	7%
2023						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08012100	Castanha do Brasil com casca	Brasil	795000	KG	2.775.707	7%
08012200	Castanha do Brasil sem casca	Bolívia	209177	KG	1.280.532	7%
08012200	Castanha do Brasil sem casca	Brasil	54000	KG	338	7%
2022						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08012100	Castanha do Brasil com casca	Brasil	315000	KG	1.333.558	7%

08012200	Castanha do Brasil sem casca	Bolívia	24037	KG	200.616	7%
08012200	Castanha do Brasil sem casca	Brasil	17245	KG	139.612	7%
2021						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08012100	Castanha do Brasil com casca	Bolívia	4	KG	265	7%
08012100	Castanha do Brasil com casca	Brasil	50010	KG	198.718	7%
08012200	Castanha do Brasil sem casca	Bolívia	2521	KG	57.836	7%
08012200	Castanha do Brasil sem casca	EUA	292	KG	6.814	7%
2020						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08012100	Castanha do Brasil com casca	Brasil	412750	KG	1.260.715	7%
08012200	Castanha do Brasil sem casca	Bolívia	104143	KG	564.409	7%
08012200	Castanha do Brasil sem casca	EUA	30	KG	824	7%

IMPORTAÇÕES CHINESAS DE CASTANHAS DE CAJU NO PERÍODO DE 2020 A 2024

2024						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08013100	Castanha de caju com casca	Camboja	1580960	KG	2.551.820	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Vietnã	27950	KG	53.664	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Benin	629080	KG	573.424	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Gana	1063157	KG	647.271	5%
08013100	Castanha de caju com casca	Mali	3767250	KG	4.418.621	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Togo	2871810	KG	3.237.842	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Mianmar	3152140	KG	15.218.146	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Camboja	57912	KG	408.572	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Vietnã	28931334	KG	182.992.53	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Benin	15989	KG	98.814	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Costa do Marfim	7451045	KG	22.086.584	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	Tanzânia	1054512	KG	4.620.000	0%
2023						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08013100	Castanha de caju com casca	Camboja	1910800	KG	2.886.763	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Benin	2413028	KG	1.839.594	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Gana	2314283	KG	1.584.393	5%
08013100	Castanha de caju com casca	Madagascar	200640	KG	200.640	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Mali	753502	KG	702.539	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Tanzânia	304017	KG	378.630	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Togo	2395347	KG	2.376.358	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Mianmar	1422580	KG	7.088.688	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Camboja	24152	KG	182.290	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Vietnã	37571797	KG	220.911.65	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Costa do Marfim	5195026	KG	16.936.143	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	Tanzânia	192137	KG	906.897	0%

2022						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08013100	Castanha de caju com casca	Camboja	100299	KG	166.671	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Madagáscar	27039	KG	14.894	7%
08013100	Castanha de caju com casca	Nigéria	395511	KG	542.042	7%
08013100	Castanha de caju com casca	Tanzânia	115999	KG	178.593	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Togo	9182785	KG	10.063.898	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Mianmar	1626940	KG	8.969.838	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Camboja	14200	KG	111.560	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Vietnã	37451505	KG	232.227.29	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Costa do Marfim	3121460	KG	10.367.545	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	Nigéria	15921	KG	44.579	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	Tanzânia	63.864	KG	319.376	0%
2021						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08013100	Castanha de caju com casca	Camboja	1702095	KG	2.592.619	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Indonésia	35600	KG	30.730	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Benin	4438631	KG	3.687.847	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Costa do Marfim	50937	KG	65.375	7%
08013100	Castanha de caju com casca	Mali	1073892	KG	1.096.125	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Nigéria	301100	KG	216.259	7%
08013100	Castanha de caju com casca	Tanzânia	669900	KG	418.425	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Togo	5832375	KG	4.570.405	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Brasil	28000	KG	19.600	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	Mianmar	831120	KG	4.634.494	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Camboja	46862	KG	328.879	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Indonésia	11557	KG	92.870	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Vietnã	27614678	KG	180.165.27	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Benin	15650	KG	32.600	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Costa do Marfim	1835437	KG	4.746.366	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	Mali	81426	KG	163.341	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Nigéria	130064	KG	301.628	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	Tanzânia	119710	KG	438.835	0%
2020						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08013100	Castanha de caju com casca	Camboja	4075600	KG	6.951.006	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Benin	3375385	KG	2.561.081	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Gana	421550	KG	295.085	7%
08013100	Castanha de caju com casca	Costa do Marfim	386545	KG	394.665	7%
08013100	Castanha de caju com casca	Mali	24966	KG	15.025	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Nigéria	716477	KG	668.006	7%
08013100	Castanha de caju com casca	Tanzânia	1043961	KG	775.583	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Togo	5459407	KG	3.854.354	0%
08013100	Castanha de caju com casca	Brasil	443000	KG	366.250	7%

08013200	Castanha de caju sem casca	Camboja	177831	KG	1.047.590	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Indonésia	67590	KG	529.120	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Vietnã	25848755	KG	147.752.11	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Costa do Marfim	273310	KG	540.895	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	Mali	394241	KG	774.738	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Nigéria	42800	KG	141.030	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	Tanzânia	18000	KG	120.600	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Togo	13600	KG	81.644	0%
08013200	Castanha de caju sem casca	Brasil	1588	KG	14.358	7%
08013200	Castanha de caju sem casca	EUA	5158	KG	69.941	7%

IMPORTAÇÕES CHINESAS DE MACADÂMIA NO PERÍODO DE 2020 A 2024

2024						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Tailândia	200000	KG	419.172	0%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Quênia	16556220	KG	19.456.604	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	África do Sul	47573802	KG	140.296.367	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Zimbábue	6367926	KG	13.250.623	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Brasil	582620	KG	1.323.086	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Guatemala	325000	KG	722.023	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	EUA	3857825	KG	11.814.819	57%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Austrália	17174742	KG	61.950.336	0%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Vietnã	60643	KG	711.341	0%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Quênia	1063682	KG	4.389.195	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	África do Sul	2192032	KG	21.803.519	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Brasil	28692	KG	298.322	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Guatemala	30618	KG	221.622	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Austrália	2153395	KG	15.993.253	0%
2023						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Tailândia	167400	KG	405.245	0%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Vietnã	413250	KG	1.520.058	0%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Quênia	6455338	KG	6.748.377	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	África do Sul	44447353	KG	120.881.584	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Zimbábue	4009051	KG	8.522.793	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Brasil	1083990	KG	2.094.259	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Guatemala	3950000	KG	8.751.881	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	EUA	2580983	KG	9.424.899	57%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Austrália	20890147	KG	64.200.734	0%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Vietnã	69911	KG	841.831	0%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Quênia	2063516	KG	10.899.022	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	África do Sul	1632604	KG	13.390.708	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Brasil	35018	KG	301.553	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Guatemala	292573	KG	2.811.275	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Austrália	1869355	KG	16.865.437	0%

2022						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Tailândia	233440	KG	697.816	0%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Vietnã	523143	KG	2.013.933	0%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Quênia	1081399	KG	2.542.180	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	África do Sul	22902105	KG	96.018.161	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Zimbábue	1821300	KG	5.810.516	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Brasil	426310	KG	1.325.878	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Guatemala	2075002	KG	6.118.007	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	EUA	4894056	KG	22.044.872	57%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Austrália	13348682	KG	64.429.318	0%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Vietnã	30934	KG	604.917	0%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Quênia	808312	KG	10.743.088	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	África do Sul	630086	KG	9.256.750	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Brasil	31616	KG	414.500	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Guatemala	125825	KG	1.840.446	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Austrália	3450793	KG	36.078.591	0%
2021						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Tailândia	25000	KG	86.376	0%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Vietnã	48775	KG	268.262	0%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Quênia	118961	KG	303.053	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	África do Sul	14007298	KG	69.141.525	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Zimbábue	3423828	KG	13.902.847	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Brasil	777160	KG	3.043.667	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Guatemala	3947000	KG	14.544.167	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	EUA	2654409	KG	11.944.832	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Austrália	13994274	KG	78.098.719	0%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Vietnã	83011	KG	1.602.328	0%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Quênia	319875	KG	3.313.652	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	África do Sul	138066	KG	2.292.178	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Guatemala	37428	KG	255.778	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	EUA	41731	KG	625.968	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Austrália	3083352	KG	31.529.015	0%
2020						
HS	Nome do Produto	País	Qtd	Unidade	USD	I.I.
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Tailândia	12000	KG	62.400	0%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Vietnã	25000	KG	144.964	0%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Quênia	72836	KG	202.308	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	África do Sul	6810259	KG	37.476.797	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Zimbábue	2283319	KG	11.000.038	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Brasil	947660	KG	3.967.596	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Guatemala	1384000	KG	6.046.341	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	EUA	1440481	KG	4.695.608	12%
08026190	Nozes de <u>macadâmia</u> com casca	Austrália	12415779	KG	71.528.879	0%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Quênia	76449	KG	188.414	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	África do Sul	146934	KG	1.653.979	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Guatemala	25000	KG	83.750	12%
08026200	Nozes de <u>macadâmia</u> sem casca	Austrália	2525075	KG	20.331.811	0%

OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CASTANHAS PARA A CHINA

A China, maior mercado consumidor do mundo, vive uma transformação nos padrões de consumo, impulsionada pelo crescimento da classe média, urbanização e preocupação com saúde e bem-estar.

Nesse cenário, os frutos secos ganham destaque como snacks nutritivos e ingredientes gourmet, com o mercado chinês projetando crescimento de 9% ao ano até 2027.

O Brasil, detentor de recursos naturais únicos e capacidade produtiva robusta, tem potencial para se consolidar como fornecedor estratégico de castanhas "premium", como a Castanha do Brasil, Castanha de Caju, Macadâmia e Noz Pecã.

Castanha do Brasil: Biodiversidade como Diferencial

Oportunidades:

- **Exclusividade Geográfica:** Produzida exclusivamente na Amazônia, a Castanha do Brasil é um produto exótico, associado à riqueza natural brasileira. Na China, consumidores valorizam itens com identidade cultural e origem sustentável.
- **Atributos Nutricionais:** Rica em selênio (1 castanha atende 100% da dose diária recomendada), é ideal para o público que busca alimentos funcionais.
- **Sustentabilidade como Valor:** A coleta por comunidades extrativistas pode ser um selo de responsabilidade socioambiental, alinhando-se às exigências ESG chinesas.

Estratégias:

- **Certificação de cadeias sustentáveis** para garantir rastreabilidade.
- **Parcerias com influenciadores chineses** focados em saúde e ecologia para promover a castanha em plataformas digitais.
- **A preferência por embalagens luxuosas** (para presentes) e porções individuais (para jovens urbanos) permite que o Brasil diversifique formatos de exportação.
- **Participação em feiras** como a SIAL China e CIEE para ampliar visibilidade.

Castanha de Caju: Competitividade em Escala

Oportunidades:

- **Capacidade Produtiva:** O Brasil é o 3º maior produtor global, com tecnologia avançada de processamento (descascamento mecânico e controle de qualidade).
- **Demanda por Conveniência:** A versatilidade da Castanha de Caju (in natura, torrada, em snacks) atende a preferência chinesa por produtos prontos para consumo.

Desafios e Soluções:

- Concorrência com Vietnã: Diferenciar com embalagens "premium", sabores exclusivos e selos orgânicos.
- Parcerias com influenciadores chineses focados em saúde para promover a castanha de caju em plataformas digitais.
- Participação em feiras como a SIAL China e CIEE para ampliar visibilidade.
- A preferência por embalagens luxuosas (para presentes) e porções individuais (para jovens urbanos) permite que o Brasil diversifique formatos de exportação.

MACADÂMIA: OPORTUNIDADE NO SEGMENTO LUXO

Oportunidades:

- Custos Competitivos: O Brasil é o 2º maior produtor mundial, com custos 20% menores que os da Austrália, principal concorrente.
- Mercado em Expansão: A macadâmia é símbolo de status na China, consumida em chocolates finos, sorvetes premium e cosméticos (óleo nutritivo).
- Saúde e Beleza: O alto teor de ômega-7 atrai consumidores preocupados com cuidados pessoais e longevidade.

Estratégias:

- Parcerias com marcas chinesas para inclusão em produtos premium.
- Participação em feiras como a SIAL China e CIEE para ampliar visibilidade.
- A preferência por embalagens luxuosas (para presentes) e porções individuais (para jovens urbanos) permite que o Brasil diversifique formatos de exportação.

NOZ PECÃ: NICHOS EM ASCENSÃO

Oportunidades:

Cultivo em Expansão: Regiões como Rio Grande do Sul e Santa Catarina aumentaram a produção em 15% nos últimos 5 anos.

Ocidentalização da Dieta: A pecã é associada a sobremesas como pecan pie, tendência em padarias e cafés de elite chineses.

Perfil Nutricional: Baixo índice glicêmico e alto teor de antioxidantes atraem consumidores fitness.

Estratégias:

Desenvolver kits para confeitadores (ex.: nozes quebradas para bolos) e promover receitas em parceria com chefs locais.

Posicionar a pecã como alternativa premium à noz comum, destacando sua textura crocante e sabor adocicado.

Diferenciação via storytelling (ex.: conexão da castanha do Brasil com a Amazônia) e certificações de qualidade.

A preferência por embalagens luxuosas (para presentes) e porções individuais (para jovens urbanos) permite que o Brasil diversifique formatos de exportação.

CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

A combinação entre demanda não atendida, poder de compra crescente e políticas comerciais favoráveis posiciona a China como um mercado atraente para exportadores de castanhas, macadâmia e noz-pecã. Países produtores que investirem em qualidade, adaptação cultural e estratégias digitais podem capturar parcelas significativas desse mercado, que deve ultrapassar US\$ 10 bilhões em importações de frutos secos até 2025. Para a China, as importações não apenas complementam a produção local, mas também atendem a uma população cada vez mais exigente e globalizada.

O Brasil possui vantagens competitivas únicas para suprir a demanda chinesa por frutos secos, combinando biodiversidade, capacidade técnica e alinhamento com tendências globais. Para consolidar essa posição, recomenda-se:

1. Estruturar uma Marca País: Associar as castanhas à imagem do Brasil como guardião da natureza e produtor de alimentos saudáveis.
2. Inovar em Produtos: Desenvolver linhas específicas para o paladar chinês.
3. Investir em Inteligência de Mercado: Mapear preferências regionais (ex.: Sul da China consome mais produtos premium) para direcionar estratégias.

Com planejamento estratégico e sinergia entre governo e setor privado, o Brasil pode transformar suas castanhas em um dos principais produtos de exportação agroindustrial para a China, gerando divisas e fortalecendo sua imagem global como potência sustentável.

ASSOCIAÇÕES CHINESAS ENVOLVIDAS NO SETOR DE CASTANHAS

Abaixo, apresenta-se associações chinesas envolvidas no setor de castanhas e amêndoas:

1. China Chamber of Commerce of Foodstuffs and Native Produce (CFNA) - A CFNA é uma das principais câmaras de comércio da China voltada para alimentos e produtos nativos, incluindo castanhas e amêndoas. Ela facilita o comércio internacional, promove padrões de qualidade e organiza feiras e eventos do setor. A CFNA trabalha com importadores, exportadores e produtores, além de fornecer informações sobre tendências de mercado e regulamentações.

- Website: <https://en.cccfna.org.cn/>

2. China Agricultural Wholesale Markets Association (CAWA) - A CAWA é focada em mercados atacadistas agrícolas, que são um dos principais canais de distribuição de castanhas e amêndoas na China. A associação facilita a conexão entre produtores, importadores e varejistas, além de promover a modernização da cadeia de suprimentos.

- Website: <https://www.cawa.org.cn/global/index.html>

FEIRAS E EVENTOS DO SETOR

Food Exhibition for China Nuts and Dried Fruits - é a maior feira do setor na China, reunindo importadores, exportadores e distribuidores de castanhas, amêndoas e outros produtos relacionados.



SIAL Shanghai: Uma das maiores feiras de alimentos e bebidas da Ásia, onde castanhas e amêndoas são frequentemente destacadas.



China (Shanghai) International Organic & Green Food Industry Expo 2024 – com foco em alimentos orgânicos e sustentáveis, incluindo nozes e castanhas. Evento importante para produtores e distribuidores de alimentos naturais e saudáveis.



As associações chinesas desempenham um papel vital na importação, comercialização e promoção de castanhas e amêndoas no mercado chinês. Para empresas brasileiras que desejam entrar nesse mercado, estabelecer parcerias com essas organizações pode ser uma estratégia eficaz para ganhar visibilidade, entender as regulamentações e conectar-se com importadores e distribuidores locais.

Além disso, participar de feiras e eventos organizados por essas associações é uma excelente maneira de explorar oportunidades e construir relacionamentos comerciais.

ANÁLISE SITUACIONAL DO MERCADO DE AÇÚCAR NA COLÔMBIA E PERSPECTIVAS COMERCIAIS PARA 2025

Data: 15/04/2025

Posto: Bogotá/Colômbia

Palavras-chave: açúcar; derivados da cana; exportações; produção; fenômenos climáticos; dinâmica de mercado; comércio internacional; projeção de oportunidade

Responsável: Clóvis Augusto Versalli Serafini

SUMÁRIO:

A Colômbia é um país que está situado no extremo norte da América do Sul, atualmente possui a segunda maior população do continente. Apesar do atual ambiente favorável, o comércio agropecuário entre Brasil e Colômbia ainda está muito aquém do seu verdadeiro potencial. A produção de açúcar é importante para o país, com clima e fertilidade dos solos favoráveis, o que possibilita que esta cultura usufrua de altos índices de produtividade. As exportações colombianas de açúcar vêm crescendo continuamente nos últimos anos, em 2024 alcançaram mais de 60 países, gerando uma receita de US\$ 385 milhões. A demanda consequente das crescentes exportações e do fomento para a produção do etanol de cana-de-açúcar nos leva a crer que o Brasil, enquanto o maior fornecedor do café importado pela Colômbia (68%) deverá ter interessantes oportunidades no ano de 2025 para aumentar as exportações e o abastecimento da Colômbia de açúcar.

CONTEXTO

A Colômbia é um país que está situado no extremo norte da América do Sul, atualmente possui a segunda maior população do continente. De acordo com os dados demográficos mais recentes, o país abriga cerca de 52 milhões de habitantes e é considerada a terceira maior economia do continente. Com um papel estratégico nos âmbitos econômico e político, a Colômbia também se destaca pelo seu crescente poder de compra e pelo notável avanço socioeconômico registrado nos últimos anos. Os processos de reforma normativa, somados às recentes modernizações nos procedimentos das instituições públicas, aliados ao atual alinhamento político-ideológico entre os governos da Colômbia e do Brasil, favorecem uma aproximação mais estreita entre os dois países. Esses fatores criam um ambiente propício para o fortalecimento do comércio bilateral, especialmente no setor agropecuário. Apesar do ambiente favorável, o comércio agropecuário entre Brasil e Colômbia ainda está muito aquém do seu verdadeiro potencial, especialmente considerando que ambos os países se destacam como grandes provedores de alimentos para populações e animais em escala global.

Um fator que frequentemente surpreende os estrangeiros é a estabilidade climática da Colômbia ao longo do ano. Essa característica está relacionada à sua localização na zona equatorial, o que resulta em pouca variação nos horários de nascer e pôr do sol, além de estações do ano menos marcadas do que em outras partes do mundo. Entretanto, isso não significa que o clima colombiano seja homogêneo. Muito pelo contrário: a diversidade topográfica do país contribui para a existência de uma ampla gama de paisagens, zonas térmicas e uma rica biodiversidade, tornando a Colômbia um território de grande complexidade climática. A variedade de climas, aliada à fertilidade dos solos em diversas regiões, favorece a produção de uma extensa gama de culturas agrícolas, com altos níveis de produtividade — como é o caso da cana-de-açúcar, que tem se destacado no cenário agroindustrial colombiano.

A cana-de-açúcar foi introduzida na Colômbia em 1538, pelo porto de Cartagena. Em 1540, dois anos depois, chegou ao vale do Rio Cauca por meio do porto de Buenaventura, sendo inicialmente cultivada na margem esquerda do rio, em áreas próximas à cidade de Cali, onde até hoje funcionavam engenhos dedicados à produção de açúcar. O cultivo sistemático da cana-de-açúcar teve início na Colômbia por volta da metade do século XVI. Desde então, o setor agroindustrial canavieiro consolidou-se no próprio vale do Rio Cauca, abrangendo 51 municípios distribuídos entre seis departamentos: Valle del Cauca, Cauca, Risaralda, Caldas, Quindío e Meta. A referida região, indicada no mapa abaixo, conta atualmente com cerca de 240 mil hectares de canaviais:



O setor sucroalcooleiro da Colômbia é bem estruturado e conta com uma base organizacional sólida. Desde 1957, é institucionalmente representado pela ASOCAÑA — Associação do Setor Agroindustrial da Cana, que desempenha um papel essencial como articuladora e defensora dos interesses do setor. Entre as instituições de destaque, encontra-se o CENICAÑA (Centro Colombiano de Pesquisas Canavieiras), criado em 1977 como uma entidade científica privada e sem fins lucrativos. Naquele mesmo ano, foi fundada a TECNICAÑA — Associação Colombiana de Técnicos em Cana-de-Açúcar, este órgão com foco no aprimoramento técnico e na capacitação profissional da cadeia produtiva da cana-de-açúcar no país.

Nas últimas semanas, a presidente da ASOCAÑA, Claudia Calero, apresentou o relatório anual de 2024 sobre a agroindústria da cana-de-açúcar na Colômbia, ressaltando a importância estratégica do setor para a economia nacional. Na atualidade, o setor canavieiro colombiano também possui alta relevância social, por ser responsável pela geração de 286 mil empregos diretos. Entre janeiro e novembro de 2024, o setor produziu 20 milhões de toneladas de açúcar moído, representando um crescimento de 5% em relação ao mesmo período de 2023. No mercado externo, o setor sucroenergético também registrou desempenho notável no último ano, com a exportação de 517 mil toneladas de açúcar, para mais de 60 países, gerando uma receita de US\$ 385 milhões. Esse resultado consagrou 2024 como o segundo melhor ano da história do setor em termos de exportações. Os principais destinos do açúcar colombiano foram os Estados Unidos (28,8%), seguidos por Chile (15,5%), Haiti (9%), Equador (8,7%) e Peru (6,7%).

Concomitantemente ao crescimento nas exportações, observou-se também um aumento no volume de importações colombianas de açúcar bruto nos últimos anos. Segundo dados da Direção de Impostos e Aduanas Nacionais (DIAN) da Colômbia, as importações de açúcar bruto pelo país vêm registrando crescimento constante nos últimos três anos. Em 2022, foram importados US\$ 149 milhões do produto; em 2023, o valor subiu para US\$ 177 milhões; e, em 2024, atingiu US\$ 196,5 milhões. No último ano, os principais países de origem dessas importações foram: Brasil, com US\$ 121,5 milhões; Guatemala, com US\$ 28,6 milhões; e Bolívia, com US\$ 12,5 milhões. Esses dados evidenciam o papel de destaque do Brasil, que já é o principal fornecedor de açúcar bruto para o mercado colombiano, conforme ilustrado no gráfico a seguir:

PARTICIPAÇÃO DOS PAÍSES PROVEDORES DE AÇÚCAR BRUTO PARA COLÔMBIA EM 2024 (NCM 1701)

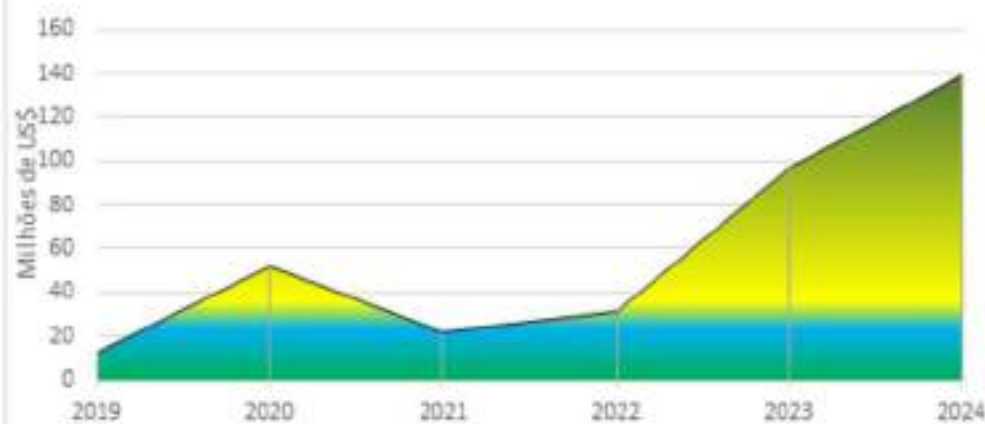
FONTE: TRADEMAP



Os dados estatísticos dos últimos cinco anos sobre as importações colombianas de produtos do complexo sucroalcooleiro provenientes do Brasil denotam um crescimento considerável neste fluxo comercial, com incrementos anuais significativos. A partir de 2022, este crescimento no fluxo de comércio do Brasil para Colômbia ficou ainda mais evidente, como se pode verificar na seguinte imagem:

Complexo Sucroalcooleiro Importações colombianas de origem brasileira

FONTE: Agrostat/MAPI



O crescimento contínuo das exportações brasileiras de açúcar bruto para a Colômbia nos últimos anos, aliado aos outros fatores relevantes referenciados neste documento, permite projetar a manutenção dessa tendência de alta para a venda de açúcar brasileiro ao mercado colombiano. Esse cenário, somado à ampliação das exportações colombianas de açúcar para diversos mercados internacionais e aos desafios internos enfrentados pelo país — como a dificuldade em manter as áreas cultivadas de cana-de-açúcar, bem como os índices de produtividade e os volumes de produção — reforça a hipótese de que a Colômbia continuará necessitando importar açúcar no curto e no médio prazo. Não se pode deixar de referenciar o crescimento dos volumes de etanol fabricado com cana-de-açúcar na Colômbia, prática que vem sendo fomentada pelo governo nacional e que acaba por competir pela cana com a produção do açúcar no país.

Considerando o protagonismo do Brasil como principal fornecedor de açúcar importado pela Colômbia, pode-se inferir que há uma oportunidade promissora para a ampliação das exportações brasileiras ao mercado colombiano ao longo de 2025.

As empresas brasileiras interessadas em exportar açúcar para a Colômbia podem acessar as orientações elaboradas e disponibilizadas pelo Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) no seguinte link:

https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/exportacao-dipov/Exportador_Acucar_Colombia

O crescimento contínuo das exportações brasileiras de açúcar bruto para a Colômbia nos últimos anos, aliado aos outros fatores relevantes referenciados neste documento, permite projetar a manutenção dessa tendência de alta para a venda de açúcar brasileiro ao mercado colombiano. Esse cenário, somado à ampliação das exportações colombianas de açúcar para diversos mercados internacionais e aos desafios internos enfrentados pelo país — como a dificuldade em manter as áreas cultivadas de cana-de-açúcar, bem como os índices de produtividade e os volumes de produção — reforça a hipótese de que a Colômbia continuará necessitando importar açúcar no curto e no médio prazo. Não se pode deixar de referenciar o crescimento dos volumes de etanol fabricado com cana-de-açúcar na Colômbia, prática que vem sendo fomentada pelo governo nacional e que acaba por competir pela cana com a produção do açúcar no país.



Os dados estatísticos dos últimos cinco anos sobre as importações colombianas de produtos do complexo sucroalcooleiro provenientes do Brasil denotam um crescimento considerável neste fluxo comercial, com incrementos anuais significativos. A partir de 2022, este crescimento no fluxo de comércio do Brasil para Colômbia ficou ainda mais evidente, como se pode verificar na seguinte imagem:





EXPLORANDO O MERCADO DE CAFÉ NA COREIA DO SUL: DADOS, TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES PARA OS EXPORTADORES BRASILEIROS

Data: 13/04/2025

Posto: SEUL/COREIA DO SUL

Palavras-chave: Café; mercado; tendências de consumo; tarifas; quotas

Responsável: Ricardo Zanatta Machado - Adido Agrícola em Seul, Rodrigo Braune

Wanderley – Assistente técnico da adidância agrícola

SUMÁRIO:

A Coreia do Sul continua a ser um importante mercado para o café brasileiro. Com uma demanda crescente e novas tendências de consumo que favorecem produtos como cafés descafeinados, a Coreia importou US\$ 1,24 bilhão em grãos de café em 2024. As políticas governamentais, como quotas tarifárias emergenciais e isenção de IVA, podem apresentar oportunidades para os exportadores brasileiros.

Contextualização e Dados de mercado

Os sul-coreanos consomem, em média, de duas a três xícaras de café por dia. Especialistas atribuem esse hábito ao estilo de vida intenso e à cultura de trabalho da Coreia, além de outros fatores sociais e econômicos que contribuem para a popularização do café no país.

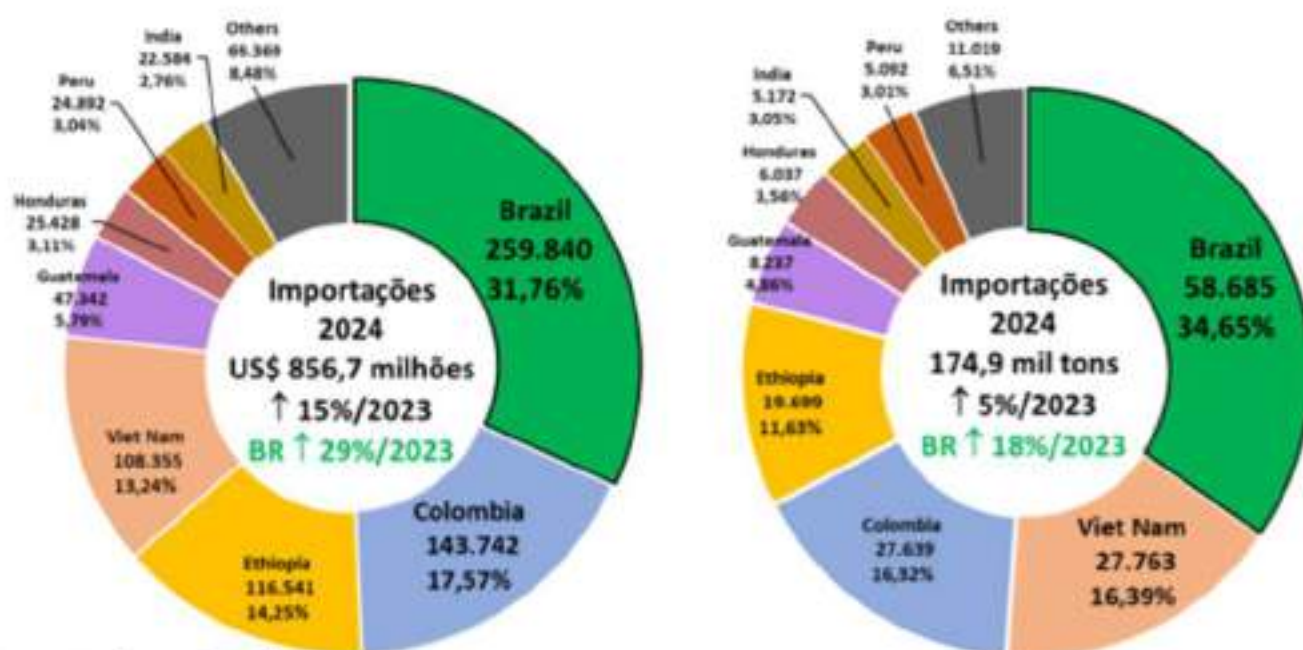
Segundo dados da Euromonitor International, em 2020, a Coreia do Sul ficou em segundo lugar no mundo em termos de consumo de café per capita, com 367 xícaras por ano. Esse número é mais que o dobro da média global, que é de 161 xícaras por ano.

Além desse dado impressionante, a quantidade de cafeterias no país também é notável.

Em 2022, havia mais de 100.000 cafeterias, um número que dobrou em relação a 2016. Esse aumento no número de cafeterias também levou a Coreia do Sul a expandir suas importações de grãos de café. Em 2024, o país importou US\$ 1,24 bilhão em grãos de café, com um volume superior a 202 mil toneladas. Esse valor foi praticamente o dobro em relação ao montante importado em 2018.

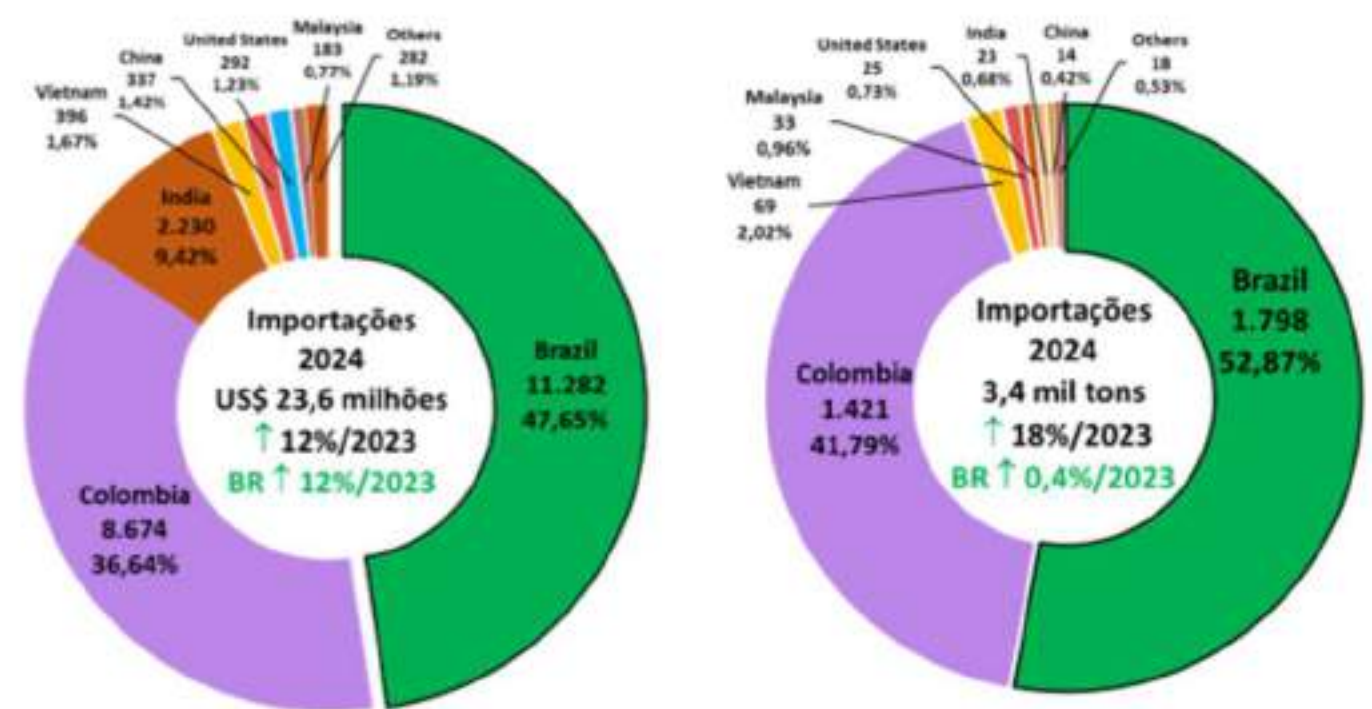
O Brasil foi o principal fornecedor de café para a Coreia do Sul em 2024. No entanto, essa liderança se restringe aos cafés em grãos verdes (HS 090111) (gráfico 1) e extratos, essências e concentrados de café (HS 210111.90) (gráfico 2). No caso de outros produtos, como cafés em grãos torrados (HS 090121) (gráfico 3), café solúvel (HS 210111.10) (gráfico 4), café verde descafeinado (HS 090112) (gráfico 5) e café torrado descafeinado (HS 090122) (gráfico 6) os principais exportadores foram os EUA, Vietnã, Colômbia e Suíça (em termos de valor).

Gráfico 1. Importações de café verde, em grãos (HS 090111), em 2024, em valor (mil dólares) e volume (toneladas)



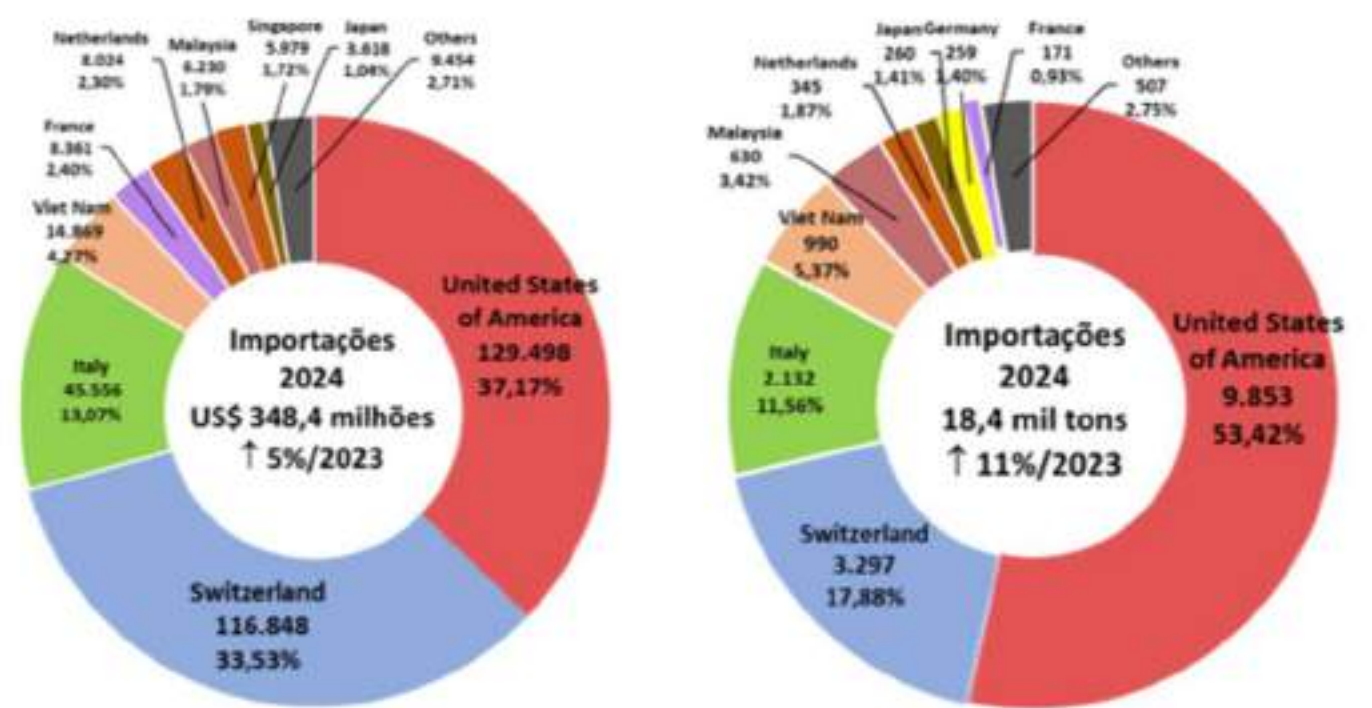
Fonte: [Trademap \(2025\)](#)

Gráfico 2. Importações de extratos, essências e concentrados de café (HS 210111.90), em 2024, em valor (mil dólares) e volume (toneladas)



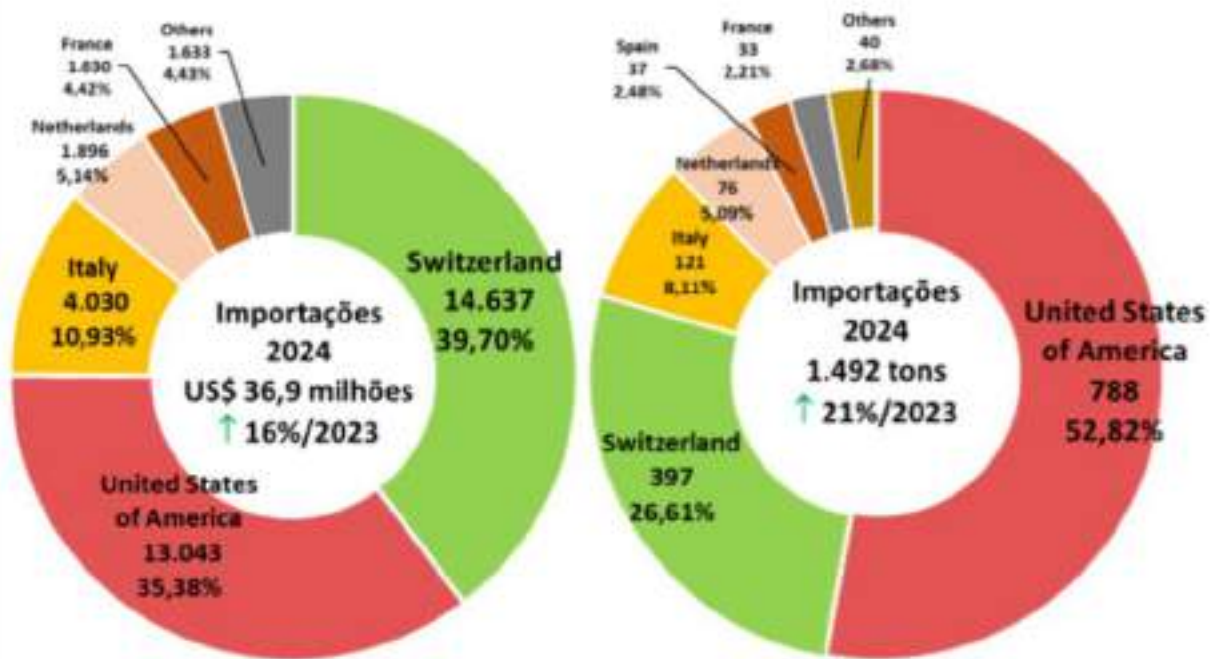
Fonte: Trademap (2025)

Gráfico 3. Importações café, em grãos, torrado (HS 090121), em 2024, em valor (mil dólares) e volume (toneladas)



Fonte: Trademap (2025)

Gráfico 6. Importações de café torrado descafeinado (HS 090122), em 2024, em valor (mil dólares) e volume (toneladas)



Fonte: [Trademap](#) (2025)

Tarifas

As tarifas aplicadas ao café brasileiro são as tarifas MFN (nação mais favorecida) e, portanto, mais altas que as de países que possuem algum tipo de preferência tarifária. A tabela a seguir apresenta as tarifas aplicadas aos produtos brasileiros em comparação com os principais concorrentes que possuem preferências tarifárias.

Tabela 1. Tarifas aplicadas para os diversos tipos de cafés

Tipo de café	Tarifa MFN (Brasil)	Tarifa dos principais concorrentes
Café verde (HSs 0901.11 e 0901.12)	2%	Colômbia, Etiópia, ASEAN, Peru, Honduras, Índia (0%)
Café torrado (HSs 0901.21 e 0901.22)	8%	EUA, Suíça, UE, ASEAN, Reino Unido (0%)
Café solúvel (HS 2101.11.1000)	8%	ASEAN, UE, EUA, Colômbia, Suíça (0%) China (4%)
Extratos, essências e concentrados de café (HS 2101.11.9000)	8%	Colômbia, UE, ASEAN, Índia (0%)

Fonte: [Customs Korea](#) (2025)

Tendências de consumo

As tarifas aplicadas ao café brasileiro são as tarifas MFN (nação mais favorecida) e, portanto, mais altas que as de países que possuem algum tipo de preferência tarifária. A tabela a seguir apresenta as tarifas aplicadas aos produtos brasileiros em comparação com os principais concorrentes que possuem preferências tarifárias.

TENDÊNCIAS DE CONSUMO

Café gelado

Na Coreia do Sul, o café americano gelado (ice americano) é a bebida mais popular, independentemente da estação do ano. De acordo com a Starbucks Coreia, essa bebida tem sido a mais vendida desde 2009. Em 2024, 70% das bebidas vendidas pela marca foram geladas, mesmo no inverno.

Café descafeinado

Considerando a grande preocupação dos sul-coreanos com a saúde, os cafés descafeinados estão ganhando popularidade. Muitos consumidores procuram desfrutar do café sem se preocupar com os efeitos da cafeína.

Entre 2020 e 2024, as importações de cafés verdes descafeinados saltaram de 2.806 para 5.531 toneladas (aumento de 97%). Já as importações de cafés torrados descafeinados subiram de 906 para 1.492 toneladas, um aumento de 69%.

A Starbucks Korea registrou um aumento de 55% nas vendas de bebidas descafeinadas em 2024, com cerca de 32,7 milhões de xícaras vendidas, triplicando em comparação com 2019. Atualmente, uma a cada 11 bebidas de café vendida pela Starbucks é descafeinada.

Outras franquias como Café Adagio (da rede Paris Baguette) e Ediya Coffee também observam aumentos substanciais nas vendas de café descafeinado.

Quotas tarifárias emergenciais e isenção de IVA

Em 2025, o governo sul-coreano estabeleceu quotas tarifárias emergenciais com tarifa de 0% para café verde (HSs 090111 e 090112), café solúvel instantâneo (HS 210111.1000) e extratos de café (HS210111.9000). A quota para café verde abrange todo o volume a ser importado no ano, enquanto para café solúvel e extratos, é de 2.500 toneladas cada. A validade das quotas é de 01 de janeiro de 2025 a 31 de dezembro de 2025, ou até que o volume acima seja atingido, nos casos de café solúvel e extratos de café.

Adicionalmente, o Imposto de Valor Agregado (IVA) de 10% foi isento para o café durante o ano de 2025, como medida para mitigar o aumento de preços. Espera-se que a isenção minimize os impactos no consumo do produto.

CONTATO COM IMPORTADORES SUL-COREANOS

Para facilitar o contato entre os exportadores brasileiros e os importadores sul-coreanos, a Adidância Agrícola do Brasil em Seul elaborou uma lista contendo informações detalhadas sobre os principais importadores de café do país, separadas por tipo (verde, torrado, instantâneo e extratos de café). A lista pode ser acessada através do link:

https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/relacoes-internacionais/adidos-agricolas/coreia-do-sul/2023._Cafe._Lista_de_Importadores.pdf .

Além disso, feiras multissetoriais, como a Seoul Food & Hotel, a ser realizada de 10 a 13 de junho de 2025, e específicas, como o Café Show, a ser realizada de 10 a 13 de novembro de 2025, são importantes ocasiões para os exportadores brasileiros estabelecerem contatos diretos com importadores sul-coreanos.

Esses eventos oferecem uma excelente oportunidade para apresentar os produtos, expandir a rede de negócios e explorar novas oportunidades no mercado sul-coreano. Maiores detalhes sobre a feira Seoul Food & Hotel, que conta com um pavilhão organizado pelo Ministério da Agricultura, podem ser obtidas no link: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/relacoes-internacionais/eventos-internacionais/feiras-internacionais/seoul-food-hotel-2025>



OPORTUNIDADE PARA O GERGELIM BRASILEIRO NA COSTA RICA

Data: 14/04/2025

Posto: São Jose- Costa Rica

Palavras-chave: Costa Rica. Gergelim. Oportunidade de mercado. Diversificação.

Responsável: Priscila Rech Pinto Moser. Colaboração: Andrés Jimenez Alvarado

SUMÁRIO:

O gergelim tem ganhado popularidade na Costa Rica, com um aumento significativo nas importações, que totalizaram 294 toneladas em 2024, representando um crescimento de 20,3% em relação a 2023. As principais origens são Guatemala, Índia e Estados Unidos. A indústria alimentícia costarriquenha utiliza o gergelim em produtos como pães e nozes. A Costa Rica aplica uma tarifa de importação de 0% para o gergelim. Embora o Brasil não tenha um acordo comercial com a Costa Rica, a isenção de tarifas para esse produto coloca o gergelim brasileiro em boa posição. No entanto, requisitos fitossanitários precisam ser definidos para viabilizar o comércio. O Brasil tem potencial para atender à demanda costarriquenha, oferecendo uma oportunidade de diversificação para o agronegócio.

CONTEXTO

Atualmente, o Brasil ocupa a sétima posição no ranking mundial de exportação de gergelim, representando 5,31% do comércio global. Os principais estados produtores são Mato Grosso, Goiás, Pará e Tocantins, enquanto Bahia, Minas Gerais, Maranhão e Rondônia possuem grande potencial de expansão na cultura.

Originário das regiões tropicais da África e Ásia, o gergelim, uma oleaginosa amplamente consumida no Oriente, foi introduzido no Brasil no século XVI, pelos portugueses, a partir de suas colônias na Índia.

A cultura de gergelim ganhou notoriedade a partir da década de 1980, quando agricultores de Mato Grosso iniciaram pequenas plantações. Curiosamente, em 2022, o Brasil se tornou o segundo maior fornecedor de sementes de gergelim para a Índia, exportando 2,7 mil toneladas para esse mercado.

O Brasil já é reconhecido como uma excelente opção para a exportação de gergelim, com destaque para a China, que recentemente abriu seu mercado para o produto brasileiro. Vale ressaltar que a China detém 50% da demanda global de gergelim. Em 2023, as exportações brasileiras de gergelim alcançaram 151 mil toneladas, marcando um impressionante crescimento de 257% em relação ao ano anterior.

O consumo global de gergelim tem crescido continuamente, com a produção mundial dobrando na última década, de 10 milhões para 20 milhões de toneladas. Em 2024, a Índia consolidou-se como o maior parceiro comercial do Brasil, totalizando US\$ 134 milhões em exportações brasileiras do produto (Trademap). Além da Índia, outros países que compõem a lista de destinos das exportações brasileiras de gergelim incluem Turquia, Vietnã, Guatemala e Arábia Saudita.

Seguindo a tendência mundial, o gergelim tem sido amplamente utilizado na culinária da Costa Rica, e observou-se um crescimento significativo nas importações deste produto nos últimos anos.



BOLSA RESELLABLE

43g



SÉSAMO AHUMADO

100g



Fotos de Sementes de Gergelim vendidas em duas redes de supermercados no país.

De acordo com dados da Promotora de Comércio Exterior da Costa Rica, a importação de gergelim, classificado sob o código tarifário 1207.40, registrou, em 2024, 294 toneladas, totalizando um valor CIF de US\$ 856 mil. Este número representa um aumento de 20,3% em relação a 2023, quando as importações somaram US\$ 712 mil. Os principais países de origem das importações de gergelim incluem a Guatemala (US\$ 563 mil), a Índia (US\$ 183 mil) e os Estados Unidos (US\$ 109 mil).

Segundo o portal Pentatransaction, as principais empresas importadoras de gergelim pertencem à indústria alimentícia, utilizando o produto como matéria-prima em itens finais, como pacotes de nozes, pães e sacos de gergelim seco sem casca, além de outras aplicações em diversos produtos alimentícios.

De acordo com o Sistema TICA da Dirección General de Aduanas da Costa Rica, a Tarifa de Importação (DAI) para produtos classificados sob o código tarifário 1207.40.10 (Com casca), 1207.40.20.00.10 (Sem casca - para semear) e 1207.40.20.00.90 (Sem casca - outros) é de 0%. Já o Imposto sobre Valor Agregado (IVA) é de 13% para as NCMs 1207.40.10 e 1207.40.20.00.10 e de 1% para a NCM 1207.40.20.00.90. Além disso, há um imposto de 1%, estabelecido pela Lei 6946 para os 3 códigos tarifários.

O Brasil não possui um acordo comercial ou tratado de livre comércio com a Costa Rica. No entanto, o gergelim tem uma tarifa de 0% (DAI), o que coloca o produto em condições semelhantes às de países que possuem benefícios ou regimes especiais para a importação.

Os países e blocos regionais que mantêm acordos de livre comércio com a Costa Rica, como América Central, América do Norte, CARICOM, União Europeia, AELC, além de países como China, Colômbia, Peru, Chile, Cingapura, Coreia do Sul e Equador, geralmente usufruem de isenções parciais ou totais das tarifas de importação (DAI).

Sublinha-se que os Estados Unidos e a Guatemala estão isentos da tarifa de 1% estabelecida pela Lei 6946, o que lhes confere uma vantagem sutil sobre o Brasil, que não usufrui dessa isenção.

Além disso, destaca-se a importância de se estabelecer os requisitos fitossanitários para o produto, com o objetivo de abrir o mercado e viabilizar o comércio exterior. No caso da exportação de gergelim brasileiro para a Costa Rica, esses requisitos ainda não foram definidos, o que torna crucial que o setor interessado inicie o processo junto à Secretaria de Defesa Agropecuária (SDA).

Portanto, o mercado costarriquenho mostra-se como uma oportunidade de diversificação de produto e destino para o agronegócio brasileiro.



MERCADO DE SOJA E FARELO DE SOJA NO EGITO

Data: 15/04/2025

Posto: Cairo/Egito

Palavras-chave: soja; farelo de soja; exportação; Egito; mercado; demanda; oportunidades

Responsável: Rafael Mohana de Carvalho Refosco

SUMÁRIO:

A soja é responsável por grande parte da proteína (direta e indiretamente) consumida em todo o mundo. Domesticada pela primeira vez na China central há 5.000 anos para fins alimentares e medicinais, a soja é uma leguminosa que passou a dominar as Américas.

CONTEXTO

O Egito é o maior importador de soja no Oriente Médio e no Norte da África e incorpora o farelo de soja em rações para aves, vacas leiteiras e aquacultura. As exportações de soja de origem norte-americana para o Egito representaram 74,5% do total de soja exportada para o Egito entre os anos fiscais 2018/19 e 2022/23. Em geral, os comerciantes e esmagadores egípcios exigem sustentabilidade e qualidade de fornecimento.

Escopo

SH6	DESCRIÇÃO SH6
120190	Soja, mesmo triturada, exceto para sementeira
230400	Tortas e outros resíduos sólidos da extração do óleo de soja

MERCADO DE SOJA E FARELO DE SOJA NO EGITO

Visão geral

1 – Soja

Prevê-se que o consumo local global de soja cresça a uma CAGR (Taxa de Crescimento Anual Composta) de 3,4% durante o período 2020-2025 em termos de volume, em grande parte graças às perspectivas positivas para o setor de esmagamento do Egito e ao aumento do investimento na capacidade de produção de rações. Prevê-se que isto apoie o potencial de crescimento das importações a longo prazo, que atingiu aproximadamente 99,1% do consumo total de soja do Egito. Na verdade, a soja importada é a principal escolha entre os esmagadores locais para a produção de óleo de soja. Os exemplos incluem as empresas SoyVen, Cargill e Alex Seeds.

A soja de origem norte-americana deverá continuar a ser a líder indiscutível, depois de registrar um crescimento significativo entre os anos de 2016 a 2020. Fontes da indústria egípcia consideram que o farelo de soja produzido com soja de origem norte-americana apresenta melhor uniformidade, cor de óleo mais clara e menor teor de fibra do que aquele produzido com soja de outras origens.

A despeito de apresentar menor teor de proteína do que a soja do Brasil (ou seja, a soja de origem norte-americana apresentou um teor de proteína de 34% na última temporada, contra 37% da soja brasileira), os comerciantes egípcios geralmente preferem a cor amarela do produto obtido após o esmagamento do grão e a cor brilhante do óleo extraído da soja de origem norte-americana. Embora estes dois fatores não tenham necessariamente impacto na qualidade do produto final após o esmagamento da soja, são critérios de compra fundamentais no Egito. Os preços relativamente elevados da soja de origem brasileira, combinados com prazos de entrega prolongados, bem como más condições de armazenamento durante o transporte, também funcionam como barreiras à penetração das exportações brasileiras no mercado egípcio.

2 – Farelo de soja

A procura por farelo de soja deverá avançar a uma CAGR de 2,2% entre 2021-2025. Os ganhos no consumo de rações para a avicultura e o compromisso da indústria de expandir a alimentação da aquicultura para carpas, bagres, douradas, robalos e camarões serão os principais impulsionadores.

A produção de farelo de soja no Egito situou-se em quase 3,6 milhões de toneladas em 2020, e deverá aumentar ainda mais nos próximos anos, sustentada por ganhos constantes na capacidade de moagem do país. Prevê-se que tal cenário, aliado aos elevados preços internacionais, continue a exercer pressão para o declínio das importações.

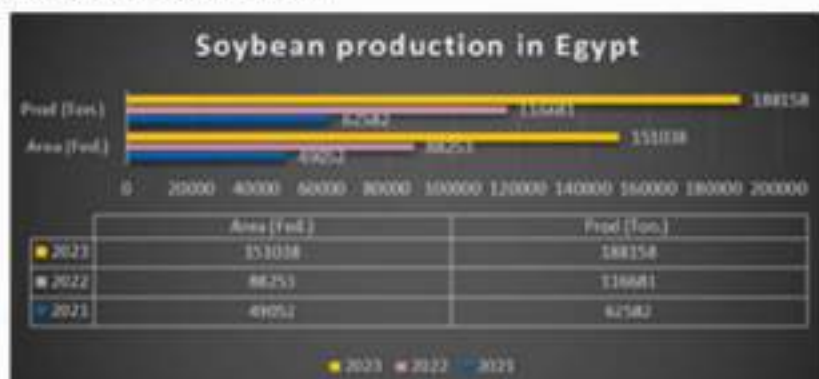
A Argentina foi responsável pela maior parte (94%) das exportações de farelo de soja para o Egito durante o ano de 2023, em parte graças à sua posição como o maior produtor mundial do produto. O Brasil posicionou-se em segundo lugar, com apenas 4% do market share. Outros fornecedores egípcios com pouca expressividade foram: Estados Unidos, Ucrânia e Rússia.

As principais empresas egípcias que atualmente complementam a sua produção local com importações de farelo de soja incluem, por exemplo: Dakahlia Poultry e Cairo 3A. Com efeito, os fabricantes locais de rações reconhecem priorizar a utilização de matérias primas que garantam uma cor clara ao produto final do que aquelas com altos níveis de proteína. A competitividade dos preços também é fundamental.

PRODUÇÃO DE SOJA NO EGITO

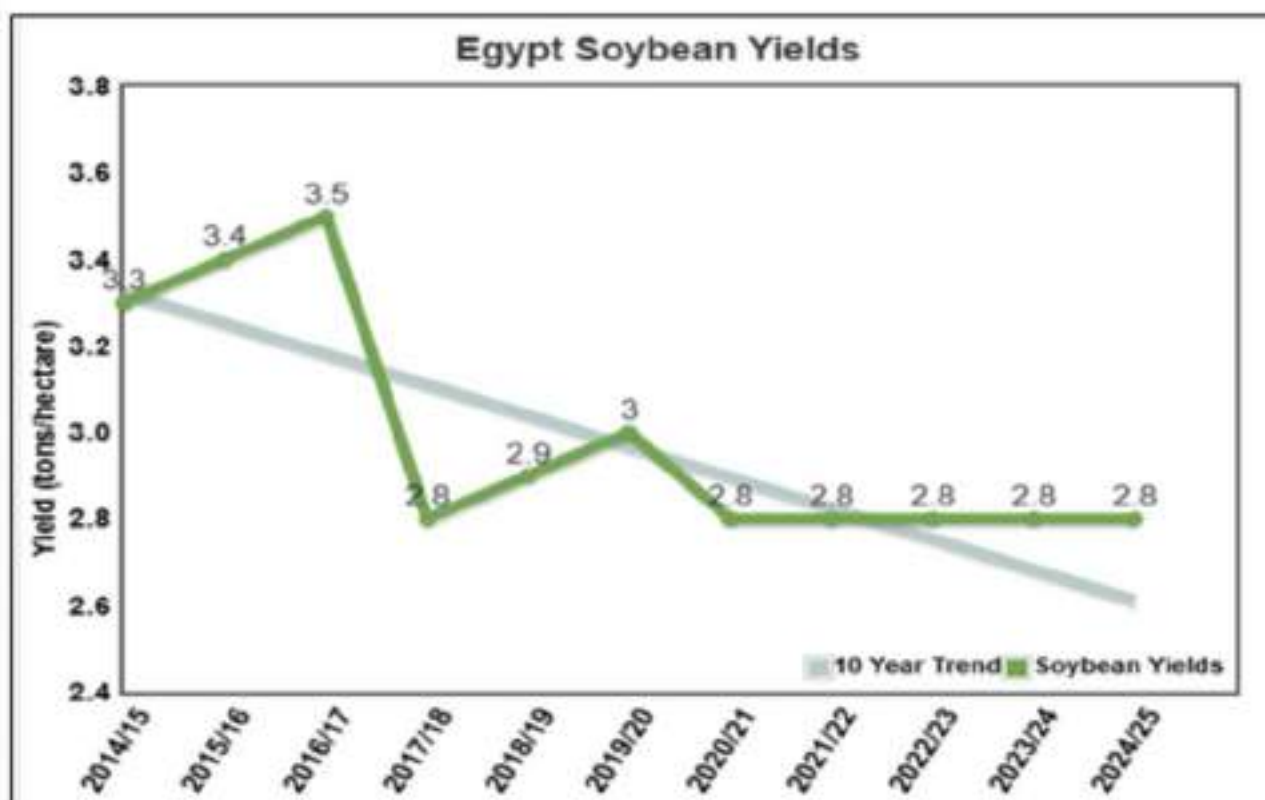
O cultivo da soja emergiu como uma solução agrícola viável no Egito, enfrentando desafios como a segurança alimentar, a dependência das importações e a diversificação econômica.

A soja é altamente valorizada como fonte de proteína e é amplamente utilizada em diversas indústrias, incluindo a produção de alimentos e ração animal. À medida que a população do Egito continua a crescer e as preferências alimentares evoluem, há uma consciência crescente dos benefícios nutricionais oferecidos pelos produtos à base de soja. Aproveitando esta tendência, os produtores egípcios de soja expandiram as suas capacidades de cultivo e processamento para satisfazer a crescente procura interna. Assim, a crescente procura de produtos à base de soja, tanto a nível nacional como global, contribuiu para a proeminência do Egito no mercado da soja (Gráfico 1).

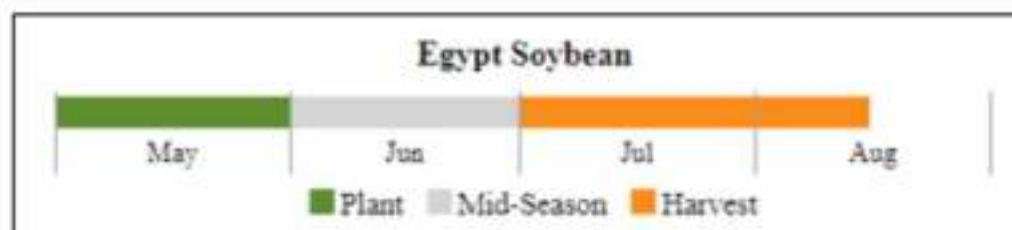


Market Year	Area (1000 Ha)	Production (1000 Tons)	Yield (T/Ha)
2014/2015	12	40	3.33
2015/2016	14	47	3.36
2016/2017	13	45	3.46
2017/2018	13	36	2.77
2018/2019	16	47	2.94
2019/2020	12	36	3.00
2020/2021	13	36	2.77
2021/2022	9	25	2.78
2022/2023	20	56	2.80
2023/2024	30	85	2.83
2024/2025	30	85	2.83
5-year Average 2019/20 - 2023/24	17	48	2.84
Percent Change From 5 Year Average (%)	79	79	0
Record	30	85	3.46
Record Year	2023/2024	2023/2024	2016/2017

PS&D Online updated on March 11, 2025



As épocas de plantio e colheita encontram-se demonstradas na figura abaixo:



Fonte: <https://ipad.fas.usda.gov/countrysummary/Default.aspx?id=EG&crop=Soybean>

IMPORTAÇÃO E EXPORTAÇÃO DE SOJA

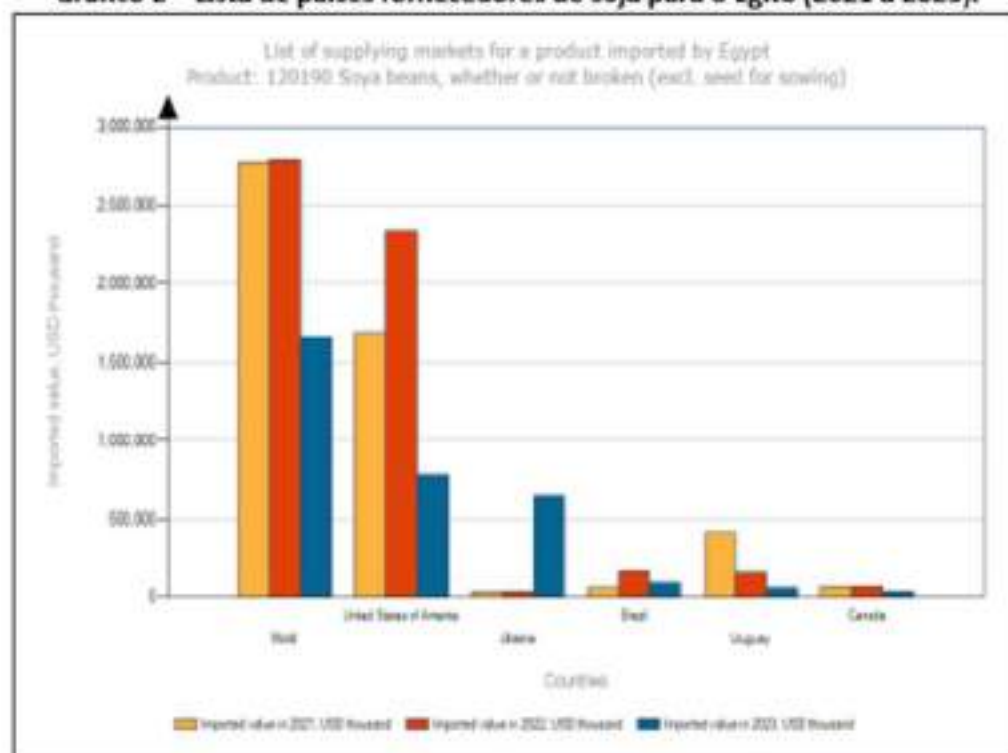
Commodity	Reporter	Trade	Indicator	2020	2021	2022	2023
1201 Soybeans, whether or not broken	Egypt	Export	value (US \$)	308,333.75	66,551.49	30,073.82	16,312.52
			Value Growth YoY (%)	133.02	-78.41	-54.81	-45.75
		Imports	value (US \$)	1,600,285,820.53	2,156,199,130.93	2,152,169,184.98	1,658,402,466.05
			Value Growth YoY (%)	-3.5	34.73	-0.18	-22.94

Fonte: <https://ipad.fas.usda.gov/countrysummary/Default.aspx?id=EG&crop=Soybean>

1 – Importação de soja

Durante o ano de 2023 os Estados Unidos permanecerem sendo o principal fornecedor do mercado egípcio, com uma participação de 47,1% nas importações deste país. A Ucrânia ficou em segundo lugar com 39%, e o Brasil em terceiro com 5,5% (Gráfico 2).

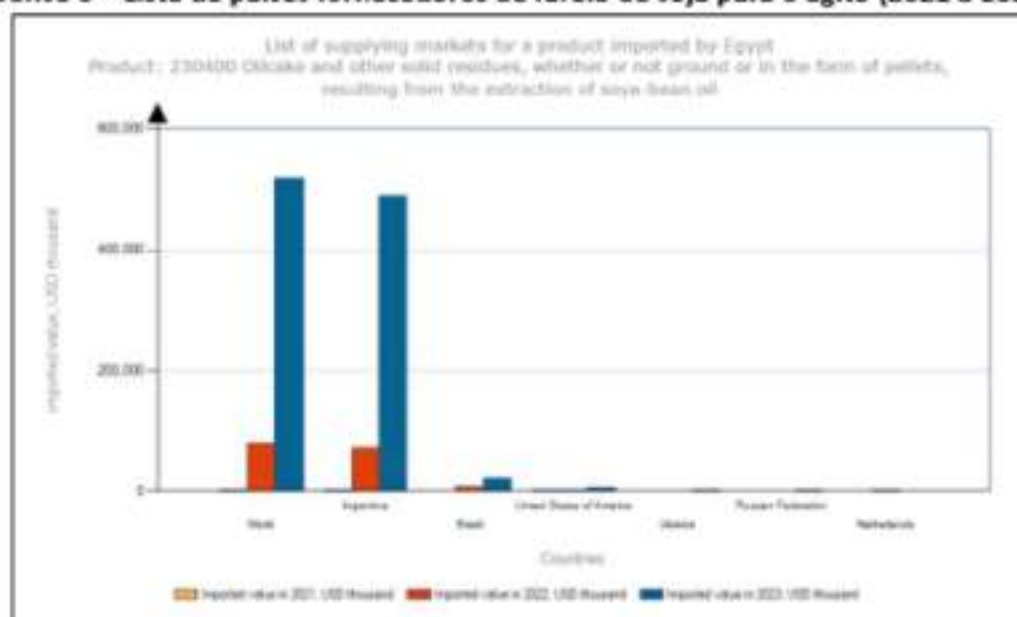
Gráfico 2 – Lista de países fornecedores de soja para o Egito (2021 a 2023).



Fonte: ITC Trade Map (<https://www.trademap.org/Index.aspx>)

2 – Importação de farelo de soja

Gráfico 3 – Lista de países fornecedores de farelo de soja para o Egito (2021 a 2023).



Fonte: ITC Trade Map (<https://www.trademap.org/Index.aspx>)

Fonte: ITC Trade Map (Fonte: <https://ipad.fas.usda.gov/countrysummary/Default.aspx?id=EG&crop=Soybean>)

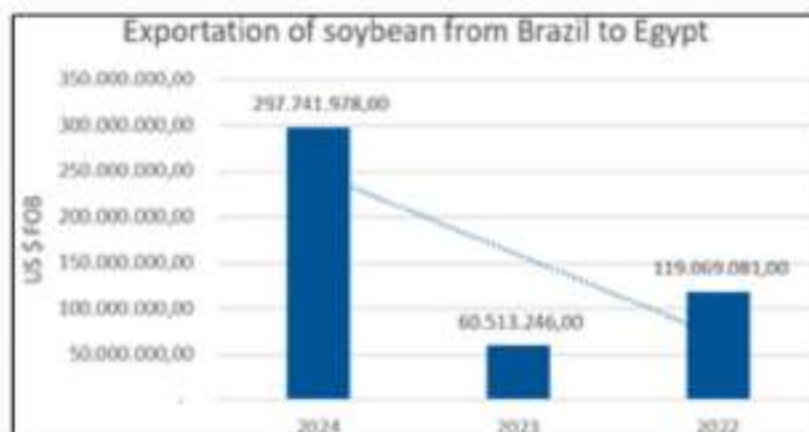
POLÍTICAS COMERCIAIS

A – Tarifas de importação

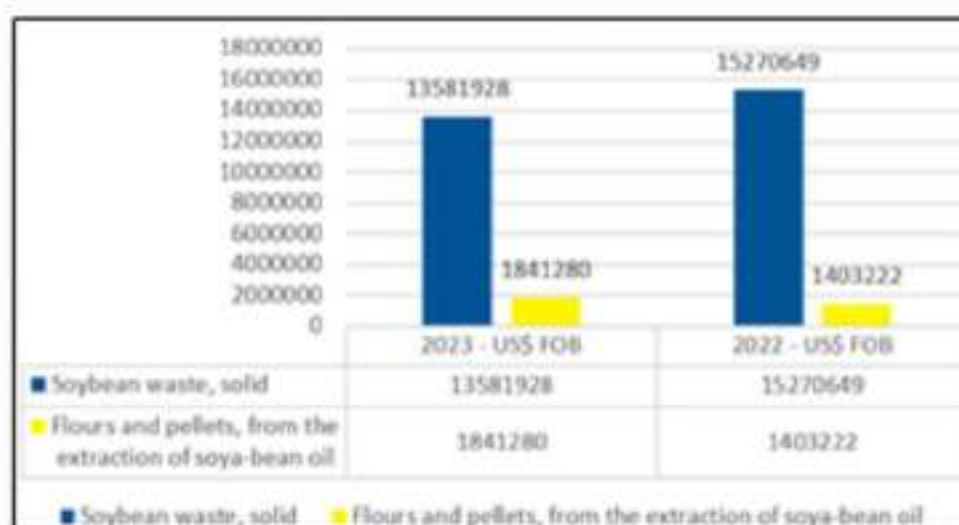
Tarifas de importação para soja e farelo de soja no Egito (2024)				
Código SH	Descrição	Tarifa padrão	Acordo Mercosul - Egito	Tarifa calculada após desgravação tarifária (setembro de 2021)
120190	Soja, mesmo triturada, exceto para sementeira	0%	Categoria A	0%
230400	Tortas e outros resíduos sólidos da extração do óleo de soja	5%	Categoria E	5% (sem redução tarifária)

B – Comércio de soja e farelo de soja entre o Brasil e o Egito

Soja



Farelo de soja



A importação de farelo de soja vem principalmente da Argentina, e o comércio entre o Egito e o Brasil para este produto ainda não está bem estabelecido.

CONCLUSÕES

Forças

- O consumo de carne de aves está aumentando no Egito, e as fábricas de esmagamento de soja estão se expandindo;
- No setor da aquacultura do Egito a produção de camarão está em tendência de aumento, e espera-se que os In-Pond Raceway Systems (IPRS) melhorem os lucros da aquacultura e a utilização da água;
- Os produtores de aves do Egito alcançaram 100% de autossuficiência, e estão aptos a exportar para vários países. O Governo do Egito vem trabalhando para abrir novos mercados para as suas exportações de aves, incluindo Arábia Saudita, Kuwait e União Europeia.

Oportunidades

As indústrias avícolas e de aquacultura em expansão no Egito abrem caminho para que mais soja seja esmagada na região. A recente mudança do farelo de soja importado principalmente para a soja inteira abriu oportunidades para aumentar o comércio na região;

A indústria de esmagamento de soja no Egito está em franca expansão, impulsionada por:

- Forte crescimento no consumo de aves e laticínios: há oportunidades para um crescimento forte e contínuo na produção de aves e laticínios. O Egito, juntamente com muitos outros países da região do MENA (Middle East and North Africa), mantém um consumo per capita de proteína animal inferior à média. Por exemplo: o consumo de aves no Egito é de 12 kg por habitante por ano, em comparação com a Arábia Saudita, de 50 kg por habitante por ano;
- Expansão da aquicultura: a produção de rações para aquicultura no Egito continua mudando, de rações convencionalmente peletizadas para rações extrusadas, que agora representam 65-70% do mercado. As formulações de ração para peixes mais comuns contêm 35-40% de farelo de soja.
- A tilápia é a espécie de peixe mais produzida no Egito, com crescimento observado também no cultivo de bagres e camarões. O Egito começou a utilizar o IPRS, o que incentiva a produção;
- O Egito também iniciou o processamento de pescados, aumentando as exportações para os países vizinhos e garantindo a disponibilidade de oferta durante todo o ano.

O principal concorrente brasileiro no mercado egípcio são os EUA, representados pelo U.S. Soybean Export Council (USSEC - <https://ussec.org/>), que tem trabalhado para aumentar o consumo de óleo de soja, o que sustenta a contínua expansão da moagem por meio de:

- Fornecimento de assistência técnica aos refinadores de óleo de soja, ajudando a preparar o caminho para a produção contínua de óleo de soja de alta qualidade;
- Fornecimento de assistência técnica aos fabricantes de rações, ajudando a aumentar as taxas de inclusão de óleo de soja nas rações produzidas localmente.

Face ao exposto, sugere-se ao setor produtivo brasileiro do complexo soja que realize ações de promoção comercial da soja brasileira no Egito, a fim de demonstrar as características e especificações da soja nacional, bem como verificar a possibilidade de cooperar no fornecimento de assistência técnica ao lado egípcio, nas áreas de fabricação e esmagamento de soja.



SEMENTES BRASILEIRAS NOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS: INOVAÇÃO E PARCERIAS PARA UMA AGRICULTURA RESILIENTE

Data: 15/04/2025

Posto: Abu Dhabi/Emirados Árabes Unidos

Palavras-chave: sementes adaptadas; clima árido; hidroponia; agricultura vertical; cooperação técnica

Responsável: Vanessa Medeiros de Jesus

SUMÁRIO:

Os Emirados Árabes Unidos (EAU) importaram US\$ 420 milhões em sementes e mudas em 2024, com crescimento anual de 15%. Apesar da liderança de Holanda (35%) e Índia (20%), o Brasil, com apenas 2% de participação, possui vantagens em variedades adaptadas ao clima árido, como sorgo e quinoa da EMBRAPA, e mudas tropicais, como manga e goiaba. O mercado é impulsionado por políticas como a National Food Security Strategy 2051 e pela expansão dos investimentos em pesquisa.

CONTEXTO

Panorama do Mercado de Sementes e Mudas nos EAU

Os Emirados Árabes Unidos (EAU) estão investindo fortemente em segurança alimentar e agricultura sustentável, com metas ambiciosas como aumentar a produção agrícola doméstica em 30% até 2030. Nesse contexto, o mercado de sementes e mudas ganha destaque, especialmente variedades adaptadas ao clima árido e a sistemas de cultivo inovadores (hidroponia, agricultura vertical). O Brasil, detentor de tecnologia avançada em melhoramento genético e produção de sementes e mudas tropicais, tem oportunidades estratégicas para se posicionar como um fornecedor importante neste mercado.

1.1 Demanda e Importações

- Importações Totais (2024): US\$ 420 milhões em sementes e mudas, com crescimento de 15% ao ano.
- Principais Fornecedores: Holanda (35%), Índia (20%), Tailândia (15%). O Brasil representa apenas 2% do mercado.

Produtos mais demandados:

- Sementes de hortaliças (tomate, pimentão, folhosas).
- Mudas de palmeiras (tâmara) e frutíferas tropicais (manga, limão).
- Culturas resilientes (sorgo, quinoa).

1.2 Políticas Públicas e Iniciativas Locais

- National Food Security Strategy 2051: Subsídios para agricultura de precisão e sementes adaptadas ao clima desértico.
- Programas de Pesquisa: Parcerias com instituições como o International Center for Biosaline Agriculture (ICBA) para desenvolvimento de variedades tolerantes à salinidade.
- AeroFarms AgX, em Abu Dhabi: maior fazenda vertical interna do mundo e centro de pesquisa e desenvolvimento científico, que visa impulsionar a inovação agrícola nos EAU e no Oriente Médio.

2. Oportunidades para o Brasil

2.1 Nichos Estratégicos

- Sementes: variedades de tomate e pimentão adaptadas a estufas e hidroponia, setor que cresce 20% ao ano nos EAU.
- Culturas Resilientes: sementes de sorgo, quinoa e milho desenvolvidas pela EMBRAPA para solos salinos e secos.
- Fruticultura Tropical: mudas de manga e goiaba com alto rendimento, aproveitando a demanda por frutas frescas.

2.2 Cooperação Técnica e Científica

- Pesquisa Aplicada: parcerias entre EMBRAPA e ICBA para testes de variedades brasileiras em condições desérticas.
- Transferência de Tecnologia: modelos de produção de mudas in vitro para tâmara, cultura símbolo dos EAU.

2.3 Hub Logístico para Reexportação

- Os EAU são a principal porta de entrada para mercados do Golfo, Norte da África e Ásia Central. Empresas brasileiras podem utilizar as zonas francas presentes no país para distribuição regional.

3. Desafios

3.1 Concorrência Internacional

- Holanda e Índia: dominam o mercado com preços competitivos e logística eficiente.
- Regulamentações Fitossanitárias: exigência de tratamentos específicos e certificação de ausência de pragas.

3.2 Logística e Custos

- Transporte Aéreo: necessário para mudas in vitro (custo médio: US\$ 5.000 por tonelada).
- Armazenagem: infraestrutura limitada para sementes em zonas francas.

3.3 Adaptação Climática

- Testes Locais: variedades brasileiras precisam ser validadas em condições extremas de temperatura e salinidade.

4. Recomendações

4.1. Certificação Fitossanitária Internacional: necessária à exportação de sementes e mudas brasileiras.

4.2. Parcerias Comerciais:

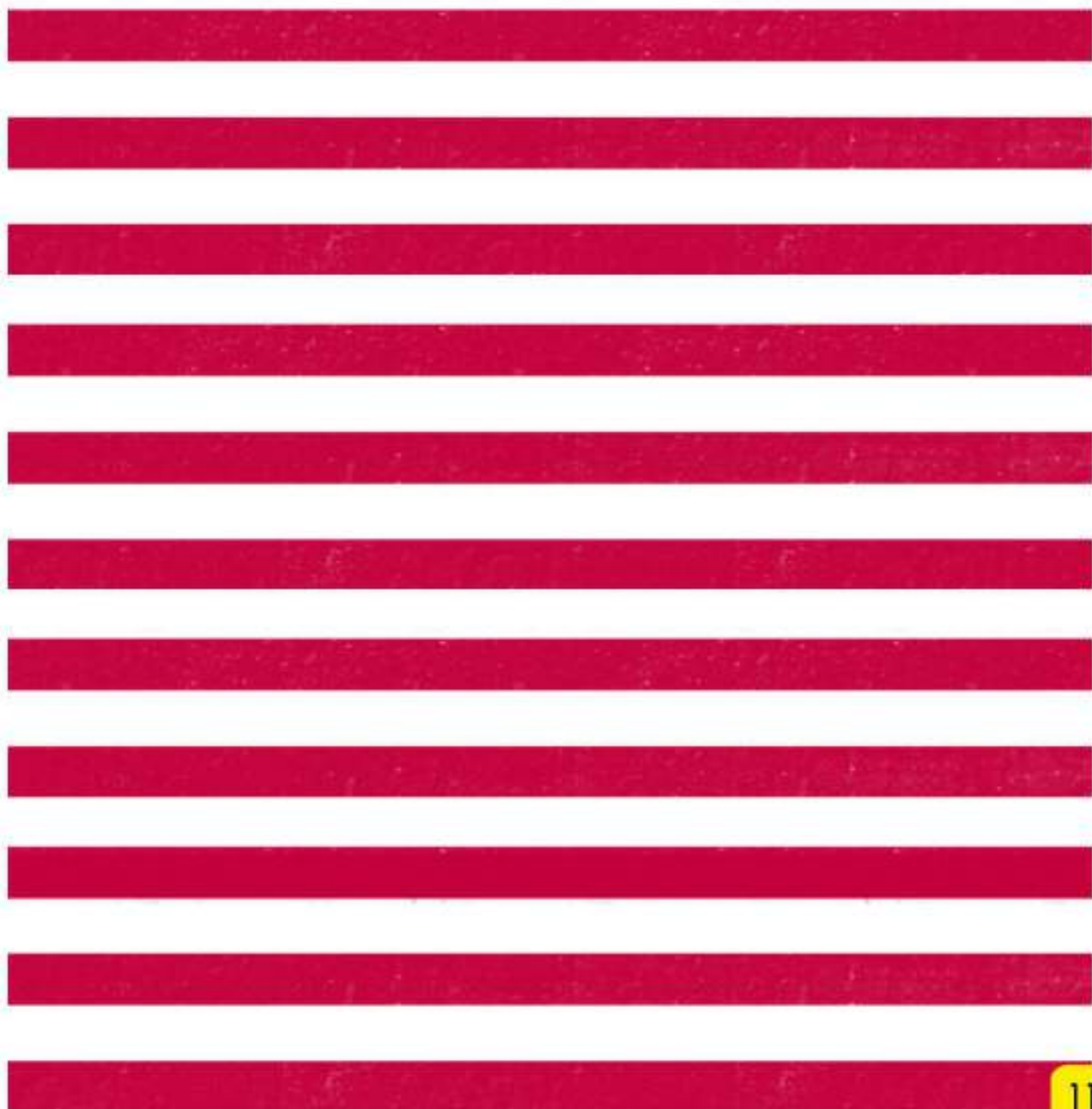
- Al Dahra: importante empresa do agronegócio dos EAU, com interesse em diversificar fornecedores.
- Pure Harvest Smart Farms: empresa especializada em agricultura vertical e novas tecnologias, potencial compradora de sementes diferenciadas.

4.3. Participação em Feiras.

4.4. Missões Técnicas: levar produtores emiráticos a centros de pesquisa brasileiros (ex.: EMBRAPA Semiárido).

5. Conclusão

O mercado de sementes e mudas nos EAU oferece oportunidades interessantes para o Brasil, alinhadas às metas locais de segurança alimentar e sustentabilidade. Com investimentos em certificações, parcerias estratégicas e adaptação tecnológica, o país pode aumentar sua participação nos próximos anos. A combinação da expertise brasileira em agricultura tropical e a visão inovadora dos EAU cria um caminho promissor para cooperação bilateral e negócios sustentáveis.



IMPACTO DAS TARIFAS RETALIATÓRIAS NO SETOR DE SOJA AMERICANO

Data: 14/04/2025

Posto: WASHINGTON/ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

Palavras-chave: Estados Unidos, Tarifas, Soja, Impacto no Setor, Oportunidades ao Brasil.

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

SUMÁRIO:

O aumento das tarifas entre os Estados Unidos e a China, somado às incertezas em torno da paralisação de 90 dias imposta pelo presidente Trump para renegociar com diversos países, reacende os temores de uma nova guerra comercial. Esse conflito tem impactos diretos sobre o agronegócio norte-americano, especialmente para os produtores de soja. A elevação das tarifas chinesas sobre o produto torna as exportações dos EUA economicamente inviáveis, favorecendo concorrentes como o Brasil. Historicamente dependente do mercado externo, o setor agrícola dos Estados Unidos já enfrentou perdas bilionárias em disputas comerciais anteriores e corre o risco de sofrer novos prejuízos significativos. O Brasil, como principal fornecedor de soja para a China, tem a oportunidade de ampliar sua participação não apenas nesse mercado, mas também em outros países que venham a adotar medidas retaliatórias contra os EUA. Embora a atual conjuntura represente uma ameaça à economia global, ela pode se configurar como uma oportunidade estratégica para países agroexportadores, como o Brasil, reforçarem sua presença nos principais mercados internacionais.

CONTEXTO

As tarifas impostas pelo presidente Donald Trump a diversos países, somadas aos sucessivos aumentos sobre produtos chineses (atingindo 145% até o momento), intensificam os temores de uma guerra comercial global e de elevação dos preços para os consumidores. A experiência recente, como a guerra comercial entre EUA e China de 2018 a 2020, demonstrou que tais medidas tendem a desencadear ciclos de retaliação, com prejuízos tanto para importadores quanto para exportadores. Um dos setores mais impactados deve ser o agronegócio americano, com a China taxando produtos como soja, milho e carne. Isso pode levar os produtores norte-americanos a redirecionar suas exportações para mercados alternativos, como América do Sul e Europa.

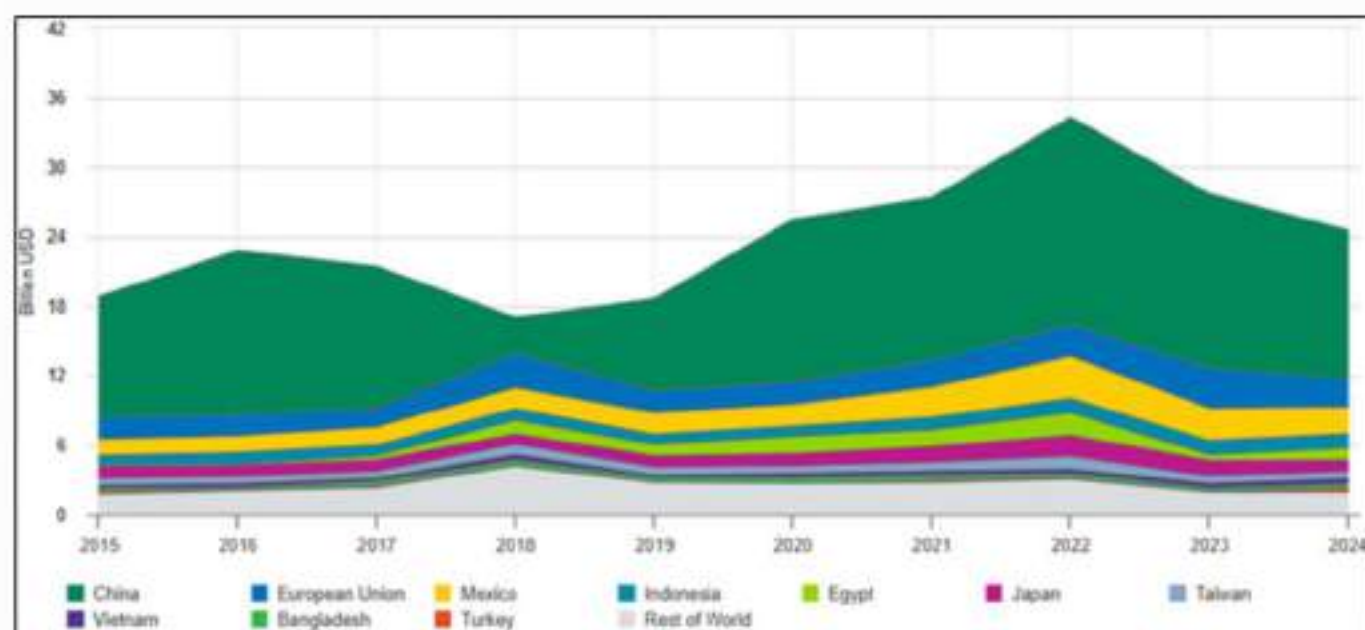
Nos últimos anos, as exportações agrícolas tornaram-se uma fonte de receita cada vez mais relevante para os produtores dos Estados Unidos, passando de US\$ 57,3 bilhões em 1998 para US\$ 174 bilhões em 2023, segundo dados do USDA. Esse crescimento reflete a crescente dependência do setor em relação ao comércio exterior, tornando as novas tarifas uma preocupação central para produtores rurais e legisladores. Durante a guerra comercial iniciada no governo Trump, produtores de soja, sorgo e carne suína acumularam perdas superiores a US\$ 26 bilhões devido às tarifas retaliatórias impostas por outros países. Para mitigar os prejuízos, o governo federal forneceu bilhões de dólares em pagamentos diretos aos agricultores — um apoio financeiro que, desta vez, pode ser mais difícil de viabilizar, já que a administração atual busca reduzir os gastos públicos.

1. Impacto das Tarifas Retaliatórias da China sobre os Produtores de Soja Americanos

Em resposta ao aumento das tarifas dos EUA sobre produtos chineses para 145%, a China elevou suas tarifas sobre bens americanos para 125%, conforme atualização de 12 de abril de 2025. No caso específico da soja, a tarifa chinesa já atingiu 60% — o dobro do valor praticado durante a guerra comercial de 2018. Essa conjuntura compromete a competitividade da soja americana no mercado chinês, tornando-a economicamente inviável para os importadores.

O governo chinês tem reafirmado sua “firme vontade e meios abundantes” para adotar contramedidas e manter sua posição caso os EUA insistam em impor novas restrições. Isso indica que as tarifas sobre a soja americana devem continuar elevadas, ou até se intensificar, a depender do desenrolar das negociações. Em 2024, as exportações de soja dos EUA para a China somaram US\$ 12,84 bilhões — representando cerca da metade do total exportado pelos EUA nesse setor.

Exportações de Soja dos EUA: 2015 – 2024



Mercado	Valor Total 2024 (US\$)	Variação 2023/24 (US\$)
China	\$12,84 bi	- \$2,22 bi
UE	\$2,43 bi	+ \$1,03 bi
México	\$2,3 bi	- \$0,49 bi
Indonésia	\$1,25 bi	=
Egito	\$1,01 bi	+ \$0,52 bi
Japão	\$1 bi	- \$0,37 bi
Taiwan	\$601,39 mi	- \$21 mi
Vietnã	\$483,8 mi	+ \$73,05 mi

Fonte: FAS/USDA

A American Soybean Association (ASA) já havia estimado, antes dos aumentos mais recentes, que um bushel (cerca de 27,2 kg) de soja cotado a US\$ 10 nos EUA poderia chegar à China por até US\$ 21,50, considerando a tarifa chinesa de 84% e outros custos associados da exportação à China. Com a nova tarifa retaliatória totalizando 115%, o impacto no preço final será ainda maior.

O presidente Trump encorajou os agricultores a direcionarem sua produção para o mercado interno, prometendo novas oportunidades de venda doméstica. No entanto, especialistas apontam que a questão é mais ampla: os agricultores dependem fortemente de insumos importados — como fertilizantes e maquinário — que também se tornam mais caros com a imposição de tarifas. O potássio, por exemplo, essencial na produção de fertilizantes, é majoritariamente importado.

1. Perda de Mercado para o Brasil e Perspectivas de Longo Prazo

A guerra comercial anterior consolidou o Brasil como fornecedor mais confiável de soja para a China. Segundo a consultoria americana Terrain, o Brasil forneceu quase três vezes mais soja que os EUA na safra 2022/23. Mesmo antes do recente aumento tarifário, as exportações americanas para a China já estavam em queda, atingindo os níveis mais baixos em anos.

As perspectivas de longo prazo para os EUA no mercado chinês são desafiadoras. A situação atual favorece ainda mais o Brasil, fortalecendo sua posição como principal fornecedor e reduzindo a participação americana. A ASA estima que os produtores dos EUA podem perder até US\$ 5,9 bilhões por ano com a continuidade desse cenário.

Mesmo que as tensões comerciais venham a diminuir, os produtores americanos terão dificuldades para reconquistar espaço no mercado chinês. O Brasil já ocupa posição consolidada e já se beneficiou da instabilidade gerada pelas tarifas americanas anteriormente. Além disso, a forte dependência do setor americano em relação ao mercado chinês revelou sua vulnerabilidade frente a políticas comerciais voláteis.

4. Oportunidades para o Brasil

a. Expansão das Exportações de Soja para a China e Outros Mercados

Com a soja americana menos competitiva, a China deve ampliar ainda mais suas importações do Brasil. Somente em 2024, a China importou um total de 72,7 milhões de toneladas de soja do Brasil. Antes da primeira guerra comercial entre EUA e China em 2018, o Brasil exportava entre 30 e 50 milhões de toneladas por ano ao mercado chinês. A situação atual consolida o país como principal fornecedor e pode abrir espaço para expansão em outros mercados que antes eram atendidos pelos EUA — especialmente aqueles que consideram retaliar os norte-americanos.

b. Fortalecimento da Parceria Comercial com a China:

A disputa entre EUA e China cria oportunidades para o Brasil aprofundar seus laços comerciais com o país asiático, garantindo um mercado estável e de grande escala para sua produção agrícola. Investimentos chineses em infraestrutura brasileira, como logística e portos, podem ser intensificados nesse contexto.

c. Comercialização da Soja Americana ao Brasil:

As tarifas impostas pela China tornam virtualmente inviáveis as exportações diretas de soja americana para aquele país, o que deve gerar excedentes nos EUA. O Brasil pode se beneficiar ao importar essa soja a preços mais baixos, liberando parte de sua produção nacional para atender à crescente demanda chinesa — consolidando ainda mais sua posição no mercado asiático.

CONCLUSÃO

As tarifas retaliatórias da China representam um grave obstáculo para o setor de soja dos EUA, com potencial para perdas econômicas expressivas e redução duradoura de sua presença no mercado chinês. Por outro lado, o Brasil encontra uma janela de oportunidade para ampliar sua liderança global no comércio de soja, fortalecer sua parceria com a China e explorar vantagens estratégicas no reposicionamento do comércio internacional.



O MERCADO DO VINHO NAS FILIPINAS: DEMANDA CRESCENTE E OPORTUNIDADES DE EXPORTAÇÃO

Data: 14/04/2025

Posto: Manila/Filipinas

Palavras-chave: vinhos; espumantes; exportação; Filipinas; oportunidades; tendências de consumo; mercado de nicho

Responsável: Virgínia Arantes Ferreira Carpi

SUMÁRIO:

O mercado de vinhos nas Filipinas apresenta crescimento acelerado, impulsionado pelo aumento do poder aquisitivo da classe média e pela ocidentalização dos hábitos de consumo. Com importações que superam US\$ 50 milhões anuais e taxa de crescimento de 12% ao ano, o país emerge como um destino estratégico para exportadores brasileiros, especialmente no segmento de espumantes, onde o Brasil possui vantagens competitivas. Este artigo analisa o cenário atual, os requisitos para entrada no mercado e as oportunidades específicas para vinhos e espumantes brasileiros, considerando aspectos regulatórios, tarifários e tendências de consumo.

CONTEXTO

Nos últimos cinco anos, as Filipinas emergiram como um dos mercados mais dinâmicos para vinhos no Sudeste Asiático. Essa transformação reflete mudanças profundas na sociedade filipina, onde uma classe média urbana cada vez mais numerosa vem incorporando o vinho como elemento de status e sofisticação em eventos sociais e familiares. Para o Brasil, esse cenário representa uma oportunidade singular, particularmente no segmento de espumantes, onde nossa indústria vem conquistando reconhecimento internacional pela relação custo-benefício e qualidade consistente.

Panorama Geral do Mercado de Vinhos nas Filipinas

O mercado vinícola filipino, ainda em fase de maturação, apresenta características únicas que merecem atenção. Com um consumo per capita abaixo de 0,5 litros por ano – número modesto quando comparado a vizinhos como Singapura – as Filipinas compensam esse aparente desafio com um crescimento acelerado e uma base de consumidores cada vez mais informados.

Os vinhos tranquilos, aqueles que não apresentam as borbulhas características do espumante e que também não passam por etapas de fortificação, respondem por cerca de 70% do mercado, mas são os espumantes que chamam atenção pelo vigor de sua expansão, com taxas anuais próximas a 20%. Esse dinamismo reflete não apenas a ocidentalização dos hábitos de consumo, mas também a popularização de celebrações como o Réveillon, que vem se tornando cada vez mais comum nas principais cidades do arquipélago.

A recuperação econômica das Filipinas no período pós-pandemia resultou em consumidores com maior poder aquisitivo e maior interesse por bebidas alcoólicas, apesar das pressões inflacionárias. Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o consumo de bebidas alcoólicas nas Filipinas é dominado por destilados (72%), seguidos por cerveja (27,3%) e vinho (0,4%).

Apesar da queda geral nas vendas no varejo entre 2018 e 2022, as bebidas alcoólicas de preço padrão mostraram resiliência e popularidade sustentadas. O fim da pandemia de COVID-19 marcou o retorno das bebidas alcoólicas aos níveis pré-pandemia, especialmente no cenário gourmet. Essas tendências são especialmente perceptíveis no consumo em estabelecimentos comerciais (on-trade).

Tabela 1. Consumo de vinho nas Filipinas, em milhões de litros: histórico e previsão.

Categoria	2018	2022	CAGR* % 2018-2022	2023	2027	CAGR* % 2023- 2027
Vinhos	22,00	25,30	3,50	26,90	32,70	5,40
Vinho Tinto	17,90	20,60	3,70	22,00	27,00	5,50
Vinho Branco	3,70	4,20	3,20	4,40	5,20	4,60
Espumante	0,30	0,40	0,60	0,40	0,40	4,20
Vinho Rosé	0,10	0,10	0,40	0,10	0,10	5,50

* CAGR: taxa composta de crescimento anual.

Fonte: Euromonitor, 2023.

A Tabela 1 apresenta o consumo de vinho nas Filipinas, em milhões de litros, com dados históricos e projeções (2018-2027). No geral, as vendas de vinho cresceram a uma taxa composta de crescimento anual (CAGR) de 3,5% entre 2018 e 2022, atingindo 25,3 milhões de litros, com crescimento em todas as categorias de vinho. Entre 2023 e 2027, é esperado que as vendas de vinho aumentem 5,4% ao ano, com crescimento em todas as categorias.

As empresas domésticas possuem amplas redes de distribuição em supermercados, hipermercados e varejistas de alimentos, o que representa barreiras de entrada para players menores. Por isso, plataformas de e-commerce como Boozy, the PCK, Sarvoso e Winery estão utilizando descontos e promoções para incentivar os consumidores a comprarem produtos online em vez de em lojas físicas. Plataformas de e-commerce como Lazada e Shopee mantêm liderança devido à eficiência operacional e experiência do usuário. À medida que ganham maior visibilidade e alcance, espera-se que isso molde o cenário de varejo de bebidas alcoólicas no futuro.

Produção e Demanda Local

A produção local de vinhos nas Filipinas é inexistente, devido às condições climáticas desfavoráveis ao cultivo de uvas viníferas. Essa completa dependência de importações cria um cenário peculiar, onde a demanda é inteiramente moldada por preferências culturais e pela oferta disponível. Observa-se uma clara preferência por garrafas menores (375ml), que se alinham tanto ao consumo individual quanto ao poder aquisitivo médio do consumidor filipino.

No segmento de espumantes, nota-se uma demanda crescente por produtos brut e extra-brut, especialmente em embalagens que transmitam uma imagem premium, mesmo em faixas de preço mais acessíveis.

No cenário da recuperação econômica das Filipinas no período pós-pandemia, o retorno da socialização e a expansão econômica reacenderam a cultura de consumo de bebidas no país, com destaque para o crescimento da cultura de coquetéis sofisticados. Essa tendência impulsionou significativamente as vendas no canal on-trade (bares e restaurantes) de bebidas em geral, com destaque para os vinhos.

A crescente popularidade de bares especializados em vinho, bem como o aumento de frequentadores em restaurantes de médio e alto padrão — onde vinhos são comumente servidos em taças — têm se mostrado essenciais para aumentar a conscientização e a valorização dos consumidores locais em relação aos diferentes tipos de vinho. Esse impulso deve continuar, visto que o número de jovens consumidores de vinho (em idade legal para beber) tende a crescer, com maior disposição para experimentar novas opções de bebidas em bares e restaurantes.

O crescimento da classe média e, conseqüentemente, de seu poder aquisitivo, e o aumento da urbanização, combinados com uma variedade maior de produtos e faixas de preço, têm sido os principais fatores de crescimento no canal off-trade (consumo fora do local de compra, como em casa) nas Filipinas, onde o consumo de vinho não é tradicionalmente enraizado na cultura. Por exemplo, a faixa de preço entre PHP 476 e PHP 675 (equivalente a USD 8,35 – USD 11,84) vem ganhando popularidade de forma constante, principalmente devido ao aumento da distribuição de vinhos premium do "novo mundo".

As Figuras 1 e 2 trazem alguns exemplos de apresentação de vinhos para venda no varejo, em Makati City, Metro Manila.

Figura 1: Exemplos de apresentação de vinhos para venda no varejo, em Makati City, Metro Manila.



Fonte: Carpi, V.A.F., 2025.

Destaca-se que é popular o consumo de vinhos em mixologias e apresentações adaptadas ao gosto e ao clima filipino. Um exemplo é a oferta de preparações como "sangrias", em que o vinho tinto, branco ou espumante é misturado ou não com outras bebidas, como gin ou vermute, e adicionado de gelo, frutas, ervas e especiarias. Inclusive é bastante comum que os restaurantes filipinos ofereçam a sangria em versão "unlimited" em seus menus, ou seja, com consumo a vontade, mediante pagamento de um valor fixo.

O mercado de vinhos nas Filipinas vem passando por um processo de expansão e sofisticação, impulsionado principalmente pelo crescente interesse dos consumidores por experiências gastronômicas diferenciadas. Um dos destaques desse movimento é a popularização dos bares especializados em vinhos, que vêm se consolidando como pontos de encontro para apreciadores da bebida, oferecendo cartas diversificadas e opções por taça.

Além disso, eventos de degustação têm ganhado força nas principais cidades do país, promovendo a descoberta de novos rótulos e o desenvolvimento do paladar dos consumidores locais. Essas iniciativas têm contribuído significativamente para o aumento da conscientização sobre o vinho e para a valorização de sua diversidade, especialmente entre os jovens adultos urbanos em busca de novas experiências de consumo.

Figura 2: Exemplos de apresentação de vinhos para venda no varejo, restaurantes e bares, em Makati City, Metro Manila.



Fonte: Carpi, V.A.F., 2025.

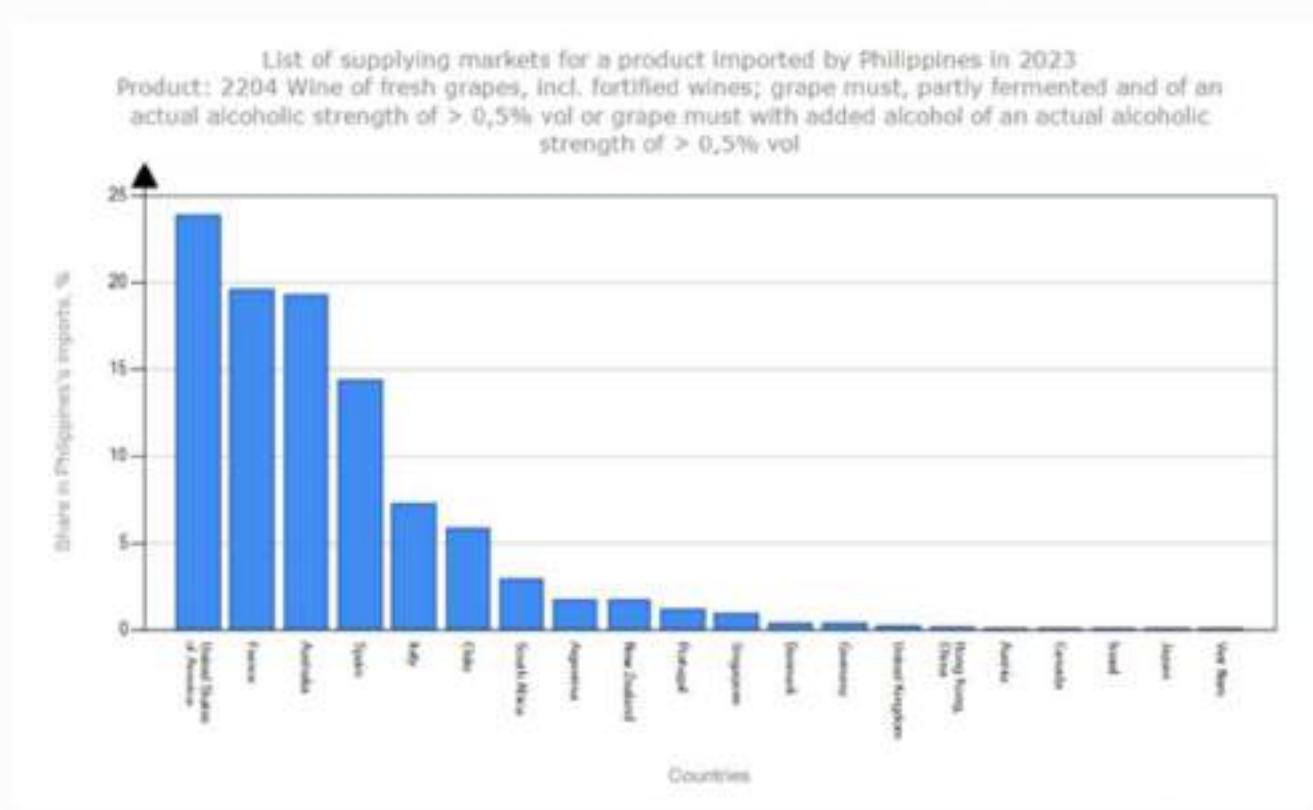
Importações e Principais Países Exportadores

O vinho é um dos produtos cuja presença no mercado filipino depende exclusivamente da importação. Em 2023, as Filipinas importaram USD 53,89 milhões e mais de 24 mil toneladas do produto, de acordo com informações compiladas do TradeMap (ITC).

A paisagem competitiva do mercado filipino é dominada por alguns poucos players. Os Estados Unidos lideram nas importações filipinas com cerca de 23,9% do mercado, seguido pela França (19,6%), Austrália (19,3%), Espanha (14,4%), Itália (7,2%), Chile (5,8%) e África do Sul (3%), conforme demonstrado no Gráfico 1.

Esse panorama reflete a força e a competitividade das marcas consolidadas desses países quanto a preferência dos consumidores filipinos, com destaque para os estilos mais acessíveis e versáteis. A diversificação da oferta, impulsionada pela atuação ativa de distribuidores locais e plataformas de comércio eletrônico, também tem favorecido a penetração de rótulos de diferentes origens, especialmente em centros urbanos como Manila, onde o consumo de vinho tem ganhado espaço em bares especializados, eventos de degustação e restaurantes de perfil internacional.

Gráfico 1. Participação percentual dos países fornecedores nas importações filipinas de vinhos (código HS 2204) em 2023.

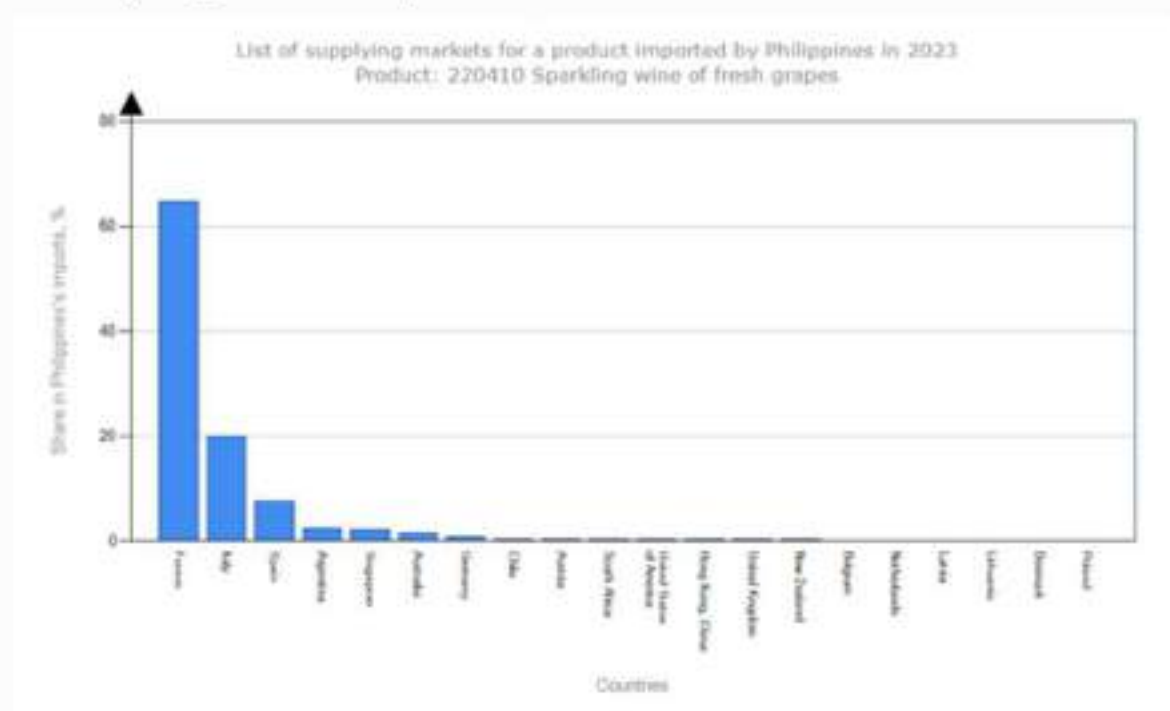


Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

No segmento de espumantes, destacam-se como fornecedores para as Filipinas em 2023: França (64,8%), Itália (20%), Espanha (7,6%), Argentina (2,5%) e Singapura (2,2%). No mencionado ano, o valor importado pelas Filipinas em espumantes ultrapassou USD 8,4 milhões e 1,7 mil toneladas (Gráfico 2).

O crescimento do consumo de espumantes nas Filipinas está fortemente associado a ocasiões comemorativas, tendências de lifestyle e ao fortalecimento da cultura de consumo fora do lar. A presença marcante de rótulos franceses e italianos evidencia a valorização dos consumidores filipinos por produtos com apelo de sofisticação e tradição. Nos últimos anos, tem-se observado um aumento na oferta de espumantes em bares, lounges e restaurantes de alto padrão, além da realização de eventos temáticos voltados à degustação e harmonização com a culinária internacional. Esse movimento tem estimulado o interesse de um público mais jovem e urbano, que busca experiências de consumo mais refinadas, contribuindo para consolidar os espumantes como uma categoria em ascensão no portfólio de bebidas alcoólicas importadas no país.

Gráfico 2. Participação percentual dos países fornecedores nas importações filipinas de espumantes (código HS 2204.10) em 2023.



Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

Em 2024, o Brasil exportou mais de USD 11,2 milhões em vinhos, ultrapassando 6 mil toneladas de produto, segundo dados do Agrostat – Estatísticas de Comércio Exterior do Agronegócio Brasileiro. Desse total, apenas USD 27,46 mil e 11,5 toneladas foram destinados às Filipinas. Dentre as exportações de vinhos brasileiros às Filipinas em 2024, praticamente não houve exportação de espumantes.

Esses dados demonstram que existe todo um potencial a ser explorado pelo Brasil no mercado filipino. Tendo em vista as mudanças nos hábitos de consumo e a qualidade notável dos espumantes brasileiros, é esperado que ações de promoção comercial e estratégias de apresentação dos vinhos brasileiros surtam efeitos positivos nas Filipinas.

Aspectos Regulatórios

A entrada de vinhos no mercado filipino está sujeita a uma série de exigências regulatórias que merecem atenção especial. A Food and Drug Administration (FDA) das Filipinas exige o registro prévio de todos os vinhos importados, processo que inclui a análise detalhada de rotulagem e composição. Os rótulos devem conter informações claras sobre teor alcoólico, presença de alergênicos como sulfitos, e devem exibir o selo de importação emitido pelo Bureau of Customs (BOC). Para os espumantes, as exigências incluem certificados específicos que comprovem os níveis de pressão do gás carbônico.

Considerando os padrões adotados pelo Brasil, o sistema nacional de inspeção e certificação de vinhos, sob responsabilidade do Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), entende-se que os produtos brasileiros possuem totais condições de atender aos requisitos filipinos

Aspectos Tarifários

A estrutura tarifária filipina representa um dos principais desafios para muitos produtos agropecuários, mas isso não se aplica aos vinhos. A Tabela de Tarifas de Nação Mais Favorecida (Most-Favoured-Nation – MFN) para os anos de 2024 a 2028, atualizada pela Executive Order No. 62, de 20 de junho de 2024, estabelece tarifas de 5% a 7% para a importação de vinhos, classificados sob código HS 2204. Para os espumantes, a tarifa atualmente aplicada é de 5% e, para os demais vinhos, de 7%.

Em comparação com as tarifas aplicadas a outros produtos exportados pelo Brasil, tais valores não são impeditivos para uma maior presença dos vinhos e espumantes brasileiros no mercado filipino.

Eventos para o Setor

O calendário de eventos vinícolas nas Filipinas oferece oportunidades valiosas para o estabelecimento de parcerias e a divulgação de marcas. O International Manila Food and Wine Festival, a ser realizado em junho de 2025, em Manila, é um dos principais eventos do segmento ([Aspectos Tarifários](#)).

O Grand Wine Experience, realizado anualmente em Manila, reúne os principais importadores e distribuidores do país, funcionando como vitrine privilegiada para novos entrantes.

Há outros eventos nas Filipinas que, embora não sejam exclusivamente dedicados ao vinho, incluem esse segmento em suas programações. É o caso da WOFEX Drinks + Bakes e Cake Fiesta Manila 2025, realizada de 27 a 29 de março de 2025, no World Trade Center, em Pasay City, Manila (Figura 9).

Este evento, em sua primeira edição, combinou três exposições em uma: WOFEX Drinks, WOFEX Bakes e Cake Fiesta Manila. É uma plataforma para profissionais e entusiastas de bebidas, panificação e confeitaria, oferecendo seminários, competições e oportunidades de networking, com uma área totalmente dedicada às bebidas alcoólicas, entre as quais, os vinhos e espumantes, contendo programações exclusivas para o segmento ([Aspectos Tarifários](#) e [Aspectos Tarifários](#)).

Destaca-se que na primeira edição da WOFEX Drinks + Bakes e Cake Fiesta Manila 2025, o Brasil se fez presente com um estande institucional do MAPA e MRE, com o apoio da Embaixada do Brasil em Manila. O pavilhão contou com a exposição de produtos brasileiros e recebeu inúmeras visitas. Essa claramente é uma oportunidade que poderia ser aproveitada em eventos futuros para a promoção dos vinhos e espumantes brasileiros.

Figura 3: Material de divulgação da WOFEX Drinks + Bakes e Cake Fiesta Manila 2025, realizado em Manila.



Fonte: WOFEX, 2025 (Fonte: Trade Map (ITC), 2025.).

A Manila Food & Beverage Expo – MAFBEX é uma das maiores exposições de alimentos e bebidas nas Filipinas, apresentando uma variedade de produtos e serviços do setor. Embora não seja focada exclusivamente em vinhos, o evento geralmente inclui expositores e atividades relacionadas a bebidas. A edição de 2025 será realizada de 11 a 15 de junho de 2025, no World Trade Center, em Pasay City, Manila (<https://mafbex.com/>).

Já a World Food Expo – WOFEX 2025 será realizada de 6 a 9 de agosto de 2025, no SMX Convention Center, Mall of Asia Complex, em Manila. A WOFEX é uma exposição internacional que abrange alimentos, bebidas, hospitalidade, embalagens e processamento. Este ano, o evento celebra seu 25º aniversário (<https://wofex.com/wofex-manila/>). Além da edição principal em Manila, a WOFEX acontece também em suas versões regionais, em Visayas (24 a 26 de abril de 2025), Mindanao (22 a 24 de maio de 2025) e Iliolo (19 a 21 de junho de 2025).

A International Food Exhibition – IFEX Philippines 2025 acontecerá de 22 a 24 de maio de 2025. A IFEX é uma feira internacional de alimentos, bebidas e ingredientes nas Filipinas, reunindo expositores locais e internacionais (<https://www.facebook.com/ifexphilippines/>).

Esses eventos oferecem oportunidades para profissionais e apreciadores de vinhos e espumantes explorarem as tendências do setor, participarem de seminários e atividades com conteúdo técnico, além de estabelecerem conexões com outros atores da indústria. Além disso, representam um ambiente estratégico para a ampliação de redes de contato e o fortalecimento de parcerias comerciais, impulsionando a visibilidade do vinho brasileiro no mercado filipino. Dada a crescente demanda por vinhos e espumantes diferenciados e de qualidade, a presença nesses eventos pode ser um diferencial para empresas que desejam expandir sua atuação e explorar novas oportunidades no país.

Desafios e Oportunidades

O mercado filipino apresenta desafios consideráveis, mas as oportunidades para os vinhos brasileiros são igualmente expressivas. A forte concorrência de produtos americanos, europeus e australianos exige estratégias claras de diferenciação e a investida em ações de promoção comercial e de promoção da imagem do país.

Destaca-se que a questão tarifária não chega a ser um impeditivo para uma maior participação no mercado. As Filipinas são um país de maioria da população católica, o que também não representa impedimento ao consumo e comercialização de bebidas alcoólicas, como em outros países do Sudeste Asiático. O fato de ser um país tropical favorece o consumo de vinhos leves e em baixa temperatura, como os espumantes e preparações como as "sangrias".

Nesse contexto, os espumantes brasileiros encontram um terreno particularmente favorável, combinando qualidade reconhecida com preços competitivos. O desenvolvimento de linhas especiais para o mercado filipino, com embalagens e rótulos adaptados às preferências locais, pode ser um caminho promissor para ganhar espaço nas prateleiras.

Soma-se ao rol de pontos de oportunidade o fato de não haver produção local de vinho nas Filipinas, sendo este um produto exclusivamente presente no mercado por meio de importação.

O engajamento do setor privado para a participação em eventos, ações de promoção comercial, promoção da imagem e estudos de mercado se faz primordial para que esse mercado possa ser adequadamente acessado e explorado em seu maior potencial.

Perspectivas e Considerações Finais

As perspectivas para os vinhos brasileiros nas Filipinas são animadoras, especialmente quando se considera o potencial ainda não explorado do mercado. Os espumantes, em particular, encontram condições ideais para crescimento, alinhando-se tanto às tendências de consumo quanto às oportunidades comerciais. O sucesso, contudo, dependerá da capacidade dos exportadores brasileiros em construir relações sólidas com distribuidores locais, adaptar-se às peculiaridades regulatórias e tarifárias, e comunicar efetivamente os diferenciais de qualidade e preço que nossos produtos oferecem. Com uma abordagem estratégica e paciente, as Filipinas podem se transformar em um dos mercados mais promissores para os vinhos brasileiros na Ásia.



O ARROZ E A ÍNDIA: UMA VISÃO GERAL

Data: 01/04/2025

Posto: Nova Delhi / Índia-Butão

Palavras-chave: Índia; arroz; exportação; estoques; preços; política comercial

Responsável: Angelo de Queiroz Mauricio

SUMÁRIO:

Este relatório situacional abrange informações relativas à produção e consumo de arroz na Índia, tendências de mercado e políticas governamentais indianas que afetam o comércio internacional. Inclui dados sobre os níveis dos estoques de arroz no país, políticas de aquisição e tendências de preços, incluindo preços no "Mandi", Preço Mínimo de Suporte (MSP) e preços no mercado internacional. O relatório descreve ainda mudanças recentes nas políticas indianas de comércio exterior para o produto, em especial no que diz respeito à remoção de restrições à exportação.

CONTEXTO

O Governo da Índia suspendeu a proibição de exportação de arroz quebrado em 7 de março de 2025, removendo uma restrição que estava em vigor desde setembro de 2022. Essa medida segue uma série de relaxamentos observados nas políticas comerciais indianas relacionadas ao arroz, desde o ano passado. Em setembro de 2024, o governo indiano já havia removido a maioria das restrições às exportações de arroz basmati e não-basmati, eliminando o preço mínimo de exportação e os impostos de exportação, numa tentativa de propiciar um ambiente comercial mais facilitado.

De acordo com dados do governo indiano, atualmente a Food Corporation of India (FCI) e outras agências governamentais mantêm cerca de 36,9 milhões de toneladas de arroz em estoques, excluindo uma estimativa de cerca de 31 milhões de toneladas adicionais as quais ainda não foram recebidas dos produtores. Esse nível de estoque excede em muito o requisito de estoque "buffer" de 13,58 milhões de toneladas definido para 1º de abril de 2025, indicando amplo suprimento doméstico.

No ano fiscal de 2023-24 (FY24), a Índia exportou arroz no valor de US\$ 10,41 bilhões, marcando um declínio de 6,5% em relação ao ano anterior. Essa queda foi amplamente atribuída às restrições de exportação destinadas a estabilizar o fornecimento doméstico. No entanto, com a recente remoção de restrições, espera-se que as exportações de arroz no ano fiscal de 2024-25 (FY25) cresçam significativamente. Especialistas do setor preveem um aumento de 15% nas remessas, impulsionado pela forte demanda global, potencialmente elevando os ganhos totais de exportação para além de US\$ 12 bilhões, o que seria considerado um novo recorde.

A proibição original foi implementada em resposta a interrupções na cadeia de suprimentos global causadas, em parte, pelo conflito Rússia-Ucrânia. Apesar das restrições, a Índia permitiu embarques para países selecionados, incluindo Gâmbia, Benin, Senegal e Indonésia, mediante solicitação específica para atender a necessidades urgentes e humanitárias.

No contexto das flexibilizações às exportações, é interessante notar que o Governo da Índia, por meio da recente Notificação nº 62/2024-25 de 10 de março de 2025, permitiu as exportações de certas variedades de arroz basmati e não-basmati para alguns países europeus sem a exigência de certificado específico emitido pelo Export Inspection Council. Tal extensão deve permanecer em vigor pelos próximos seis meses.

Ainda segundo dados do governo, as exportações globais de produtos agrícolas e alimentos processados da Índia apresentaram um crescimento de 13% ao ano, atingindo a marca de US\$ 22,67 bilhões durante o período de abril a fevereiro do ano fiscal de 2024-25. Esse crescimento foi impulsionado principalmente por um aumento de 21% nas remessas de arroz. De acordo com dados da Diretoria Geral de Inteligência Comercial e Estatísticas, as exportações totais de arroz, incluindo variedades basmati e não-basmati, aumentaram para mais de US\$ 11 bilhões, em comparação com US\$ 9,32 bilhões no ano anterior (Fonte: Financial Express - Sandip Das.)

Figura 1. Produção anual de arroz na Índia



Figura 1. Quantidade de arroz produzida na Índia em milhões de toneladas.

Fonte: [Portal Unificado para Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#). Valores de acordo com a Segunda Estimativa Antecipada de Produção de Grãos Alimentares em 10/03/2025

Na Índia, o arroz, a princípio, pode ser semeado em todas as 3 estações (especificamente nos estados do sul, tais como Kerala, Tamil Nadu e West Bengal), apesar de ser considerado como uma cultura eminentemente de monções (estação Kharif, com plantio principal entre maio, junho e julho e colheita entre setembro, outubro e novembro). De acordo com dados oficiais de janeiro de 2025, cerca de 3,515 milhões de hectares de área foram semeados durante a atual estação rabi (inverno), em comparação com 2,825 milhões de hectares durante o período correspondente do ano passado. Um aumento de 24,42% na área de arroz em comparação com o mesmo período do ano passado. Já na temporada Kharif de 2024, o cultivo de arroz cobriu aproximadamente 41,45 milhões de hectares, em comparação com 40,45 milhões de hectares durante o mesmo período em 2023, refletindo um aumento de 2,47% na cobertura da área (Fonte: [Portal Unificado para Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#) / Crop Situation Report: Ministry of Agriculture & Farmer's Welfare).

Figura 2. Exportação total anual de arroz pela Índia

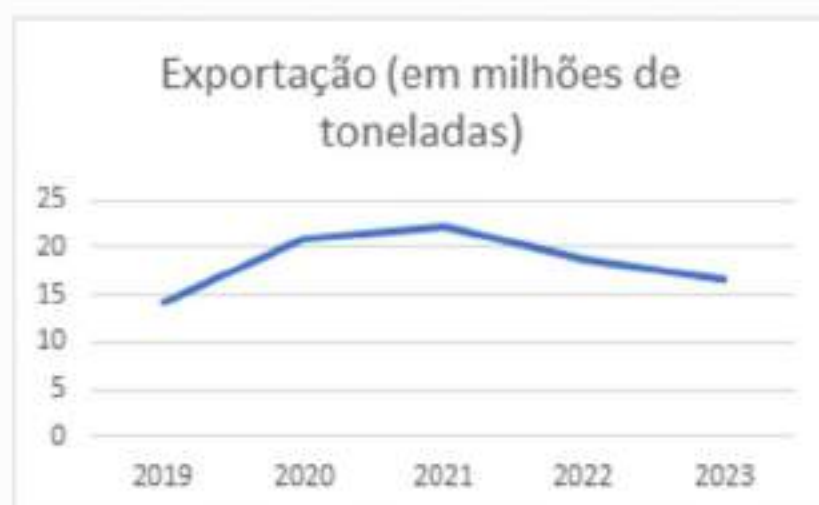


Figura 2. Quantidade de arroz exportada em milhões de toneladas anualmente.

Fonte: [Portal Unificado para Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#).

Figura 3. Exportação de arroz pela Índia ao longo dos meses



Figura 3. Quantidade de arroz exportada em milhões de toneladas anualmente ao longo dos meses.
Fonte: [Portal Unificado para Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#).

Figura 4. Composição das quantidades exportadas para os 5 principais destinos

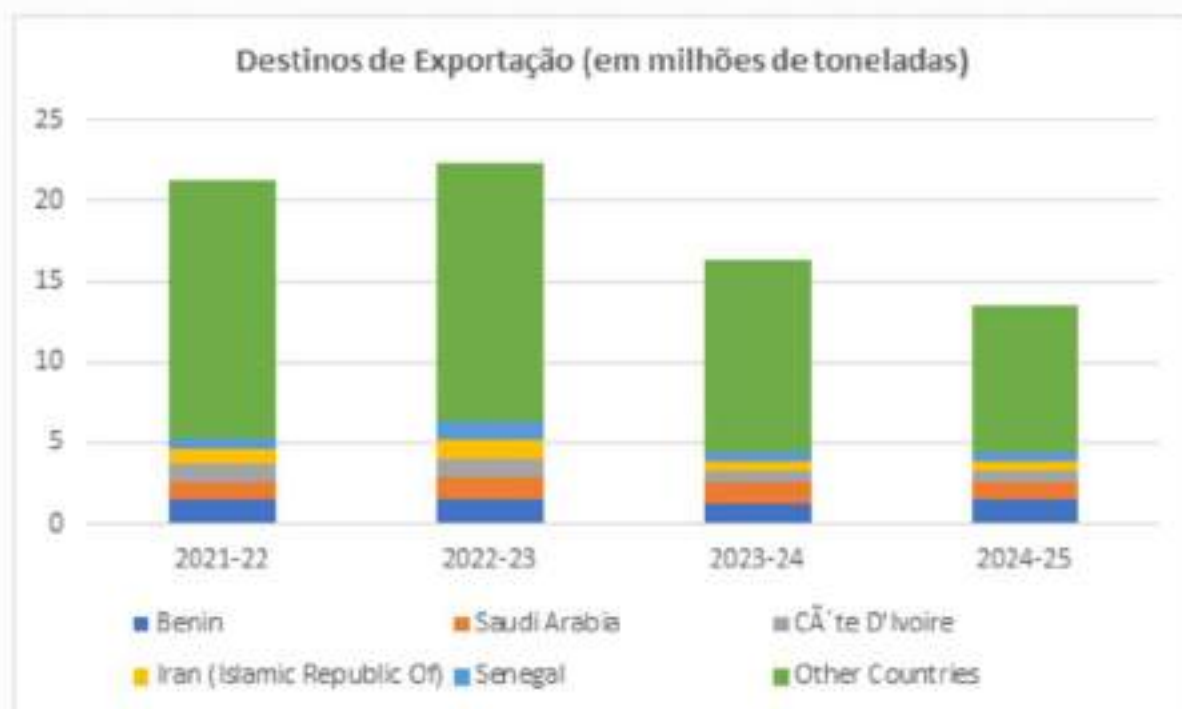


Figura 4. Quantidades exportadas para os 5 principais destinos
Fonte: [Portal Unificado de Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#).

Tabela 1: Quantidades de Arroz exportado por Códigos HS (em milhões de toneladas / valor em milhões de USD)

CÓDIGO SH	2020-21		2021-22		2022-23		2023-24		2024-25 **	
	Quantidade MT	Valor Milhões USD	Quantidade MT	Valor Milhões USD	Quantidade MT	Valor Milhões USD	Quantidade MT	Valor Milhões USD	Quantidade MT	Valor Milhões USD
10061010 (ARROZ COM CASCA DE SEMENTE QUITADA)	0,03	43,77	0,03	56,57	0,02	44,27	0,02	45,03	0,01	26,36
10061090 (OUTRO ARROZ COM CASCA)	0,60	180,22	0,67	155,79	0,46	121,28	0,32	77,44	0,15	34,25
10063090 (ARROZ EXCETO PARBOILED (EXCETO ARROZ BASMATI))	4,23	1646,06	5,22	2000,39	6,40	2203,52	2,36	852,56	1,42	696,41
10062000 (ARROZ COM CASCA (BROWN))	0,05	19,88	0,05	23,25	0,01	9,01	0,30	129,69	0,20	90,32
10063020 (ARROZ BASMATI)	4,63	4018,41	3,94	3537,49	4,56	4797,50	5,24	5843,30	3,65	3761,15
10063010 (ARROZ PARBOILIZADO)	6,18	2365,19	7,43	2764,69	7,85	2994,20	7,57	3274,20	4,91	2409,31
10064000 (ARROZ QUEBRADO)	2,07	595,69	3,89	1132,94	3,05	983,47	0,55	194,58	0,70	279,45
Total de códigos HS	17,78	8829,22	21,23	9671,12	22,35	11153,25	16,36	10416,80	11,04	7297,26

Figura 5. Preço do arroz no Mandi indiano (grande mercado atacadista onde as compras governamentais são realizadas)



Figura 5. Evolução do Preço do Arroz no Mandi Indiano (Valores convertidos em USD à taxa de conversão em 29-03-2025)
Fonte: [Portal Unificado de Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#).

Figura 6. Comparação dos Preços no Mandi em toda a Índia e Preço Mínimo de Suporte (MSP) para arroz

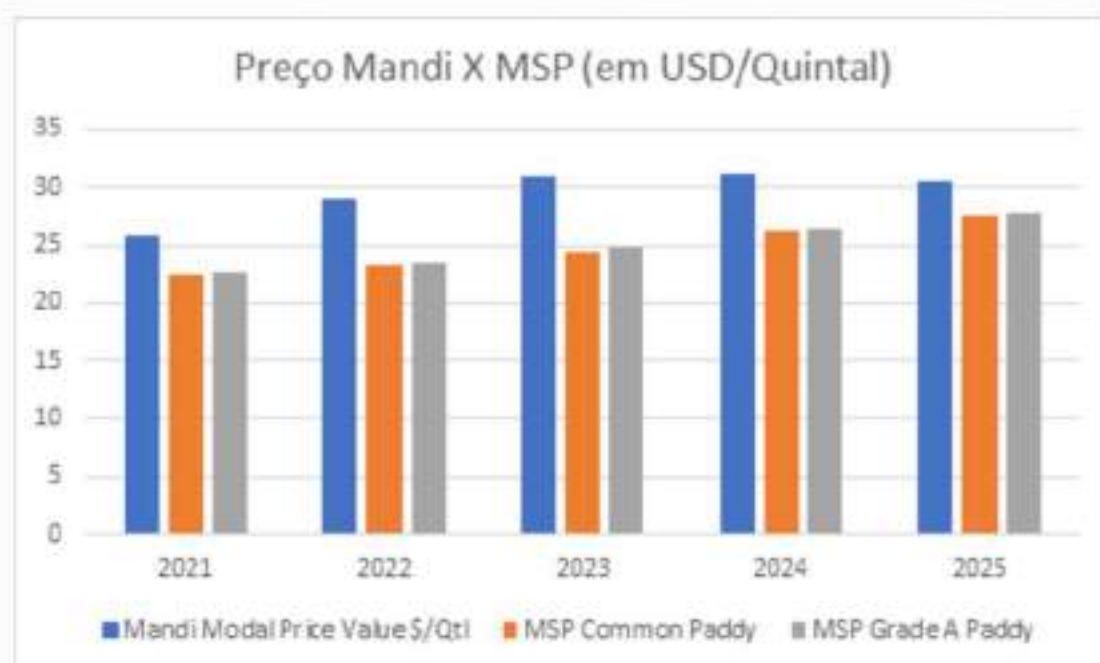


Figura 6. Comparação preço mercado e MSP (Valores convertidos em dólares americanos à taxa de conversão em 29-03-2025)

Fonte: Portal Unificado de Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia e Departamento de Assuntos do Consumidor e Distribuição Pública

Figura 7. Evolução do Índice de preços no atacado de arroz na Índia 2021-2025.

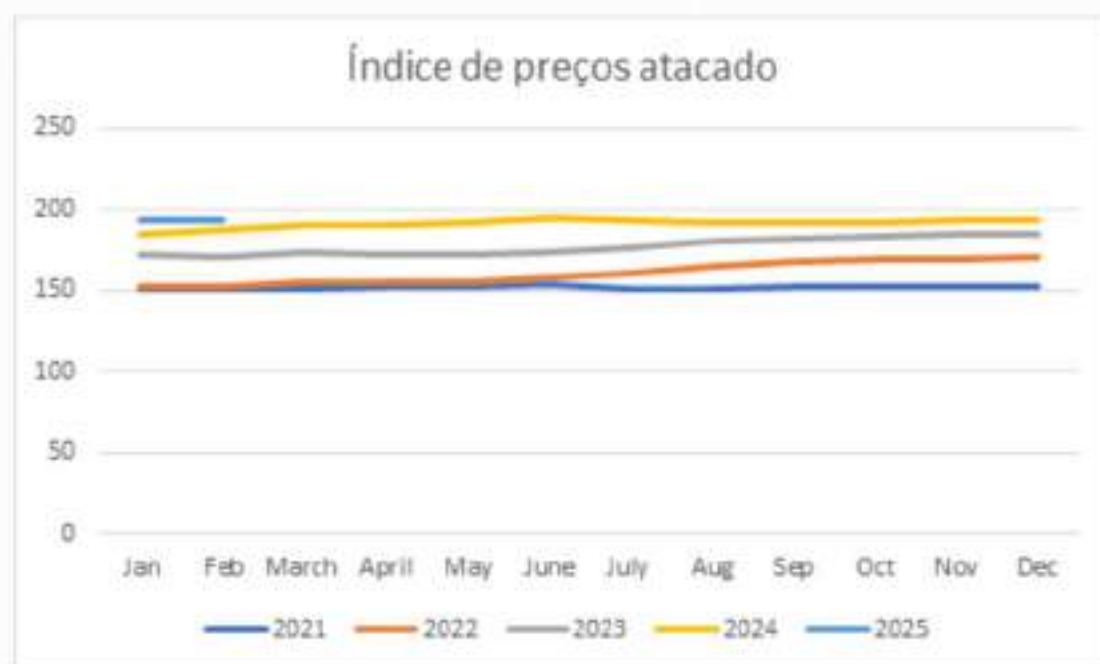


Figura 7 . Evolução do Índice de Preços.

Fonte: Portal Unificado de Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia.

Figura 8. Preços internacionais do arroz



Figura 8. Evolução dos preços internacionais do arroz

Fonte: [Portal Unificado de Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#).

De acordo com as últimas projeções do USDA sobre a produção global de arroz, os números foram revisados para cima, estimando-se uma quantidade equivalente a 532,67 milhões de toneladas métricas em 2024-25. Desta forma, calcula-se que a produção para 2025 seja 11,36 milhões de toneladas métricas maior, em comparação com 2023-24.

A China é o maior produtor mundial, com a marca de 145,28 milhões de toneladas métricas, seguida pela Índia, com produção prevista para atingir 145 milhões de toneladas métricas no ano corrente. O comércio global de arroz está estimado em cerca de 58,3 milhões de toneladas em 2024-25, o que corresponde a 0,4 milhão de toneladas a mais que no ano passado.

No entanto, com a remoção das restrições de exportação na Índia em março deste ano, a composição das exportações por país deve se alterar significativamente, prevendo-se que a Índia ocupe novamente o posto de maior exportador mundial (no ano-fiscal passado, devido à ausência significativa da Índia nas operações de exportação, Tailândia e Paquistão ocuparam as principais posições).

O USDA projeta que as exportações indianas atingirão 22 milhões de toneladas no ano fiscal 2024-25. De acordo com a sazonalidade global do preço do arroz, o qual pode ser fortemente influenciado pela Índia, os valores são mais baixos em outubro e aumentam gradativamente a partir de então, atingindo o pico em janeiro. Os preços então diminuem marginalmente entre março/abril, diminuindo ainda mais até julho antes de subir novamente em agosto.

De acordo com os dados mais recentes do Banco Mundial, os preços globais do arroz em janeiro de 2025 apresentaram uma média de US\$ 459 por tonelada, 26% menor em comparação a janeiro de 2024. Os preços também diminuíram mês a mês em comparação a dezembro de 2024, quando os preços eram de US\$ 500 por tonelada (Fonte: [Commodity Market Intelligence Report, janeiro de 2025](#). [Portal Unificado de Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#)).

Figura 9. Quantidade de arroz adquirida pelo governo indiano

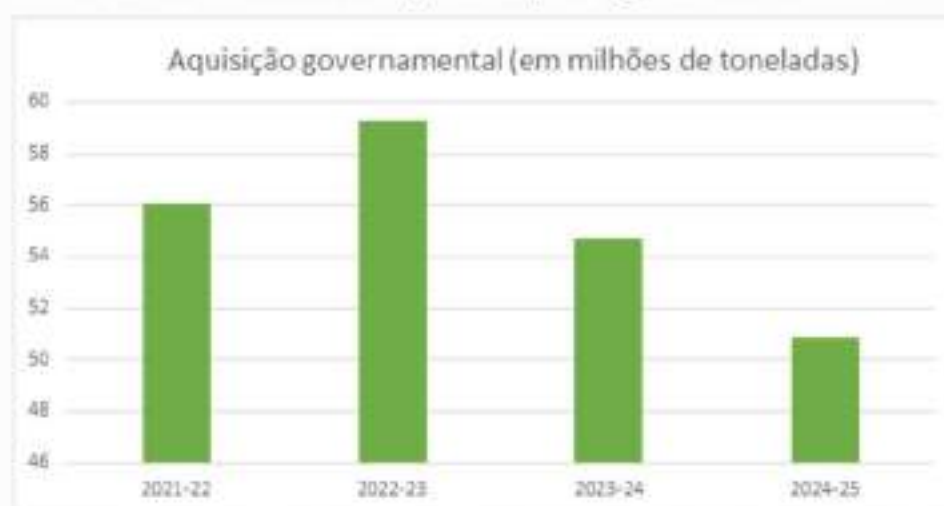


Figura 9. Aquisições governamentais na Índia

Fonte: [Portal Unificado de Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#).

Figura 10: Evolução dos estoques de arroz na Índia e requisito de estoque buffer (limite)



Figura 10. Evolução dos estoques de arroz na Índia

Fonte: [Portal Unificado de Estatísticas Agrícolas, Governo da Índia](#).

Aspectos relacionados às aquisições e operações governamentais:

Programa de venda em mercado aberto doméstico - Open Market Sale Scheme (OMSS - Domestic).

Além de manter estoques de reserva e atender aos requisitos do Sistema de Distribuição Pública de Alimentos (PDS) bem como de outros programas assistenciais do governo (OWS), a Food Corporation of India (FCI), cumprindo as instruções do poder executivo central, vende de tempos em tempos no mercado aberto doméstico, os estoques excedentes de trigo e arroz do pool central a preços pré-determinados, sob um programa conhecido como OMSS (Doméstico), no intuito de descarregar os estoques e regular os preços do mercado.

Descarte de grãos danificados

Grãos alimentícios que não estão em conformidade com as normas da Food Safety and Standards Authority of India e não podem ser recondicionados para uso convencional, são considerados "Não Emissíveis/Danificados". Os grãos alimentícios assim classificados são descartados conforme o procedimento previsto pelo governo. A Índia vem tentando desenvolver um programa de produção de biocombustíveis a partir dos chamados "wasted grains", sob a tutela da chamada "National Bioenergy Mission" e do programa "Pradhan Mantri JI-VAN Yojana", os quais permitem ao FCI inclusive vender grãos classificados como danificados, para a produção de etanol.

Política de Aquisições

As agências do governo estadual e a Food Corporation of India (FCI) compram arroz e trigo dentro do período estipulado e de acordo com o Preço Mínimo de Suporte (MSP), observando a especificação de Qualidade Média Justa (Fair Average Quality). Tais aquisições são destinadas à composição do pool central e aos programas de distribuição de alimentos em cumprimento à Lei Nacional de Segurança Alimentar (NFSA) e aos outros programas de assistência social do governo (OWS).

As estimativas para aquisição de arroz e trigo são finalizadas pelo Governo da Índia em consulta com os Governos Estaduais e com a Food Corporation of India, antes do início de cada temporada de comercialização e com base nas estimativas de safra e cálculos do excedente comercializável. Arroz e trigo são adquiridos sob o Sistema de Aquisição Descentralizada (DCP) e sistema Não-DCP.

- **Sistema de aquisição centralizado (não-DCP)**

No Sistema de Aquisição Centralizada, a aquisição de grãos alimentícios no Pool Central é realizada diretamente pela FCI ou por agências do Governo Estadual que adquirem os grãos alimentícios e entregam os estoques à FCI para armazenamento e posterior distribuição dentro do mesmo estado ou para remanejamento dos estoques para outros estados, conforme determinação do governo central.

- **Sistema de Aquisição Descentralizada (DCP)**

Sob esse esquema, o próprio Governo Estadual realiza compras diretas de arroz e trigo e também armazena e distribui esses grãos alimentícios sob o NFSA e outros esquemas de assistência social estadual.

Subsídio alimentar

Grãos alimentícios vem sendo fornecidos aos beneficiários-alvo a taxas altamente subsidiadas, em cumprimento à vários Programas/Esquemas Centrais, sob a Lei Nacional de Segurança Alimentar (NFSA) de 2013 e Outros Esquemas de Bem-Estar (OWS), tais como o "Priority Household (PHH)", o "Antodaya Anna Yojana (AAY)", o "PM Poshan (Refeição do Meio-Dia)" e o "ICDS". Os grãos alimentícios para esses programas são organizados por meio dos dois modos de aquisição mencionados anteriormente (Fonte: [Departamento de Alimentos e Distribuição Pública](#)). Há também fortes e amplos incentivos à produção destes grãos, por meio de programas de aquisição de fertilizantes por exemplo, ou mesmo pelo incremento dos preços mínimos de suporte.

Tabela 2: Políticas comerciais vigentes para arroz na Índia – arcabouço legal em vigor

Código HS e Nome da mercadoria	Política	Política
10061010 (ARROZ COM CASCA DE SEMENTE QLTD)	<u>Restrito</u>	<i>ITC(HS), 2022 Anexo 1 Política de Importação</i>
10061090 (OUTRO ARROZ COM CASCA)	A política de exportação foi alterada de "Livres com 10% de imposto de exportação" para " <u>Livres com zero imposto de exportação</u> ".	Notificação n.º 46/2024- Alfândega datada de 22/10/2024
10063090 (Arroz Branco Não Basmati)	Política de exportação alterada de "Proibido" para " <u>Livres</u> ".	Notificação n.º 46/2024- Alfândega datada de 22/10/2024
10062000 (ARROZ COM CASCA (BROWN))	A política de exportação foi alterada de "Livres com 10% de imposto de exportação" para " <u>Livres com zero imposto de exportação</u> ".	Notificação n.º 46/2024- Alfândega datada de 22/10/2024
10063020 (ARROZ BASMATI)	Política de exportação alterada de limite de exportação de 950 USD/MT para <u>Livres</u> .	<u>14/09/2024</u>
10063010 (ARROZ PARBOILIZADO)	A política de exportação foi alterada de "Livres com 10% de imposto de exportação" para " <u>Livres com zero imposto de exportação</u> ".	Notificação n.º 46/2024- Alfândega datada de 22/10/2024
10064000 (ARROZ QUEBRADO)	Política de exportação alterada de "Proibido" para " <u>Livres</u> ".	Notificação n.º 61/2024-25- datada de 07/03/2025

Tabela 2. Políticas comerciais para Arroz na Índia.

Fonte: [Diretoria Geral de Comércio Exterior](#) e [Conselho Central de Impostos Indiretos e Alfândegas](#)



O MERCADO DE VINHOS NA INDONÉSIA

Data: 11/04/2025

Posto: Jacarta/Indonésia

Palavras-chave: Indonésia; vinhos

Responsável: Bruno Breitenbach, Christian Silwanus

SUMÁRIO:

Este relatório analisa o crescimento do mercado de vinhos na Indonésia, destacando fatores como mudanças culturais, expansão do comércio eletrônico, impacto do turismo internacional e quais são os principais fornecedores. Além disso, apresenta questões tarifárias e uma lista de potenciais importadores para os vinhos brasileiros.

CONTEXTO

O mercado de vinhos da Indonésia está passando por uma fase promissora de desenvolvimento, sustentada por uma combinação de evolução do comportamento do consumidor, progresso tecnológico e esforços do governo para impulsionar o turismo internacional, o que, por sua vez, elevou o perfil e a popularidade da bebida.

Embora historicamente um segmento de nicho devido a restrições culturais e regulatórias, a categoria de vinhos está ganhando força em todo o arquipélago. De acordo com a Euromonitor, um dos principais impulsionadores desse crescimento foi o aumento do consumo doméstico de vinho, principalmente entre a população urbana mais jovem. Essa mudança demográfica está intimamente ligada à rápida expansão das plataformas de comércio eletrônico, que revolucionaram a acessibilidade dos produtos. Por meio desses canais digitais, os consumidores agora podem explorar e comprar uma variedade maior de vinhos de produtores locais e internacionais com maior facilidade do que nunca.

Simultaneamente, há uma transformação notável na percepção cultural do consumo de vinho na Indonésia. Uma vez visto com reserva em certos círculos, o vinho é cada vez mais adotado como um símbolo do estilo de vida moderno, especialmente em áreas metropolitanas como Jacarta, Bali e Surabaya.

Essa crescente aceitação cultural é ainda mais amplificada pelos esforços estratégicos do governo indonésio para promover o turismo internacional. Ao atrair um público global e incentivar padrões de hospitalidade alinhados com as expectativas internacionais, essas iniciativas de turismo desempenharam um papel fundamental no aumento da visibilidade e prestígio do vinho no mercado local.

E-Commerce e a evolução do cenário de distribuição de vinho na Indonésia

O comércio eletrônico tornou-se um canal de distribuição cada vez mais importante para o vinho na Indonésia, refletindo uma tendência global mais ampla em direção ao consumo doméstico e à conveniência digital. Embora a venda online de bebidas alcoólicas enfrente obstáculos regulatórios rígidos no país, o crescimento do comércio eletrônico de varejo - especialmente durante e após a pandemia do COVID-19 - teve um impacto duradouro na forma como os consumidores acessam vinhos e destilados.

Durante a pandemia, as medidas para limitar o movimento e a interação social levaram a um aumento no comércio eletrônico, tornando-o um canal de vendas vital para vinhos finos, champanhe e destilados. Muitas marcas estabeleceram sua presença em grandes plataformas como Tokopedia e Shopee, e fizeram parceria com aplicativos de supermercado de terceiros, como o HappyFresh. No entanto, essa rápida expansão chamou a atenção das autoridades indonésias. Devido à postura rígida do país sobre a venda de álcool - moldada por considerações culturais e religiosas - a Agência Nacional de Alimentos e Drogas (BPOM), apoiada pelo Ministério do Comércio, proibiu a venda online de bebidas alcoólicas. As violações levaram a multas e penalidades civis, causando um declínio nas vendas de álcool online entre 2021 e 2023.

Apesar desses desafios regulatórios, a demanda por compra de vinho online continua forte. Em 2024, as vendas online começaram a se recuperar por meio de áreas cinzentas legais e métodos alternativos.

Os consumidores continuam a fazer pedidos por meio de plataformas como GrabMart e HappyFresh, ou mesmo por meio de canais diretos como o WhatsApp. Ao mesmo tempo, surgiram plataformas especializadas para atender a uma base crescente de entusiastas do vinho que buscam conveniência e qualidade.

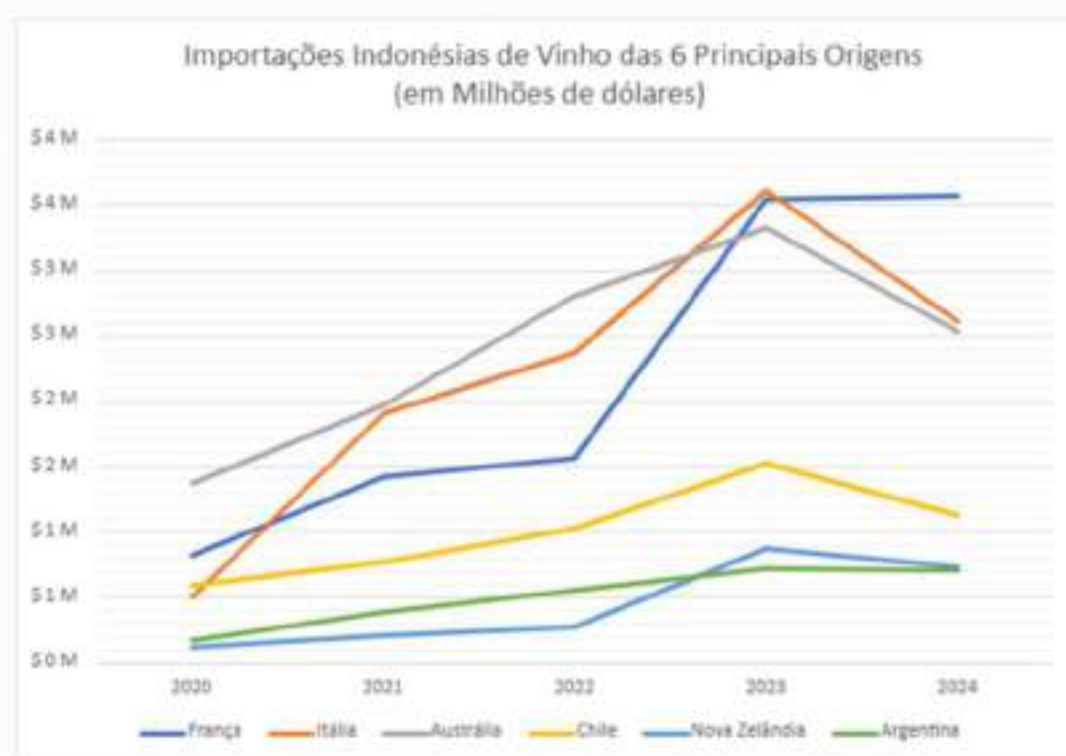
Varejistas como Red & White e GoDrinks exemplificam essa tendência. A Red & White, uma proeminente varejista de vinhos e destilados desde 2014, oferece uma ampla gama de produtos - de rótulos do dia a dia a colecionáveis raros - tanto online quanto por meio de seus mais de 80 pontos de venda físicos nas principais cidades da Indonésia. Enquanto isso, a GoDrinks se concentra na entrega rápida e acessível de vinhos, adquirindo diretamente de vinicultores internacionais para oferecer seleções selecionadas.

Esses canais em evolução destacam uma mudança dinâmica no comportamento do consumidor: à medida que os consumidores de vinho indonésios se sentem mais confortáveis com o prazer em casa, a conveniência, a variedade e o acesso por meio de plataformas digitais estão se tornando centrais para a experiência de varejo de vinho, mesmo diante da complexidade regulatória.



Entre 2020 e 2024, as importações de vinho da Indonésia experimentaram um crescimento significativo, passando de 4 Milhões de dólares em 2020 e alcançando 13 milhões de dólares em 2024. O crescimento é decorrente também do retorno do turismo, após a crise de covid 19, às praias e belezas naturais de Bali e do turismo de negócios nas grandes cidades indonésias como Jacarta, Bandung, Surabaya e Medan.

Quanto aos principais fornecedores de vinhos a Indonésia, verifica-se que a França liderou consistentemente como o principal exportador durante esse período, com os valores das importações subindo de US\$ 826.000 em 2020 para US\$ 3,56 milhões em 2024.



Quanto aos principais fornecedores de vinhos a Indonésia, verifica-se que a França liderou consistentemente como o principal exportador durante esse período, com os valores das importações subindo de US\$ 826.000 em 2020 para US\$ 3,56 milhões em 2024. A Itália seguiu de perto, mostrando um aumento acentuado de US\$ 504.000 em 2020 para um pico de US\$ 3,61 milhões em 2023, antes de cair para US\$ 2,61 milhões em 2024. A Austrália também manteve uma posição forte, com as exportações subindo de US\$ 1,37 milhão em 2020 para US\$ 3,33 milhões em 2023, depois diminuindo ligeiramente para US\$ 2,54 milhões em 2024.

O Chile também experimentou um crescimento constante, com os valores das exportações aumentando de US\$ 599.000 em 2020 para US\$ 1,53 milhão em 2023, antes de diminuir para US\$ 1,13 milhão em 2024. A Nova Zelândia teve a menor participação entre os cinco primeiros, mas mostrou progresso consistente, com as exportações subindo de US\$ 127.000 em 2020 para US\$ 739.000 em 2024. Até mesmo a Argentina viu os crescimentos de suas exportações de vinho aumentarem e se consolidou como um dos 6 principais exportadores para a Indonésia, saindo de US\$ 170.000 em 2020 para US\$ 709.000 em 2024.

Ressalta-se que os vizinhos brasileiros de maior destaque na produção de vinhos, Chile e Argentina, já começaram a explorar o mercado indonésio, à diferença do Brasil, que ainda não registra exportações a este país.

PERFIL DO MERCADO DE VINHOS NA INDONÉSIA

Com base em nossas observações, o preço de varejo do vinho na Indonésia geralmente começa em torno de IDR 180.000 (aproximadamente US\$ 12). A faixa de preço mais comum para o vinho fica entre IDR 200.000 e IDR 350.000 (US\$ 13–23).

Curiosamente, os vinhos produzidos localmente também estão posicionados dentro dessa faixa de preço, a partir de IDR 200.000. Marcas de vinho nacionais, como Sababay Winery, Hatten Wines, Two Islands Winery, Plaga Wine e Bali Wine, estão ganhando popularidade crescente, especialmente entre os consumidores cosmopolitas e urbanos da Indonésia.

A maioria desses produtores de vinho locais está sediada em Bali, que emergiu como o centro da indústria vinícola doméstica da Indonésia, importações de matéria-prima (uvas congeladas), beneficiando-se de seu clima favorável, exposição impulsionada pelo turismo e inovação na vinificação adaptada aos gostos locais.

Segue abaixo alguns exemplos de vinhos encontrados à venda com seus respectivos preços de comercialização:

<u>Marca</u>	<u>País de Origem</u>	<u>Preço em US\$</u>	<u>Imagem</u>
B&G Cuvee Speciale Vin Rouge	France	23,93	
Zonin Lambrusco dell'Emilia	Italy	26,60	
Tall Poppy Cabernet Sauvignon	Australia	16,60	

Don Alejandro <u>Carmenere</u>	Chile	19,73	
Crios Cabernet Sauvignon	Argentina	28,53	
Te Mata Estate <u>Gamay Noir</u>	New Zealand	29,93	

PERFIL TARIFÁRIO

Os produtos vitivinícolas importados para a Indonésia estão sujeitos a um imposto de importação de 90%. Além disso, de acordo com o Regulamento do Ministério das Finanças (PMK) nº 160 de 2023, bebidas alcoólicas como vinho também estão sujeitas ao imposto especial de consumo.

De acordo com o PMK nº 160/2023, as tarifas especiais de consumo de bebidas alcoólicas contendo álcool etílico são categorizadas da seguinte forma:

<u>Categoria</u>	<u>Teor alcoólico</u>	<u>Tarifa de Impostos Especiais de Consumo (IDR \$ /litro)</u>	<u>Aprox. em USD</u>
Um	<u>Até 5%</u>	16,500	1,10 <u>dólares americanos</u>
B	>5% – 20%	53,500	USD 3.57
C	>20% – 55%	152,000	USD 10.13

Fonte: klikpajak.com

Os produtos vitivinícolas se enquadram na Categoria B e, portanto, estão sujeitos a uma tarifa especial de consumo de IDR 53.500 por litro, que é de aproximadamente US\$ 3,57 por litro com base em uma taxa de câmbio de US\$ 1 = IDR 15.000.

Órgãos regulatórios importantes

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) ou Agência de Supervisão de Alimentos e Medicamentos, é uma instituição governamental não ministerial que atua como a principal autoridade da Indonésia para regular alimentos, bebidas, medicamentos e produtos relacionados. Sua função inclui registro de produtos, avaliação de segurança e vigilância pós-comercialização para garantir a proteção do consumidor. As funções e responsabilidades do BPOM são semelhantes às da ANVISA no Brasil. Também compartilha funções comparáveis com a Food and Drug Administration (FDA) dos EUA e a Agência Europeia de Medicamentos (EMA). O principal mandato da BPOM é garantir a segurança, qualidade e eficácia dos produtos consumidos pelo público, incluindo bebidas alcoólicas importadas, como o vinho.

Kementerian Perdagangan (Kemendag) ou Ministério do Comércio, é a instituição governamental responsável por regular a importação e distribuição de mercadorias na Indonésia, incluindo bebidas alcoólicas como o vinho. Este ministério supervisiona o licenciamento de importação, a alocação de cotas e os acordos comerciais relacionados à circulação de vinho no mercado interno. Suas funções são comparáveis às do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC) do Brasil.

Kementerian Keuangan – Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) ou Ministério das Finanças – Direção Geral de Alfândega e Impostos Especiais de Consumo, é a autoridade encarregada de supervisionar a entrada de mercadorias importadas na Indonésia por meio de procedimentos alfandegários. É igualmente responsável pela fixação e cobrança dos direitos de importação e dos impostos especiais de consumo sobre produtos como o vinho. Essa instituição desempenha funções semelhantes às da Receita Federal do Brasil (RFB) sob o Ministério da Fazenda, que supervisiona a alfândega, tributação e administração da receita federal.

<u>Categoria</u>	<u>Teor alcoólico</u>	<u>Tarifa de Impostos Especiais de Consumo (IDR \$ /litro)</u>	<u>Aprox. em USD</u>
Um	<u>Até 5%</u>	16,500	1,10 <u>dólares americanos</u>
B	>5% – 20%	53,500	USD 3.57
C	>20% – 55%	152,000	USD 10.13

Fonte: klikpajak.com

POTENCIAIS IMPORTADORES

O quadro seguinte apresenta uma lista ilustrativa dos potenciais importadores atualmente envolvidos no mercado da importação de vinhos na Indonésia. É importante observar que esta lista é meramente para referência, pode variar dependendo da localização e da dinâmica do mercado e não constitui nenhuma forma de endosso, certificação ou recomendação.

Nome	Endereço e Contato	Pessoa-chave
PT. Aska Indoco	Jl. Jembatan Tiga, Pluit Mas 1 Blok A No. 1A, North Jakarta 14450 Tel: +62 21 669 3113 / 663 0669 E-mail: mulyadi.robby@dima.co.id	Sr. Irman (Diretor), Sr. Mulyadi Robby (Gerente Assistente de Importação), Sra. Anastasia Dewi, Sr. Roy Mulyadi
PT. Bogacitra Nusapratama	Sentra Industri Terpadu Blok E1 No. 48-49, Penjaringan, Jakarta Utara Tel: +62 21 5698 2830 E-mail: jaya@bogafinewine.com	Sr. Jaya Sukanta (Diretora)
PT. Danisa Texindo	Jl. Taman Bendungan Asahan II No.12, Jakarta Pusat Tel: +62 21 2988 0355 E-mail: alexandrie.h.e@oat-mitoku-agrio.co.id	Sr. Alexander H. Effendi (Diretor), Sra. Jeane Christine (Assistente)
PT. Jaddi Internacional	Habibi Center 2º andar, Jl. Kemang Selatan No. 98, South Jakarta 12560 Tel: +62 21 7801060 E-mail: astri@vinplus.biz	Sr. Reimer Simorangkir (Diretor), Sra. Astri Irawan (Secretária), Sra. Erna (Divisão de Vendas)
PT. Jaya Makmur Panca Perkasa	Pondok Pinang Center Blok A-14, Jl. Ciputat Raya, South Jakarta 12310 Tel: +62 21 750 9450 E-mail: jovandjoe@gmail.com	Sr. Jovand Joe (Gerente de Desenvolvimento de Negócios), Sr. Richard (Gerente Geral)
PT. Pancaniaga Indoperkasa	Jl. RA Kartini Raya No. 7, Pasar Baru, Jakarta Central 10710 Tel: +62 21 3483 0405 E-mail: kumarkis@gmail.com , dadangsuradang206@gmail.com	Sr. Kumar Kishore (Diretor), Sr. Dadang (Divisão de Contabilidade)
PT. Pantja Artha Niaga	Kawasan Industri Pulo Gadung, Jl. Pulo Sidik Blok R, Kav. No. 29A, Jakarta Timur 13930 Tel: +62 21 4683 5209 E-mail: etto@paniaga.com	Sr. Lauretto Mulyono (Diretor de Vendas e Marketing) Celular: +62 812 3987 872

CONCLUSÃO

Considerando o aumento constante das importações de vinho pela Indonésia e a presença já estabelecida de países vizinhos como Chile e Argentina, o mercado indonésio representa uma oportunidade estratégica para os vinhos brasileiros.



MERCADO DE INSUMOS PARA HORTICULTURA NO IRÃ. SEMENTES, FERTILIZANTES E IRRIGAÇÃO.

Data: 15/04/2025

Posto: Teerã/Irã

Palavras-chave: horticultura; sementes; fertilizantes; irrigação; mercado insumos; Irã

Responsável: Marlos Schuck Vicenzi

SUMÁRIO:

Este agroinsight apresenta uma análise do mercado de insumos para horticultura no Irã, apresentando uma visão geral sobre a produção de vegetais e flores, a importância da plasticultura, e o papel estratégico dos insumos (sementes, fertilizantes e irrigação). Aborda temas sobre áreas cultivadas, métodos de irrigação e os desafios e oportunidades relacionados à produção e importação de sementes e fertilizantes. O documento evidencia o avanço no uso de tecnologias inteligentes, como hidroponia, irrigação por gotejamento e nanobubble, e ressalta a crescente importância do mercado local, apesar da dependência expressiva da importação de sementes híbridas para alguns cultivos.

CONTEXTO

O setor hortícola no Irã caracteriza-se pela diversidade, reflexo das condições edafoclimáticas variadas do país. Este cenário favorece tanto a produção de vegetais quanto a de flores ornamentais, possibilitando o desenvolvimento de práticas agrícolas modernas. Em um ambiente desafiador marcado por restrições hídricas, a adoção de técnicas inovadoras tem sido crucial para o incremento da produtividade e a redução dos impactos causados pela escassez de água. Desta forma, a análise ora apresentada foca nos insumos estratégicos – sementes, fertilizantes e sistemas de irrigação – que direcionam a competitividade e a modernização do setor.

No que tange à produção de vegetais, o Irã dispõe de importantes áreas destinadas à horticultura, dados de 2023/24 indicam a utilização de 668.000 hectares destinados à horticultura, dos quais 470.000 hectares utilizam sistemas irrigação. As principais culturas produzidas são a batata, com cerca de 143.800 hectares; tomate, 112.000 hectares; e cebola, 59.000 hectares. O Gráfico 1 ilustra os dados sobre a distribuição de áreas destinadas à horticultura no Irã. Dados históricos e recentes apontam para uma evolução significativa: mesmo com leves reduções na área total, a produtividade tem aumentado, resultado do emprego de tecnologias aplicadas em estufas e sistemas de irrigação localizada (gotejamento e microaspersão). Os dados disponíveis indicam que nos últimos 18 anos houve uma evolução de 46% na produtividade média, que saiu de 26 ton/ha em 2006 e atingiu 38 ton/ha em 2024.

Outro destaque é a expansão das áreas protegidas (plasticultura) e a ampliação do uso de sistemas inteligentes, tais como controle climático e a inovadora tecnologia de nanobubble, responsável por elevar a concentração de oxigênio dissolvido na água da irrigação, com potencial de elevar a produtividade em até 15%. Atualmente o Irã tem aproximadamente 25 mil hectares produzidos sob estufas, mas o potencial de aumento de produtividade em até 10 vezes, com maior eficiência no uso da água e demais insumos, faz com que representantes do governo iraniano anunciem a necessidade de se alcançar áreas próximas a 150 mil hectares de estufas. A evolução da área sob estufa no Irã é ilustrada no Gráfico 2.

No que concerne aos fertilizantes, o país apresenta ampla capacidade de produção de insumos nitrogenados, beneficiada pela disponibilidade de reservas naturais de gás. Entretanto, o déficit na produção de fosfatos e potássio mantém a necessidade de importações desses elementos.

Em relação às sementes, avanços em pesquisas para o desenvolvimento da produção local levaram o Irã a uma auto-suficiência de aproximadamente 95% no suprimento de sementes em geral, exceto para a produção de hortícolas, na qual o Irã depende da importação para atender 90% de sua demanda. Considerando que a importação de sementes é altamente regulada em relação aos aspectos fitossanitários, é importante mencionar que a Plant Protection Organization (PPO), órgão ligado ao Ministério da Agricultura Jihad (MAJ) do Irã é a responsável por estabelecer os requisitos de importação. Os requisitos fitossanitários podem ser consultados no site da PPO Plant Protection Organization, disponível no link 1, em Persa.

Exemplos de requisitos existentes para hortícolas incluem:

Específicos para o Brasil: Pimentão - *Capsicum annuum*; Quiabo - *Abelmoschus esculentus*. Para todos os países: Cebola - *Allium cepa*; Pepino - *Cucumis sativus*; Pimenta - *Piper nigrum*. Para alguns países, Brasil não incluído: Mamão - *Carica papaya*. Para informações sobre os importadores de sementes, a Associação Iraniana dos Importadores de Sementes disponibiliza uma lista de associados e seus contatos em seu website (link 2).

Para aqueles interessados em eventos especializados, a AGRICULTEC, feira focada em insumos agrícolas, acontece em Teerã no início de janeiro. Mais informações podem ser encontradas no site do evento disponível no link 3.

Links:

<https://www.ppo.ir/fa->

[IR/ppo/4991/page/%D9%85%D8%AD%D8%B5%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D9%82%D8%B1%D9%86%D8%B7%DB%8C%D9%86%D9%87](https://www.ppo.ir/fa-IR/ppo/4991/page/%D9%85%D8%AD%D8%B5%D9%88%D9%84%D8%A7%D8%AA-%D9%82%D8%B1%D9%86%D8%B7%DB%8C%D9%86%D9%87)

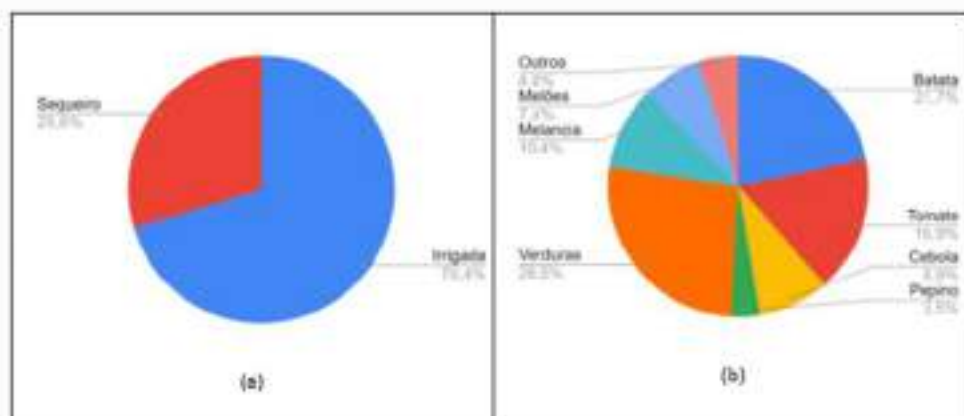
<https://seedia.ir/>

<http://en.agricultech.com/>

CONCLUSÃO

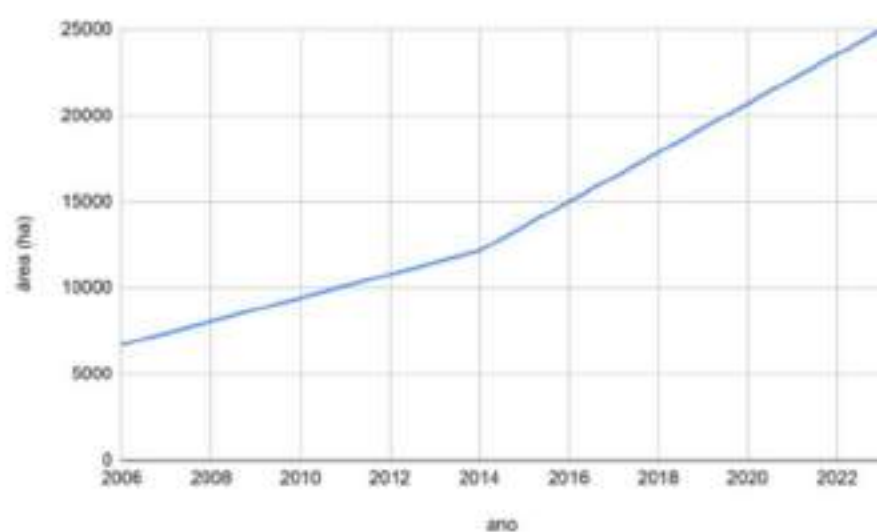
A análise do mercado de horticultura no Irã evidencia um cenário de diversidade e evolução, impulsionado pela adoção de tecnologias que aprimoram o desempenho produtivo e pela busca de maior eficiência no uso dos recursos hídricos. Apesar de uma política nacional voltada para a autosuficiência, a dependência iraniana nas importações, especialmente de sementes hortícolas e de determinados fertilizantes, configura oportunidade para os exportadores brasileiros de insumos.

Gráfico 1: Distribuição de áreas destinadas à horticultura no Irã: (a) sequeiro ou irrigado; (b) principais culturas.



Fonte: Elaboração própria, a partir de informações coletadas em veículos de mídia em inglês.

Gráfico 2: Evolução da área de plasticultura no Irã.



Fonte: Elaboração própria, a partir de informações coletadas em veículos de mídia em inglês.



CONFERÊNCIA GLOBAL DA FAO SOBRE BIOTECNOLOGIA AGROALIMENTAR

Data: 08/04/2025

Posto: Roma/Itália-FAO

Palavras-chave: biotecnologia; sustentabilidade; segurança alimentar; edição gênica; agricultura

Responsável: Fernanda Vanessa Mascarenhas Magalhães

SUMÁRIO:

A FAO realizará a Conferência Global sobre Biotecnologia Agroalimentar, com o tema "Biotecnologias para um Futuro Sustentável: Impulsionando a Transformação dos Sistemas Agroalimentares", em Roma, de 16 a 18 de junho de 2025. O evento será aberto ao setor privado e abordará temas como melhoramento genético vegetal, biofortificação de cultivos básicos, biologia sintética, edição gênica (CRISPR), uso de inteligência artificial e bioinformática na pesquisa, o uso de biotecnologias para o melhoramento genético de árvores, entre outros. Espera-se como resultado a publicação de uma nova declaração oficial da FAO sobre biotecnologia, além de um chamado à ação para alcançar sistemas agroalimentares eficientes, inclusivos, resilientes e sustentáveis.

CONTEXTO

Como parte das comemorações do seu 80º aniversário, a FAO organizará a Conferência Global sobre Biotecnologia Agroalimentar intitulada "Biotecnologias para um Futuro Sustentável: Impulsionando a Transformação dos Sistemas Agroalimentares", na sua sede, em Roma, na Itália, de 16 a 18 de junho de 2025.

A conferência tem como objetivo discutir os últimos avanços, oportunidades e riscos associados às biotecnologias e examinar como as biotecnologias podem impulsionar a transformação dos sistemas agroalimentares, garantindo acesso equitativo e gerando impactos significativos em todos os níveis.

A Estratégia de Ciência e Inovação da FAO destaca a importância de alavancar diversas disciplinas científicas e fontes de conhecimento, tecnologias e inovações, com as biotecnologias desempenhando um papel crítico neste esforço. As biotecnologias têm imenso potencial para aumentar a produção de alimentos, melhorar a nutrição e reduzir os impactos ambientais e aumentar a resiliência dos sistemas agroalimentares. Para aproveitar esse potencial, o trabalho da FAO em biotecnologias abrange assistência técnica, desenvolvimento de capacidade, compartilhamento de conhecimento sobre boas práticas, desenvolvimento de políticas e servir como uma plataforma neutra para os Membros discutirem os benefícios e riscos da aplicação de biotecnologias em alimentos e agricultura. Apesar do progresso notável, as biotecnologias continuam sendo adotadas de forma desigual entre as regiões, muitas vezes limitadas por capacidades, infraestrutura, políticas e recursos financeiros. Com base nos anos de trabalho da FAO em biotecnologias e suas conferências internacionais anteriores, e no Fórum de Ciência e Inovação de 2024, a Conferência fornecerá uma plataforma neutra para examinar como as ferramentas biotecnológicas podem impulsionar a transformação para sistemas agroalimentares sustentáveis.

Constam como objetivos da conferência:

- Destacar conquistas passadas, avanços recentes e tendências futuras em biotecnologias e seu potencial transformador para alcançar sistemas agroalimentares eficientes, inclusivos, resilientes e sustentáveis.
- Explorar como as biotecnologias, incluindo ferramentas como edição de genoma e biologia sintética, podem capacitar pequenos produtores, processadores, comerciantes e varejistas a aumentar a segurança alimentar, melhorar a nutrição e desenvolver resiliência aos desafios climáticos.
- Compartilhar boas práticas na integração de tecnologias digitais, como Inteligência Artificial e bioinformática, para avançar na pesquisa, melhorar o acesso e dimensionar inovações biotecnológicas.
- Discutir a experiência no desenvolvimento de políticas e legislação para garantir a aplicação segura, equitativa e responsável das biotecnologias, abordando riscos e construindo a confiança pública.
- Promover a colaboração global conectando formuladores de políticas, cientistas, organizações da sociedade civil, setor privado e outras partes interessadas relevantes para impulsionar soluções biotecnológicas inclusivas, garantindo que ninguém seja deixado para trás na transformação dos sistemas agroalimentares.

Os resultados esperados incluem uma declaração revisada da FAO sobre biotecnologia e maior conscientização sobre o potencial das biotecnologias com um chamado à ação para alcançar sistemas agroalimentares eficientes, inclusivos, resilientes e sustentáveis.

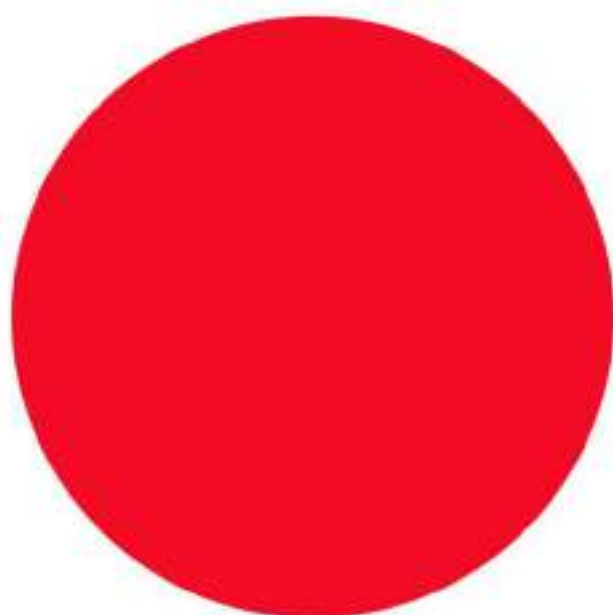
O público-alvo da conferência inclui representantes de governos, organizações internacionais e intergovernamentais, instituições acadêmicas e de pesquisa, organizações da sociedade civil, setor privado (incluindo fundações filantrópicas) e organizações de produtores.

A conferência consistirá em sessões plenárias de alto nível, sessões técnicas sobre tópicos temáticos, sessões paralelas com foco em subtemas do sistema agroalimentar, sessões de networking e eventos paralelos. As sessões individuais serão organizadas adotando formatos inovadores e interativos.

As inscrições no evento de representantes do setor privado, ONGs, academia podem ser realizadas diretamente no site até 05 de maio de 2025

https://faoeventregistration.powerappsportals.com/en-US/MeetingRegistration/?meeting_id=effa79ea-9de4-ef11-9341-7c1e526003be.

Site da Conferência: <https://www.fao.org/events/detail/fao-biotech-conference-2025/en/>.



OPORTUNIDADES DO MERCADO JAPONÊS O MERCADO DE MANGA FRESCA

Data: 15/04/2025

Posto: Tóquio/Japão

Palavras-chave: Exportações, Oportunidades, Manga.

Responsável: Marco Aurélio Pavarino

SUMÁRIO:

O mercado de exportação de manga das variedades Tommy Atkins e Kent do Brasil para o Japão foi aberto em 2004. Embora o Japão tenha produção interna de variedades específicas de manga como a premium Miyazaki, a oferta doméstica é muito limitada e de altíssimo valor agregado, o que cria forte dependência das importações. Os principais países exportadores de manga ao Japão são, nesta ordem, México, Tailândia, Taipei, Vietnam, Peru, Paquistão e Brasil. Produtos processados como polpa congelada, desidratada em fatias e sucos tem apresentado aumento de demanda no país. Os regulamentos fitossanitários do Japão são bastante rígidos e os altos padrões exigidos relativos à sanidade e inocuidade dos alimentos importados influenciam as tendências de importação, o que favorece fornecedores com capacidade de atendimentos às rigorosas exigências já conhecidas do mercado japonês.

CONTEXTO

ALGUNS ELEMENTOS SOBRE A DEMANDA E O MERCADO DE MANGA NO JAPÃO.

O consumo de manga no Japão é impulsionado por consumidores preocupados com a saúde, pela praticidade de alimentação e pela influência da culinária global no país. Os frutos são amplamente utilizados em receitas de sobremesas, em bebidas (smoothies, bubble tea) e pratos salgados como saladas e molho chutney em restaurantes e cafés.

Outro fator que influencia o consumo é a tendência de envelhecimento da população japonesa, que adota hábitos como preferência por frutas de fácil manuseio e ingestão. No mesmo sentido, os hábitos de famílias de apenas uma ou duas pessoas têm influenciado a demanda por alimentos de consumo rápido e simples.

Os valores das mangas no Japão podem atingir cifras muito elevadas. Não é incomum encontrar frutos especiais, como os da figura a seguir, que chegam a custar quase USD 70,00 (cerca de R\$350,00).

Figura 1 – Manga premium “Myazaky” exposta em ponto de venda em Tóquio.



A maior demanda pela fruta ocorre principalmente em julho. Coincidentemente, este é o período do ano em que há o costume japonês de se oferecer presentes como agradecimento às pessoas e às empresas pelas relações comerciais bem-sucedidas. Um dos tipos de presentes ofertados são as frutas, o que explica a busca por frutos esteticamente perfeitos e, consequentemente, de alto valor agregado.

O México tem a principal participação no mercado de importações de manga pelo Japão com preços bastante competitivos, seja pela condição privilegiada de acesso geográfico ao país, seja pelas tarifas diferenciadas conquistadas em acordo comercial. Além disso, o México atende satisfatoriamente aos rígidos e restritivos regulamentos de uso de pesticidas e processo de irradiação estabelecidos pelo Japão. A Tailândia também é grande fornecedora ao Japão. As Filipinas e Vietnã direcionam suas exportações também para produtos processados, como mangas desidratadas e congeladas. A tabela a seguir mostra a distribuição das importações de manga pelo Japão por país fornecedor.

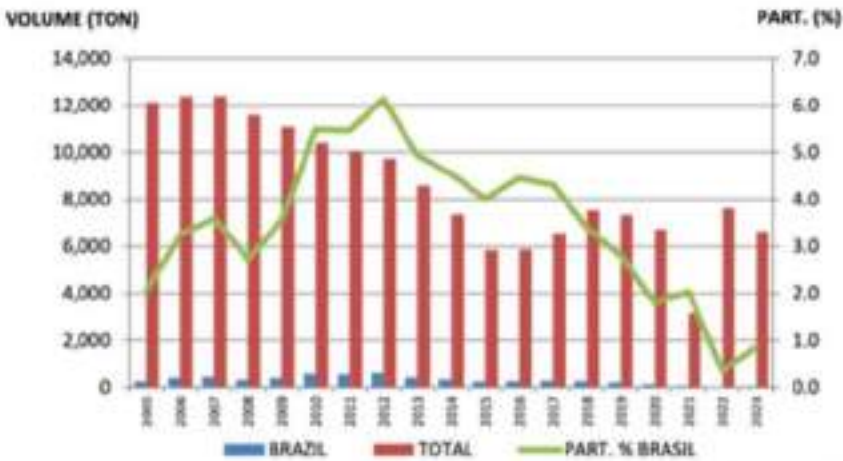
Tabela 1 – Participação dos países fornecedores de manga nas importações do Japão em 2023

País	IMPORTAÇÕES	
	Valor Importado em 2023 (USD mil)	Quantidade Importada
México	11,091	2,864
Tailândia	6,232	1,125
Taipei	5,350	719
Vietnam	3,004	1,076
Peru	2,761	678
Paquistão	914	189
Brasil	466	58
Camboja	426	42
Índia	278	49
Filipinas	194	17
Austrália	147	21
China	67	6
EUA	67	7
Burkina Faso	65	8
Equador	56	5
África do Sul	28	2
gana	21	2
Tanzânia	7	-
Sri Lanka	6	1
Camarões	3	-
Suíça	2	-
Todos os países	31,186	6,867

Fonte: International Trade Center – ONU. 2025 (www.trademap.org)

Apesar de ocupar a sétima posição como fornecedor para o Japão, o Brasil perdeu significativamente a participação neste mercado. O gráfico a seguir mostra a participação brasileira nas importações totais de manga no país nos últimos dezenove anos.

Gráfico 1 – Participação brasileira no total das importações de manga pelo Japão. Período 2005 a 2023.



Fonte: Ministério das Finanças do Japão, elaborada pela Embaixada do Brasil em Tóquio - SECOM

Apesar do auge da produção brasileira ocorrer na janela de entressafra dos países que fornecem ao Japão (principalmente México), o que dá uma vantagem competitiva bastante favorável, o Brasil não conseguiu manter nos últimos anos patamares de exportação de 2012, quando as quantidades exportadas foram recordes (cerca de 600 toneladas). Outros fornecedores como o Peru e a Austrália, estão ganhando espaço nas importações ao Japão devido à alta qualidade dos produtos que exportam. Os importadores japoneses geralmente priorizam fornecedores com certificações orgânicas, além daqueles que apresentam produtos diferenciados como manga congelada, acondicionadas em embalagens inovadoras (mangas fatiadas prontas para consumo). Esses produtos têm tido busca crescente pelos consumidores japoneses.

Percebe-se pelo gráfico ainda que, apesar da tendência de queda geral das importações japonesas de manga, as importações de manga do Brasil aumentaram significativamente de 2022 para 2023 (cerca de 231%).

OPORTUNIDADES PARA EXPORTAÇÃO AO JAPÃO

A exportação de manga para o Japão é desafiadora para os produtores brasileiros, que tem que equacionar questões sanitárias, de logística de transporte e manutenção da qualidade do produto. Se por um lado os frutos exportados ao Japão devem passar necessariamente tratamento térmico para desinfecção de pragas (em especial *Ceratitis capitata* - mosca das frutas), o que implica em custos, de outro apenas o transporte aéreo de faz viável por conta do tempo de pós colheita e shelf life. Ademais os consumidores japoneses têm grandes exigências de aparência, sabor e maturação do fruto consumido. O manuseio e procedimentos pós-colheita devem estar adequados de forma a garantir a qualidade dos frutos.

As frutas de manga exportadas para o Japão devem necessariamente estar acompanhadas de Certificado Fitossanitário Internacional (CFI) e, após passar por tratamento hidrotérmico, as cargas serão certificadas por um Auditor Fiscal Federal Agropecuário Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA). Caso tenham interesse em exportar ao Japão, as empresas exportadoras devem ter cadastro no Ministério. As informações dos requisitos fitossanitários e de cadastro podem ser solicitadas ao Departamento de Sanidade Vegetal da Secretaria de Defesa Agropecuária do MAPA.

As tarifas estabelecidas para a manga proveniente do Brasil são as aplicadas aos países da OMC. O quadro abaixo demonstra os valores aplicados para a entrada de frutos de manga no país.

Código SH	Descrição	Geral	OMC
0804.50	Gioabas, Mangas e mangustão, frescos ou secos	6%	3%

Caso haja interesse nas exportações ao Japão, sugere-se o aprofundamento na leitura dos requisitos fitossanitários necessários que podem ser solicitados ao MAPA. Sugere-se também contato com a Associação Brasileira de produtores e Exportadores de Frutas e Derivados - ABRAFRUTAS. Recomenda-se a consulta aos postos quarentenários responsáveis pela inspeção de produtos de origem vegetal antes de se iniciar qualquer exportação. A relação dos principais postos de quarentena japoneses para produtos vegetais está detalhada a seguir.

Nome	Cod. Postal	Endereço	Telefone
Yokohama Head Office	231-0003	3F, Yokohama Dai-ni Godo Chosha, 5-57, Kitataka-dori, Naka-ku, Yokohama, Kanagawa	045-211-7155
Sapporo Sub-station	062-0045	1, Hitsujigaoka, Toyohira-ku, Sapporo, Hokkaido	011-852-1809
Shin Chitose Airport Branch	066-0012	2F, New Chitose Airport International Passenger Terminal Building, Bibi, Chitose, Hokkaido	0123-24-6154
Shiogama Sub-station	985-0011	Shiogama Kowan Godo Chosha, 3-4-1, Teizan-dori, Shiogama, Miyagi	022-362-6916
Narita Sub-station (Terminal 1)	282-0011	Narita International Airport Passenger Terminal Building 1, 1-1 Sanrizuka Goryo Bokujo, Narita, Chiba	0476-32-6694
Narita Sub-station (Terminal 2, 3)	282-0004	Narita International Airport Passenger Terminal Building 2, 1-1 Aza-Furugome, Furugome, Narita, Chiba	0476-34-2352
Tokyo Sub-station	135-0064	Tokyo Kowan Godo Chosha, 2-7-11, Aomi, Koto-ku, Tokyo	03-3599-1139
Haneda Airport Sub-station (Terminal 3)	144-0041	Haneda Airport CIQ Building, 2-6-4, Haneda Airport, Ota-ku, Tokyo	03-5757-9790
Haneda Airport Sub-station (Terminal 2)	144-0041	Haneda Airport Terminal 2, 3-4-2, Haneda Airport, Ota-ku, Tokyo	03-6428-9920
Niigata Sub-station	950-0072	Niigata Kowan Godo Chosha, 1-5-4, Ryugashima, Chuoh-ku, Niigata, Niigata	025-244-4401
Nagoya Head Office	455-0032	Nagoya Kowan Godo Chosha, 2-3-12, Irifune, Minato-ku, Nagoya, Aichi	052-651-0114
Chubu Airport Sub-station	479-0881	Chubu Airport CIQ Building, 1-1, Centrair, Tokoname, Aichi	0569-38-8433
Fushiki Toyama Sub-station	933-0105	Fushiki Kowan Godo Chosha, 11-15, Fushikinshiki-machi, Takaoka, Toyama	0766-44-0954
Shimizu Sub-station	424-0922	Shimizu Kowan Godo Chosha, 9-1, Hinode-cho, Shimizu-ku, Shizuoka, Shizuoka	054-352-3775
Kobe Head Office	650-0042	Kobe Dai-ni Chihoh Godo Chosha, 1-1, Hatoba-cho, Chuo-ku, Kobe, Hyogo	078-331-2384
Osaka Sub-station	552-0021	Osaka Kowan Godo Chosha, 4-10-3, Chikko, Minato-ku, Osaka, Osaka	06-6571-0804
Kansai Airport Sub-station	549-0011	CIQ Godo Chosha, 1, Senshu Kuko-naka, Tajiri-cho, Sennan-gun, Osaka	072-455-1036
Hiroshima Sub-station	734-0011	Hiroshima Kowan Godo Chosha, 3-10-17, Ujina kaigan, Minami-ku, Hiroshima, Hiroshima	082-251-5881
Sakaide Sub-station	762-0002	Sakaide Kowan Godo Chosha, 1-6-10, Irifune-cho, Sakaide, Kagawa	0877-46-4108
Moji Head Office	801-0841	Moji Kowan Godo Chosha, 1-3-10, Nishikaigan, Moji-ku, Kitakyushu, Fukuoka	093-280-4319
Fukuoka Sub-station	812-0031	Fukuoka Kowan Godo Chosha, 8-1, Okihamamachi, Hakata-ku, Fukuoka, Fukuoka	092-291-2505
Fukuoka Airport Branch	812-0851	Fukuoka Airport International Terminal Building, 735, Oaza Aoki, Hakata-ku, Fukuoka, Fukuoka	092-477-7575
Kagoshima Sub-station	892-0812	Kagoshima Kowan Godo Chosha, 2-5-1, Hama-machi, Kagoshima, Kagoshima	099-221-1046
Naha Head Office	900-0001	Naha Kowan Godo Chosha, 2-11-1, Minato-cho, Naha, Okinawa	098-868-1679
Naha Airport Branch	901-0142	Naha Airport Passenger Terminal Building, 150, Kagaminizyu, Naha, Okinawa	098-857-0054



MERCADO DE AZEITE DE OLIVA NO MARROCOS

Data: 15/04/2025

Posto: Rabat/Marrocos

Palavras-chave: azeite de oliva; importações; dados de comércio; quotas tarifárias; oportunidade

Responsável: Ellen Elizabeth Laurindo e Sofia Faiz

SUMÁRIO:

A safra de azeitonas do Marrocos teve uma queda drástica em 2024, chegando a 60% em comparação a um ano normal, de acordo com profissionais. Devido à seca, o preço do litro do azeite de oliva subiu para US\$ 12, um aumento acentuado em comparação aos anos anteriores. Para reduzir a alta dos preços internos, diversas cooperativas agrícolas começaram a importar e vender azeite de oliva estrangeiro no Marrocos. No final de 2024, o governo marroquino instituiu quotas de isenção tarifária para importação de azeite, visando o controle dos preços internos do produto. Neste artigo, será abordada as características do mercado marroquino de azeite de oliva e as oportunidades para o Brasil considerando a facilitação tarifária.

CONTEXTO

Consumo mundial e local

Segundo dados da FAO, em 2022, o consumo global de azeite de oliva foi de 3.239.500 toneladas (aumento de 94,4% em relação a 1991). A Espanha continua sendo o maior consumidor mundial de azeite de oliva, com 587.300 toneladas, à frente da Itália (481.700 toneladas) e dos Estados Unidos (395.000 toneladas). A França foi o 6º maior consumidor de azeite de oliva do mundo em 2022, com 128.500 toneladas. Em termos de consumo per capita, a Espanha lidera com 11,4 kg per capita em 2020, à frente da Grécia (10,3 kg per capita) e da Itália (7,1 kg per capita).

O Marrocos ocupa a 8ª posição com um consumo de 3,7 kg/habitante, com consumo total de 150.000 toneladas em 2022, sendo o maior consumidor africano do produto, seguido de Argélia, Tunísia e Egito (figura 1).



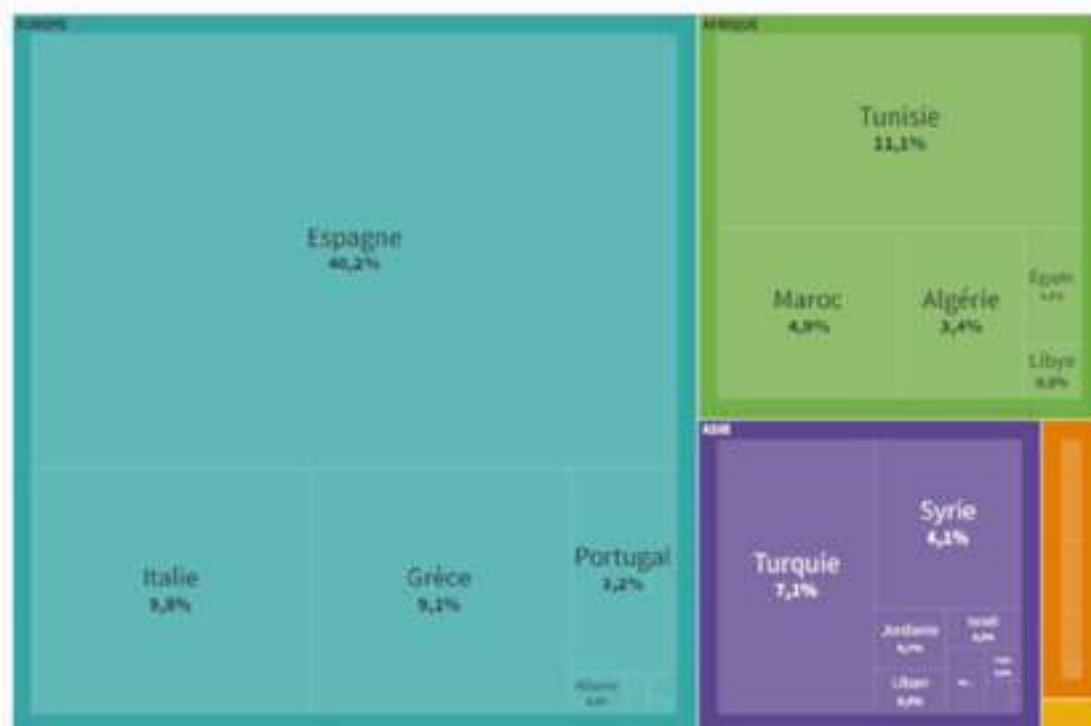
Fonte: <https://www.fao.org/>, FAO, COL, 2022

Figura 1 – Consumo de azeite de oliva por país em 2022 (em mil toneladas)

Produção mundial

Em 2020, a produção global de azeite de oliva foi de 3.373.882 toneladas. A Europa foi responsável por 63% da produção e, somente a Espanha, por 40% da produção mundial (figura 2). A participação da Itália, no entanto, caiu bastante desde a década de 1960, e o país agora representa apenas 10% da produção global, em comparação com 29% em 1961.

A África vem ganhando peso cada vez maior no mercado global de azeite de oliva. Sua participação aumentou de 5,7% em 1961 para 20,9% em 2020, sendo liderada pela Tunísia, com 11% da produção mundial, seguida de Marrocos (4,9%) e Argélia (3,4%) (figura 2).



Source: www.oilworld.com, d'après FAO Stat, 2023

Figura 2 – Participação dos países na produção de azeite de oliva em 2020.

Produção local

O Marrocos sempre esteve, historicamente, entre os 10 maiores produtores mundiais de azeite de oliva, com uma produção média anual de 140.000 toneladas¹. Em 2022-2023, foi o 2º maior produtor de azeite de oliva entre os países árabes². Em 2024, dados da União Europeia mostraram que, apesar da seca histórica, o Marrocos teve exportação recorde de azeite de oliva ao bloco, atingindo 841 toneladas (contra 553t no ano anterior)³.

A olivicultura marroquina cobre mais de 55% da área florestal do país (mais de um milhão de hectares), e é responsável pela criação de aproximadamente 380 mil postos de empregos permanentes, dos quais as mulheres representam 20%. O papel das mulheres na produção de olivas é variado e elas estão presentes em todos os níveis hierárquicos. A região de Fes-Meknès concentra 60% da capacidade de trituração de olivas e extração do azeite¹.

O setor é representado por várias organizações, como a **INTERPROLIVE**⁴, que reúne várias organizações profissionais que representam os quatro principais setores do setor oleícola: produtores de azeitonas, fabricantes de azeite, produtores de azeitonas em conserva, bem como comerciantes e exportadores de produtos oleícolas (incluindo azeitonas de mesa, azeite e óleo de bagaço de azeitona). Há também a Federação Nacional dos Produtores de Olivas do Marrocos (FENOL), a Federação dos trituradores de olivas e do comércio de azeite de oliva no Marrocos (FEHOM) e a Federação das indústrias de conserva de produtos agrícolas no Marrocos – seção de olivas de mesa (FICOPAM).

Importações marroquinas de azeite de oliva

As importações de azeite de oliva (NCM 15.09) pelo Marrocos aumentaram em valor e volume entre 2021 e 2023, conforme a tabela 1.

Exportadores	2021		2022		2023		Tarifas (%)
	Valor (mil USD)	Volume (t)	Valor (mil USD)	Volume (t)	Valor (mil USD)	Volume (t)	
Espanha	13 179	1 981	21 863	1 494	23 387	3 972	40
Tunísia	5 793	4 301	6 920	5 924	23 347	3 984	0
Turquia	62	22	646	194	11 724	2 43	40
Total	20 243	6 605	30 909	7 969	59 587	10 401	-

Tabela 1 – importações marroquinas de azeite de oliva, em valor e volume, entre 2021 e 2023.

Não há registro de exportações de azeite de oliva do Brasil ao Marrocos e a tarifa aplicada ao produto brasileiro é de 40% (NCM 15.09).

Isenções tarifárias

O Marrocos vem sofrendo quedas drásticas na colheita das azeitonas, chegando a 60% em relação a um ano normal, segundo profissionais. Devido à seca, o preço do litro do azeite subiu para 150 dirhams (aproximadamente 12 euros), marcando um aumento acentuado em relação aos anos anteriores⁵. Para conter a alta de preços, o governo decidiu suspender os impostos de importação aplicáveis ao azeite virgem e extravirgem de qualidade até 31 de dezembro de 2025⁶. Trata-se da isenção total do imposto de importação (originalmente de 40% aplicado ao Brasil), até final de 2025, para os azeites de oliva relacionados às NCM 1509.20.00.00 e 1509.30.00.00, no contingente de 20 mil toneladas.

Requisitos regulamentares para importação

Para exportar azeite de oliva ao Marrocos é necessário respeitar os requisitos fitossanitários estabelecidos pelo Escritório Nacional de Segurança Alimentar (ONSSA), sendo necessário:

- o Certificado Fitosanitário, emitido pelas autoridades do país de origem. O azeite de oliva é um produto processado sem risco de infestação por pragas quarentenárias. Portanto, nenhuma medida fitossanitária é exigida, como Análise de Risco de Pragas (ARP), de acordo com a NIMF 32-16;
- respeitar os padrões de qualidade definidos pela legislação marroquina, incluindo padrões de composição e rotulagem.
- Análise laboratorial: qualquer azeite importado ao Marrocos será sujeito a análise oficial em um dos laboratórios da jurisdição, a partir de uma amostra colhida na alfândega.
- Registro do importador: O importador deve estar registrado e em situação regular perante as autoridades marroquinas.
- Declarações aduaneiras: fornecer todas as declarações e documentos necessários na importação.
- Oportunidades de promoção comercial e de imagem do azeite de oliva brasileiro no Marrocos.

O principal evento de promoção comercial e imagem de produtos agropecuários é o Salão Internacional de Agricultura do Marrocos (SIAM), que está na 17ª edição, e ocorre todos os anos na cidade de Meknès. Desde 2023 o Departamento de Promoção Comercial e Investimentos do MAPA, em parceria com o Ministério das Relações Exteriores, promove a participação brasileira na SIAM.

Referências bibliográficas

1. Moroccan Olive Oil. Disponível em: <https://moroccanoliveoil.com/fr/expertise/key-facts-figures/>
2. Marrocos entre os grandes exportadores de azeite de oliva no Mundo em 2022-2023. <https://fr.hespress.com/327735-le-maroc-parmi-les-plus-grands-exportateurs-dhuile-dolive-au-monde-en-2022-2023.html>
3. Apesar da seca, Marrocos exporta 841 toneladas de azeite de oliva para a União Europeia. Disponível em: <https://fr.hespress.com/414298-huile-dolive-malgre-la-secheresse-le-maroc-exporte-841-t-vers-lue.html>
4. Interprolive. Disponível em: <https://comader.ma/INTERPROLIVE/>
5. Olivicultura: colheita fraca eleva o preço do azeite de oliva a 150 MAD/l segundo cooperativas. <https://medias24.com/2024/09/09/oleiculture-une-faible-recolte-en-vue-le-prix-de-lhuile-dolive-pourrait-froter-les-150-dh-l-selon-les-cooperatives/>
6. Lei de finanças para o ano de 2025 – Bulletin Officiel – Dahir nº 1-24-65 de 13/12/2024 - https://www.sgg.gov.ma/BO/FR/2873/2024/BO_7362_fr.pdf
7. Salon International de l'Agriculture au Maroc (17ª SIAM). Disponível em : <https://www.salon-agriculture.ma/>



O GERGELIM BRASILEIRO NO MERCADO MEXICANO

Data: 15/04/2025

Posto: Cidade do México/México

Palavras-chave: requisitos fitossanitários; praga quarentenária; processamento

Responsável: Adriane Reis Cruvinel

SUMÁRIO:

A abertura do mercado mexicano para o gergelim brasileiro ocorreu em 28/05/2021, pelo estabelecimento dos requisitos fitossanitários a serem cumpridos, dentre eles a necessidade de emissão de Certificado Fitossanitário emitido pelo MAPA. O México importou, em 2023, 52,5 milhões de dólares em gergelim, sendo 8,1 milhões do Brasil. O Brasil está entre os três principais provedores de gergelim ao México, que correspondem a 50% do volume importado.

O mexicano possui o hábito de consumir o gergelim (ajonjolí), seja cru, tostado ou em produtos como pães, bolos e biscoitos. Apesar de produzir gergelim, com mais de 50 mil toneladas por ano, em 2023 foram importados pelos mexicanos 32 mil toneladas. Esse volume correspondeu a 52,5 milhões de dólares em gergelim, sendo 8,1 milhões de dólares do Brasil, depois de Venezuela (US\$ 9,5 mi) e Guatemala (US\$ 8,21 mi), tendo como quarto e quinto provedores, Paraguai (US\$ 5,81 mi) e EUA (US\$ 3,23 mi), respectivamente, segundo a Secretaria de Economia do México. Desde a abertura do mercado mexicano para o gergelim brasileiro em 2021, verificou-se comércio significativo de 8,3 mil toneladas em 2021 e de 9,8 mil toneladas em 2022, tornando o México o terceiro destino para as exportações do gergelim brasileiro. O gergelim brasileiro está isento de tarifa de importação, assim como todos os países da ALADI e os que possuem tratados de livre comércio com o México.

Dentre os requisitos fitossanitários estabelecidos pela autoridade mexicana está a necessidade de emissão de Certificado Fitossanitário (CF) pela autoridade brasileira, informando que a carga foi inspecionada e se encontra livre de *Emex spinosa* e *Commelina benghalensis*, duas plantas quarentenárias para o México.

Nos requisitos fitossanitários estabelecidos está prevista a inspeção fitossanitária na entrada ao México. Nessa inspeção é realizada coleta de amostra, que durante o primeiro ano das importações, seria analisada pelo Centro Nacional de Referência Fitossanitária, para garantir estarem livres de pragas quarentenárias. Quando é detectada praga quarentenária, a carga é rechaçada ou retorna ao país de origem. Considerando que o Brasil possui *Commelina benghalensis* de forma endêmica, quando na inspeção realizada é verificada a planta, apesar do tratamento previsto com brometo de metila para inativação de alguma semente, foi acordado o destino direto das cargas para a processamento e transformação na indústria, com objetivo de produção de farinhas, óleos e essências, minimizando qualquer risco fitossanitário.

Como recente atualização exigida pela autoridade mexicana no CF está a exigência da informação do número de registro da empresa brasileira exportadora, que deve ser indicado pela Organização Nacional de Proteção Fitossanitária (ONPF) brasileira, neste caso o Departamento de Sanidade Vegetal da Secretaria de Defesa Agropecuária do MAPA.

Somente nos três primeiros meses de 2025 foram exportadas 3,7 mil toneladas de gergelim ao México.

MERCADO, PRODUÇÃO E OPORTUNIDADES DE COOPERAÇÃO NO SETOR DE CACAU NA NIGÉRIA

Data: 14/04/2025

Posto: Abuja/Nigéria

Palavras-chave: cacau; produção; mercado; exportação.

Responsável: Frederique Abreu

SUMÁRIO:

A Nigéria possui uma longa tradição no cultivo de cacau e, atualmente, ocupa a quinta posição entre os maiores produtores e a terceira entre os principais exportadores mundiais do produto. Embora a produção tenha mostrado crescimento entre 1981 e 2024, o setor ainda enfrenta desafios importantes, como deficiências nas práticas agrícolas, limitações de infraestrutura, além da incidência de pragas, doenças e da baixa agregação de valor. Apesar desses obstáculos, o mercado nigeriano de cacau apresenta amplas oportunidades para aumentar a produção, melhorar a qualidade dos grãos, incentivar o processamento local e fortalecer toda a cadeia de valor — fatores que podem contribuir significativamente para o desenvolvimento econômico regional. Neste contexto, o presente documento examina as possibilidades de cooperação entre Brasil e Nigéria no setor cacauzeiro, apresentando um panorama das relações comerciais atuais e destacando oportunidades estratégicas que podem gerar benefícios mútuos.

CONTEXTO

A Nigéria possui uma longa e significativa história na produção de cacau, consolidando-se como um ator relevante no mercado global desta commodity. O setor cacauero nigeriano, apesar de sua tradição e potencial, enfrenta desafios multifacetados que impactam sua produtividade e capacidade de agregar valor. Em paralelo, o Brasil desenvolveu significativa expertise no cultivo, processamento e industrialização de cacau, tornando-se o sexto maior produtor mundial e demonstrando capacidade de recuperação e modernização de sua produção.

Nesse contexto, a relação comercial e o potencial de cooperação entre Brasil e Nigéria no setor cacauero apresentam oportunidades promissoras. A combinação da expertise tecnológica brasileira com o vasto potencial produtivo nigeriano pode impulsionar o desenvolvimento sustentável e a agregação de valor na cadeia do cacau da Nigéria.

CENÁRIO ATUAL DA PRODUÇÃO DE CACAU NA NIGÉRIA

A Nigéria se consolidou como um dos principais produtores de cacau do mundo. Em 2024, o país produziu cerca de 340 mil toneladas, ocupando o quinto lugar no ranking global. Ao longo dos anos, a produção anual variou entre 240 mil e 340 mil toneladas, e a expectativa é chegar a 500 mil toneladas em 2025.

O cacau representa uma parcela significativa das exportações agrícolas da Nigéria, correspondendo a cerca de 29% do total em 2023 e a 42% no primeiro trimestre de 2024.

A estrutura produtiva nigeriana é predominantemente baseada em pequenos agricultores, com aproximadamente 76% cultivando em áreas inferiores a 2 hectares. As principais regiões produtoras localizam-se nos estados do sudoeste do país, como Ondo (responsável por mais de 50% da produção), Ogun, Osun, Ekiti e Oyo, que oferecem condições climáticas favoráveis ao cultivo. Apesar do volume de produção e da qualidade reconhecida do cacau nigeriano, especialmente pelo seu aroma, a produtividade média das plantações tem sido historicamente baixa, em torno de 0,5 tonelada por hectare.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA A COOPERAÇÃO BRASIL-NIGÉRIA

O setor cacauero nigeriano enfrenta diversos desafios que limitam seu potencial de crescimento e a maximização dos benefícios econômicos:

- **Envelhecimento das Fazendas e Baixa Produtividade:** Muitas plantações de cacau na Nigéria são antigas, contribuindo para a baixa produtividade nacional. A produtividade média de 0,5 tonelada/hectare contrasta com o potencial genético de 1,5 a 2 toneladas/hectare.
 - **Oportunidade de Cooperação:** O Brasil possui expertise em recuperação de lavouras e desenvolvimento de variedades de cacau mais resistentes e de alto rendimento. A transferência de tecnologia e conhecimento em técnicas eficientes de reabilitação de cacau (CRT) e a utilização de cultivares melhorados, como os desenvolvidos pelo Instituto de Pesquisa de Cacau do Brasil (Ceplac), podem ser cruciais.
- **Métodos de Cultivo Rudimentares e Falta de Tecnologia:** A predominância de práticas agrícolas tradicionais e a baixa adoção de tecnologias modernas de processamento e armazenamento são significativas.
 - **Oportunidade de Cooperação:** O Brasil pode exportar maquinário e insumos para processamento de cacau, além de tecnologias de secagem e fermentação controlada, essenciais para a qualidade do grão. A experiência brasileira na industrialização de derivados de cacau, como manteiga, licor e cacau em pó, pode auxiliar a Nigéria a agregar maior valor à sua produção.
- **Pragas e Doenças:** A incidência de doenças como a Podridão Parda (Black Pod) e a Doença do Broto Inchado (CSSV) representa uma ameaça constante à produção.
 - **Oportunidade de Cooperação:** O Brasil possui tecnologias de controle fitossanitário, incluindo bio-insumos e sistemas de monitoramento climático, com experiência comprovada no combate a doenças como a vassoura-de-bruxa. A cooperação em pesquisa para o desenvolvimento de variedades tolerantes a doenças também é uma área promissora.
- **Falta de Capital e Más Práticas de Gestão:** O acesso limitado a capital para investimento em insumos e melhores práticas de gestão agrícola é um desafio para muitos produtores.
 - **Oportunidade de Cooperação:** Programas de capacitação e transferência de conhecimento em gestão agrícola, inspirados em modelos brasileiros de assistência técnica e extensão rural, podem beneficiar os produtores nigerianos. A promoção de parcerias público-privadas para facilitar o acesso a crédito também pode ser explorada.

AGREGAÇÃO DE VALOR E ACESSO A MERCADOS

A Nigéria exporta uma grande parte de sua produção de cacau na forma de grãos brutos, limitando a agregação de valor dentro do país. O Brasil, com sua indústria de processamento estabelecida, pode ser um parceiro estratégico para reverter essa situação. A cooperação pode envolver:

- **Estabelecimento de Unidades de Processamento:** Parcerias para a criação de unidades de processamento na Nigéria, com tecnologia e know-how brasileiros para a produção de manteiga, licor, pasta e cacau em pó.
- **Desenvolvimento de Produtos de Valor Agregado:** Colaboração na produção de chocolates finos e outros produtos de consumo, aproveitando a expertise brasileira em certificação de cacau fino e de aroma.
- **Acesso a Novos Mercados:** A cooperação pode facilitar o acesso do cacau processado nigeriano a mercados premium, como a União Europeia e a América do Norte, seguindo os padrões de qualidade e sustentabilidade já atendidos pelos exportadores brasileiros.

SUSTENTABILIDADE E CERTIFICAÇÃO

A crescente demanda global por produtos sustentáveis oferece uma oportunidade para a Nigéria agregar valor ao seu cacau através de práticas ambientalmente responsáveis e sistemas de certificação. A cooperação com o Brasil pode incluir:

- **Implementação de Sistemas Agroflorestais:** Compartilhamento da experiência brasileira na integração do cacau com espécies nativas, promovendo a biodiversidade e a resiliência climática.
- **Desenvolvimento de Sistemas de Certificação e Rastreabilidade:** Parcerias com instituições brasileiras, como a Ceplac, para implementar sistemas de certificação de sustentabilidade e rastreabilidade baseados em tecnologias como blockchain, garantindo a transparência da cadeia produtiva.

PERSPECTIVAS FUTURAS E RECOMENDAÇÕES

A cooperação entre Brasil e Nigéria no setor cacauero oferece um potencial significativo para o desenvolvimento econômico e social de ambos os países. A Nigéria pode se beneficiar da expertise tecnológica brasileira para modernizar sua produção, agregar valor aos seus produtos e acessar novos mercados. O Brasil, por sua vez, pode diversificar suas parcerias internacionais e reduzir sua dependência de compradores tradicionais.

Para concretizar esse potencial em resultados concretos, sugere-se:

- **Criação de Programas de Cooperação Empresarial no Setor Cacauero:** Estimular empresas brasileiras a formarem joint-ventures com parceiros nigerianos voltadas à instalação de unidades de processamento de cacau in loco, com benefícios fiscais e linhas de crédito específicas para internacionalização.
- **Missões Técnicas e com Foco Comercial e Tecnológico:** Organização e participação em rodadas de negócios e visitas técnicas envolvendo cooperativas, agroindústrias e startups agroalimentares para identificar oportunidades de venda de maquinário, soluções tecnológicas e consultorias em manejo e pós-colheita.

- Incentivo a Parcerias Público-Privadas: Apoiar iniciativas conjuntas entre empresas brasileiras e nigerianas para investimentos em infraestrutura, processamento e desenvolvimento de produtos de valor agregado.
- Apoio à Formação do Bloco de Produtores: Trabalhar em conjunto com outros grandes produtores para fortalecer a posição dos países produtores no mercado global.

Essas ações oferecem ao setor privado brasileiro a chance de liderar uma agenda de internacionalização produtiva com impacto social e retorno econômico em um mercado em expansão.

CONCLUSÃO

A indústria do cacau na Nigéria possui um potencial intrínseco para um crescimento significativo e uma maior contribuição para a economia nacional. A cooperação estratégica com o Brasil se apresenta como um caminho promissor para superar os desafios existentes, impulsionar a inovação, agregar valor à produção e fortalecer a posição da Nigéria no mercado global de cacau. Ao combinar a experiência e a tecnologia brasileira com o potencial produtivo nigeriano, ambos os países podem construir uma parceria duradoura e mutuamente benéfica no setor cacauero.



MILHO – MERCADO PERUANO

Data: 14/04/2025

Posto: Lima/Peru

Palavras-chave: milho

Responsável: Warley Efreem Campos e María Victoria Borja Lozano

SUMÁRIO:

Em 2024, o Peru importou 4.123.976 toneladas de milho amarelo duro, equivalente a 75% da demanda interna. Os principais fornecedores foram a Argentina, os Estados Unidos e o Brasil. No dinâmico mercado peruano, onde o milho ocupa um lugar essencial na cultura e na gastronomia, surgem novas oportunidades para conectar fronteiras e impulsionar o crescimento agrícola.

CONTEXTO

O milho é um dos cereais mais importantes para a alimentação e para a indústria agropecuária em todo o mundo, incluindo o Brasil e o Peru. Entre suas variedades, o milho amarelo e o pop corn (milho para pipoca) desempenham papéis fundamentais em diferentes setores: o primeiro como um insumo essencial na produção de rações para a pecuária e para a avicultura e o segundo como um produto cada vez mais popular no mercado de snacks.

No dinâmico mercado peruano, onde o milho ocupa um lugar essencial na cultura e na gastronomia, surgem novas oportunidades para conectar fronteiras e impulsionar o crescimento agrícola.

As condições climáticas impactam significativamente a produção agrícola, incluindo o milho amarelo duro no Peru. Isso, combinado com os baixos rendimentos e altos custos de produção, cria um ambiente desafiador para o desenvolvimento produtivo nacional em comparação às importações.

Como se pode verificar na tabela de projeções de produção para o ano de 2025, o primeiro semestre do ano terá uma quebra significativa da produção nacional, em comparação com o ano anterior, representando uma janela de oportunidade para as exportações brasileiras.

Tabela 1-Previsão da produção anual peruana de milho amarelo duro no pior e melhor cenário.

Período	Média dos últimos 5 anos (t)	2024 (t)	Projeção de cenário positivo	Projeção de cenário negativo
			Previsão 2025 (t)	Previsão 2025 (t)
I Semestre	603 525	645 330	621 649	583 941
II Semestre	648 488	698 031	734 269	685 186
ANUAL	1 252 013	1 343 362	1 355 918	1 269 127

Fonte: MIDAGRI

A demanda interna peruana, principalmente da indústria avícola e suína, é atendida em 75% por importações, diante de uma escassa produção nacional que cobre apenas 25% da demanda. Além disso, o alto custo de produção do cultivo de milho no Peru tem descapitalizado, em alguns casos, os agricultores nacionais, causando menores rendimentos e uma produção limitada.

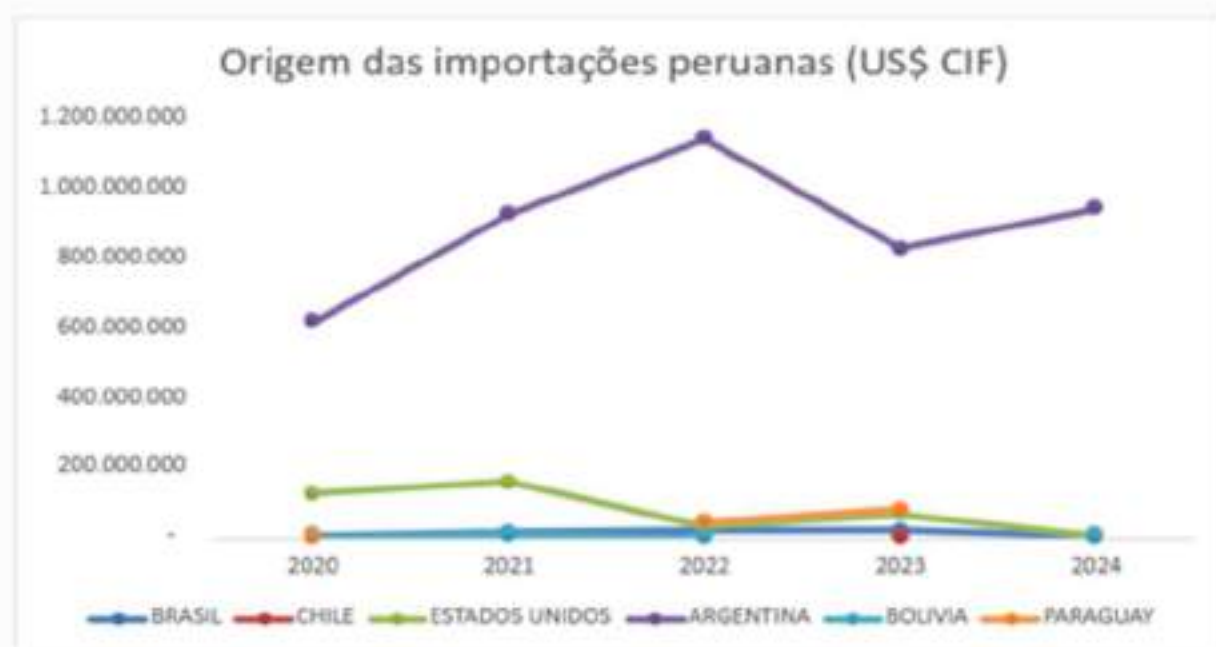
Devido à crescente demanda e à produção local insuficiente, o Peru tem mantido um fluxo constante de importações, tendo a Argentina, Brasil e outros países como principais fornecedores, conforme visualizado na tabela abaixo. Essas importações não somente garantem o abastecimento do mercado, mas também contribuem para a estabilidade da cadeia produtiva e comercial do país.

Tabela 2- Importação de milho pelo Peru entre os anos de 2020 e 2024

Sistema de US CIF Tot País	BRASIL	CHILE	ESTADOS UNIDOS	ARGENTINA	BOLÍVIA	PARAGUAY	Total Geral
2020	5.130.603		123.741.361	619.203.489	244.510	1.445.486	749.765.249
2021	13.779.172		159.404.496	924.844.946	6.378.440		1.104.607.056
2022	19.986.879		29.882.464	1.142.566.063	255.620	44.988.010	1.237.679.036
2023	19.428.298	21.385	65.070.077	828.756.604		80.901.798	994.178.163
2024	5.874.453		1.851.778	942.837.147	1.996.476		952.559.853
Total Geral	64.199.404	21.385	379.949.978	4.458.208.249	9.075.046	127.335.295	5.038.789.357

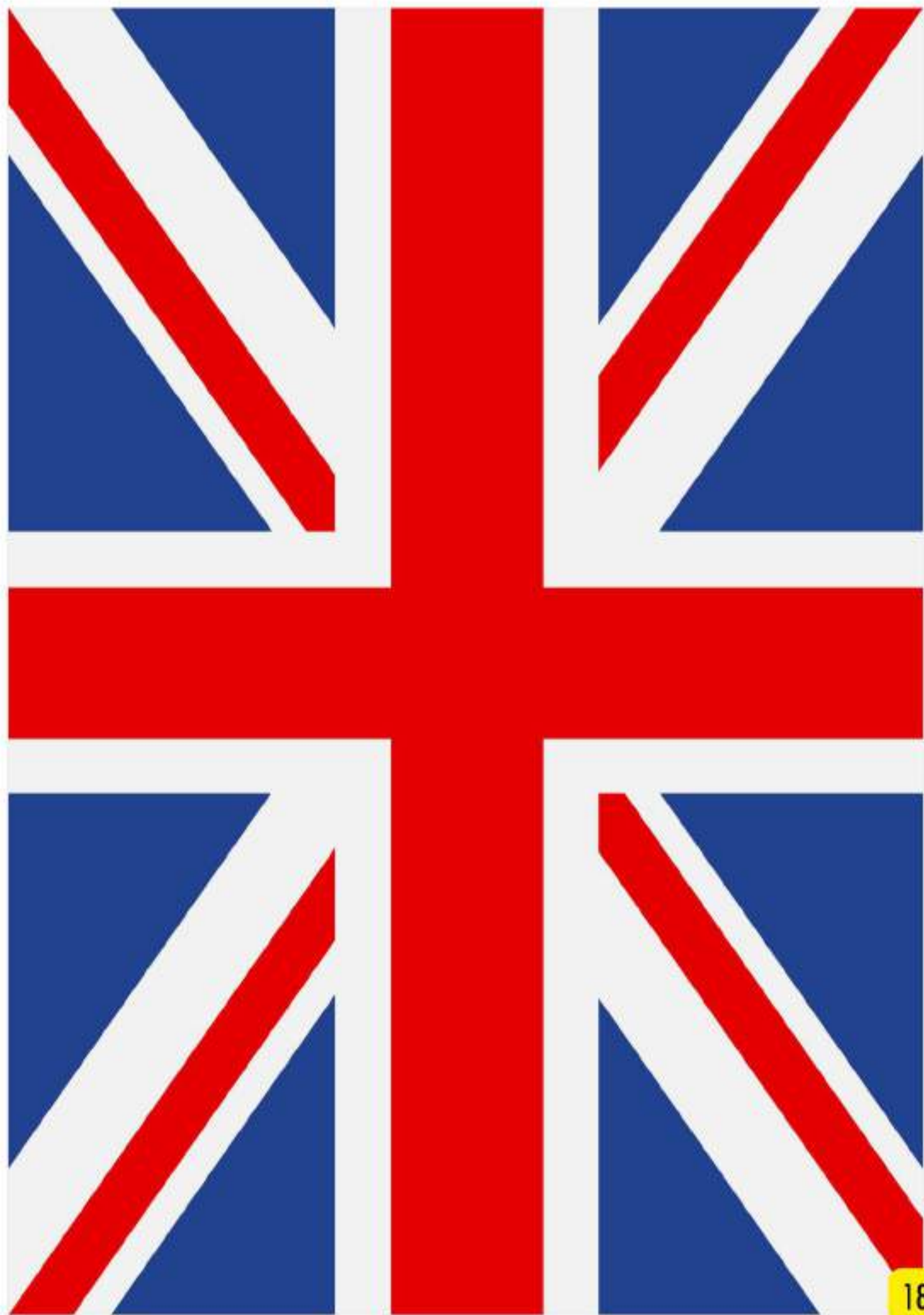
Fonte: [Veritrade](#)

Considerando as NCM de milho amarelo duro (1005.90.11) verifica-se que em 2024, o Peru importou 4.123.976 toneladas de milho amarelo duro a um valor CIF de US\$ 943.120.666, o que representou um aumento de +17,14% em relação às 3.520.436 toneladas adquiridas no ano anterior. O Brasil foi responsável por 1% do volume financeiro, enquanto os Estados Unidos contribuíram com 10,56% e a Argentina com 85,1%. Além disso, o Peru também importou milho para pipoca no valor CIF de US\$ 14.403.022 (R\$ 22.271.704,17).



Por meio da Resolução Vice-Ministerial nº 006-2025-EF/15.01, foi determinado que o preço de referência de importação do milho com base nas cotações observadas no período de 1º a 28 de fevereiro de 2025 será de US\$ 227 por tonelada (R\$ 1.290,94), com direito variável adicional de US\$ 0 por tonelada, preço de referência que vigorará até 31 de dezembro de 2025.

Em março de 2025, o preço do milho amarelo duro importado pelo Peru foi de US\$253,5 por tonelada, conforme o valor CIF (equivalente a R\$ 1.441,64). Em contraste, o preço de referência informado pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário e Irrigação (MIDAGRI) para Mercado de Produtores de Santa Anita, em Lima, era de S/. 1,66 por quilo, o que equivale a R\$ 2.566,89 por tonelada, evidenciando a baixa competitividade do setor, caracterizando um interessante mercado para o Brasil.



DESAFIOS E OPORTUNIDADES NA CADEIA DE FORNECIMENTO DE BANANAS PARA O REINO UNIDO

Data: 15/04/2025

Posto: Londres/Reino Unido

Palavras-chave: mudanças climáticas; mercado internacional; diversificação de fornecedores; banana; pragas; sustentabilidade; adaptação; biotecnologia

Responsável: Márcio Rezende Evaristo Carlos

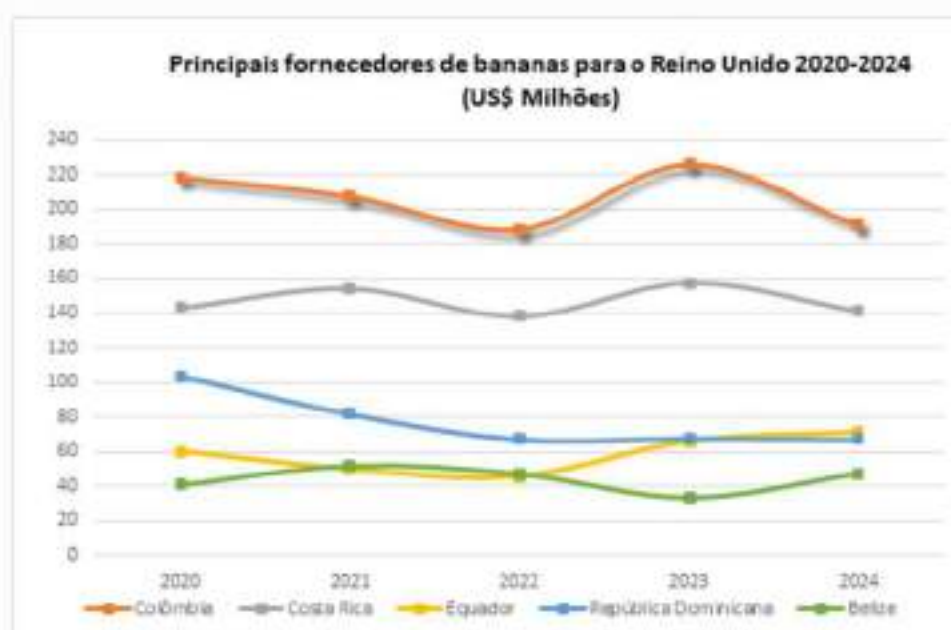
SUMÁRIO:

O Rabobank alertou que a cadeia de fornecimento de bananas enfrenta riscos significativos devido a flutuações na produtividade, pressão de pragas e condições climáticas severas. O britânico consome cerca de 10-12 kg de bananas por ano, sendo a fruta mais consumida no país, com um mercado avaliado entre £700-750 milhões. Para garantir a oferta, o Rabobank sugere diversificar as origens do fornecimento, considerando condições climáticas e pressões fitossanitárias. No Brasil, a produção de banana é majoritariamente voltada ao mercado interno, mas enfrenta barreiras tarifárias significativas no Reino Unido, limitando a exportação. Mas há mecanismos que poderiam aumentar a presença do Brasil no mercado britânico.

O Rabobank alertou em estudo que a cadeia de fornecimento de bananas enfrenta riscos significativos devido às flutuações na produtividade, aumento da demanda por água, eventos climáticos severos e maior pressão de pragas.

O britânico médio consome aproximadamente 10-12 kg de bananas por ano, sendo a fruta mais consumida no país. O mercado interno britânico para bananas gira anualmente em torno de £700-750 milhões, sendo os principais fornecedores a Colômbia, Costa Rica, Equador, República Dominicana e Belize

Gráfico 1: Valor importado pelo Reino Unido em bananas (US\$ milhões) dos principais fornecedores no período de 2020 a 2024



Fonte: ITC TradeMap

Segundo a empresa de pesquisa do Rabobank, as condições climáticas tropicais têm sofrido alterações nos seus padrões de temperatura e precipitação, com reflexos na produtividade de banana, que variam conforme a região. A RaboResearch indicou que, apesar dos ganhos de produtividade em muitos países produtores de banana nos últimos anos, países como Índia e Brasil devem registrar até 2050, taxas de produtividade menores devido às mudanças no clima. Os grandes fornecedores do mercado mundial de bananas como a Colômbia e a Costa Rica também podem ser afetados, enquanto países como Belize e Equador podem se beneficiar das novas condições climáticas.

O Rabobank apresentou recomendação de que "importadores e varejistas devem reconsiderar as estratégias de suprimento para garantir a oferta futura". Para tanto, sugerem diversificar as origens para incluir países africanos e outros países da América Latina. Esses alertas surgiram após a oferta de banana no Reino Unido ter reduzido significativamente no início de março de 2025, devido a fatores diversos envolvendo tempestades transatlânticas.

Questões fitossanitárias também são outro motivo de preocupação, também ligada às mudanças climáticas. Os fungos *Fusarium oxysporum* f.sp. *cubense* (Foc) raça tropical 4 (TR4) e *Mycosphaerella fijiensis* Morelet, causador da Sigatoka Negra são apontados como responsáveis pela destruição de grandes lavouras de bananas nos últimos 30 anos. Para enfrentar o avanço de pragas que afetam a bananeira, o desenvolvimento de variedades resistentes por parte de empresas de biotecnologia é promissor e deve ser parte da solução, assim como incrementos em termos de controles fitossanitários, redução da produção em monocultura (consórcio de culturas ou plantação de faixas de proteção) e melhoria no manejo da água.

No Brasil, a banana é a segunda principal fruta produzida, ficando atrás apenas dos cítricos. Segundo o IBGE, a produção cresceu 83% entre 2019 e 2023, alcançando o valor total de US\$ 2,35 bilhões*. O rendimento médio das plantações de banana brasileiras gira em torno de 15t/ha, com destaque para o Rio Grande do Norte que obteve o maior rendimento, cerca de 24 toneladas por hectare, conforme pode ser visualizado no Quadro 1.

Quadro 1 - Comparação do rendimento em valor de produção e volume produzido por hectare para os principais produtores de banana do Brasil

ESTADO	Valor da Produção (US\$ milhões)*	Volume Produzido (ton.)	Rendimento em US\$/ha*	Rendimento em Kg/ha
São Paulo	338	976.455	7.389	21.334
Minas Gerais	329	846.837	6.584	16.951
Bahia	262	862.568	4.043	13.327
Santa Catarina	262	693.387	9.119	24.085
Pernambuco	130	482.643	3.042	11.225
Pará	172	440.861	4.638	11.865
Ceará	106	42.132	2.975	11.817
Espírito Santo	150	411.962	5.205	14.337
Rio Grande do Norte	66	177.958	7.897	24.388
Goiás	60	142.397	4.927	14.514

Fonte: IBGE, 2024.

* Cotação do dia 14/04/2025 (1 US\$ = R\$ 5,8737)

A produção brasileira de banana é direcionada quase totalmente ao mercado doméstico. A exportação, cujo valor total atingiu US\$ 21,7 milhões em 2024, tem como principais destinos o Uruguai e Argentina, que correspondem a 47,81% e 38,09%, respectivamente desse valor exportado.

A pequena presença do produto originário do Brasil nos mercados consumidores na Europa pode ser derivada de questões tarifárias. No caso das importações de banana pelo Reino Unido, o Brasil se situou em 16º lugar em 2024, tendo participação de 0,12% do mercado.

Conforme pode ser visualizado no Quadro 2, as importações pelo Reino Unido a partir dos seus principais fornecedores estavam submetidas a tarifas de 0% ou 3%, variando conforme a origem. As importações do Brasil enfrentam tarifa de 16,2%, o que ajuda a entender a nossa participação quase nula nesse mercado.

Quadro 2 – Valores de importação e tarifas aplicadas pelo Reino Unido na importação de bananas dos principais fornecedores

Pais de Origem	2024 (Mil US\$)	%	Tarifa Média aplicada pelo Reino Unido
TOTAL	700.418	100%	-
Colômbia	190.632	27.22%	3%
Costa Rica	141.302	20.17%	3%
Equador	71.128	10.16%	3%
Rep. Dominicana	67.216	9.60%	0
Belize	47.298	6.75%	0
Guatemala	39.829	5.69%	3%
Nicarágua	31.763	4.53%	3%
Panamá	23.642	3.38%	3%
Irlanda	21.064	3.01%	0
Camarões	18.735	2.67%	0
Gana	18.256	2.61%	0
Costa do Marfim	17.128	2.45%	0
Honduras	4.772	0.68%	0
Uganda	2.886	0.55%	0
Peru	1.262	0.18%	3%
Brasil	813	0.12%	16,2%
Outros	1.712	0.24%	-

Fonte: [ITC TradeMap](#)

Em 2024, a Adidância Agrícola em Londres recebeu manifestação de associação de exportadores de frutas interessada na exportação de bananas para o Reino Unido. Tendo em conta o cenário apresentado pelo estudo do Rabobank, de necessidade de diversificação de fornecedores e o aumento de produção observado nos últimos anos no Brasil, é altamente recomendável que o setor produtivo brasileiro tenha articulação bem estabelecida com importadores britânicos para buscar alternativas à barreira tarifária existente.

Possíveis oportunidades para vencer essa barreira, como a redução temporária de tarifas e a criação de cotas autônomas, são oferecidas regularmente pelo governo britânico em consulta com as empresas do setor e importadores. A última consulta dessa natureza foi realizada em 2024. Segundo a [página oficial do UK Trade Tariff](#) na internet, "haverá outras oportunidades para se candidatar a suspensões tarifárias no devido tempo". Informações, incluindo cronograma do período de inscrição, orientações e métodos de inscrição, serão anunciadas na [página oficial do UK Trade Tariff](#). É possível ainda [inscrever-se](#) para receber alertas por e-mail.

Solução definitiva estaria vinculada à celebração de acordo de livre comércio com o Reino Unido, iniciativa que ainda não se encontra em andamento e cujo estabelecimento depende de definições internas no Mercosul.



COMÉRCIO DE PRODUTOS VEGETAIS NA RÚSSIA

Data: 14/04/2025

Posto: Moscou/Rússia

Palavras-chave: exportações, trigo, soja, fertilizantes, manteiga, América Latina, café

Responsável: Marco Túlio Santiago, Adido Agrícola; Svetlana Uss, Assistente Técnica.

SUMÁRIO:

Há uma tendência negativa nos volumes de exportações russas de trigo e soja para a China, o que gera novas possibilidades para o Brasil como possível exportador futuro mundial do trigo. Preços de exportação do trigo russo subiram ao máximo nos últimos 10 meses. A produção de fertilizantes minerais na Rússia aumentou 7% em 2024, ultrapassando 63 milhões de toneladas. América Latina está se tornando um importante mercado de exportação para os produtores de fertilizantes russos. O Rosselkhozadzor relatou um aumento de cinco vezes nas importações russas de manteiga da Argentina; a interesse crescente dos consumidores russos pelos produtos da Argentina e Uruguai mostram novas opções para entrada do Brasil nesse segmento do mercado. Em 2024, a Rússia exportou cerca de 1 milhão de toneladas de açúcar - 30% a mais do que em 2023. No final deste ano, porém, espera-se redução dos embarques para 850.000 toneladas. Os especialistas preveem que o custo do café na Rússia pode aumentar 40% em 2025. No entanto, há interesse crescente de consumidores russos pelo café brasileiro permanece bastante estável. Inclusive, entre 16 e 18 de abril de 2025, vai ocorrer em Moscou uma exposição anual Coffee Tea Cacao Russian Expo, oportunidade que cria novos caminhos para exportadores de café brasileiros conhecerem o consumidor local e oferecerem os seus produtos participando da feira.

Em janeiro-fevereiro deste ano, a Rússia exportou US\$ 1,3 milhão em trigo para a China, o que é 9 vezes menos do que no mesmo período do ano passado (US\$ 11,3 milhões), de acordo com os materiais da Administração Estatal de Alfândega (SCA) da República Popular da China. Em fevereiro, em termos anuais, as exportações diminuíram 7,4 vezes, para \$878 mil, mas em comparação com janeiro deste ano aumentaram 2,2 vezes. Em janeiro, o valor foi de US\$ 392,5 mil. Exportações russas de soja para China também diminuíram, caindo pela metade em janeiro-fevereiro. Nessa época, a Rússia exportou US\$ 38,8 milhões em grãos de soja para a China, o que é quase duas vezes menos do que no mesmo mês do ano passado (US\$ 75,9 milhões). Sendo assim, há uma tendência negativa nos volumes de exportações russas do trigo para a China, o que gera novas possibilidades para o Brasil como possível exportador futuro mundial do trigo. Em março de 2025, os preços de exportação do trigo russo com proteína 12,5%, após algum declínio, subiram ao máximo nos últimos 10 meses - desde o final de maio de 2024, quando a safra foi significativamente afetada pelas geadas de retorno. As cotações aumentaram US\$ 7 e atingiram US\$ 255/t FOB.

A produção de fertilizantes minerais na Rússia aumentou 7% em 2024, ultrapassando 63 milhões de toneladas. Isso demonstra forte tendência de crescimento anual de produção. Além disso, segundo o serviço da imprensa russo, América Latina está se tornando um importante mercado de exportação para os produtores de fertilizantes russos: em particular, a empresa russa de fertilizantes Acron aumentou suas vendas para essa região em mais de 40% em 2024, e a participação desses países na receita total do grupo ultrapassou 30%. Os analistas esperam um crescimento ainda maior nos embarques de fertilizantes para a América Latina, o que mostra crescimento de relações comerciais entre a Rússia e países dessa região, incluindo Brasil.

O serviço russo da vigilância veterinária e fitossanitária, Rosselkhoz nadzor, relatou um aumento de cinco vezes nas importações russas de manteiga da Argentina. Assim, de acordo com o sistema de informações "VetIS", em 21 de março, o fornecimento de manteiga da Argentina aumentou 5,6 vezes em comparação com o mesmo período do ano passado, chegando a 2 mil toneladas. As importações do Uruguai dobraram para 1 mil toneladas. A interesse crescente dos consumidores russos pelos produtos da Argentina e Uruguai mostram novas opções para entrada do Brasil nesse segmento do mercado.

Em 2024, a Rússia exportou cerca de 1 milhão de toneladas de açúcar - 30% a mais do que em 2023. No final deste ano, porém, espera-se redução dos embarques para 850.000 toneladas.

Registra-se aumento do custo do café brasileiro na Rússia, estimada a elevação em 40% no ano de 2025. Segundo Comexstat, houve crescimento de 349%, em valor, nas exportações brasileiras de café nos meses de janeiro a março de 2025, comparado a igual período em 2024.

O interesse crescente de consumidores russos pelo café brasileiro permanece bastante estável. Inclusive, entre 16 e 18 de abril de 2025, Moscou sediará a exposição anual "Coffee Tea Cacao Russian Expo", oportunidade que cria novos caminhos para exportadores de café brasileiros conhecerem o consumidor local e oferecerem os seus produtos.

Link do evento: <https://www.coffeeteacacaoexpo.ru/ru>



Coffee Tea Cacao Russian Expo 2024, estande brasileira, cupping do café



Oportunidades de Mercado em Singapura para Castanhas e Nozes

Data: 15/04/2025

Posto: Singapura

Palavras-chave: exportação; castanhas e nozes

Responsável: Luiz Claudio Caruso; Camila D'Aquino

SUMÁRIO:

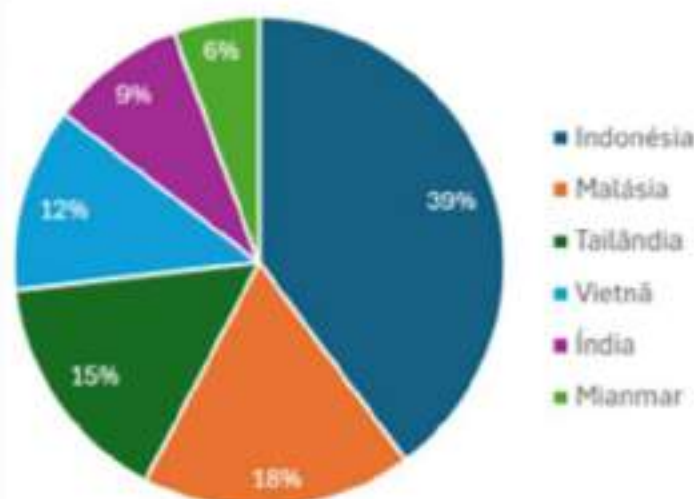
Singapura apresenta um dos mais dinâmicos mercados de castanhas e nozes da Ásia, tanto pelo consumo doméstico quanto por sua função estratégica como entreposto comercial. Em 2024, o país importou mais de USD 110 milhões em castanhas e nozes, com destaque para amêndoas, castanhas de caju, pistaches e nozes. Embora o Brasil ainda detenha participação limitada nesse segmento, há oportunidades claras de ampliação, especialmente com produtos que combinem apelo saudável, apresentação premium e atributos de sustentabilidade.

Em 2024, Singapura importou mais de USD 110 milhões em castanhas e nozes, consolidando-se como um dos principais hubs de reexportação da Ásia. Esse desempenho reflete a crescente demanda regional e o perfil sofisticado do consumidor singapurense que valoriza alimentos saudáveis, práticos e com alto valor agregado.

Alguns dos produtos mais populares no mercado de Singapura incluem: amêndoas naturais, amêndoas torradas com sal, amêndoas torradas sem sal, castanhas-do-brasil, castanhas de caju torradas sem sal, castanhas de caju naturais, castanhas de caju torradas com sal, avelãs e macadâmias.



Figura 1. Um dos modelos de comercialização de castanhas, frutas secas e outros snacks saudáveis em Singapura.



Apesar da forte presença de grandes exportadores como Indonésia, Malásia e Tailândia, o Brasil já marca presença no mercado com produtos como castanha-do-pará (Brazil nut), castanha de caju (cashew nut) e nozes (walnuts). No entanto, sua participação ainda é modesta. Para ampliar sua competitividade, é fundamental apostar em diferenciação por qualidade, rastreabilidade e sustentabilidade. Atributos cada vez mais apreciados no mercado local.

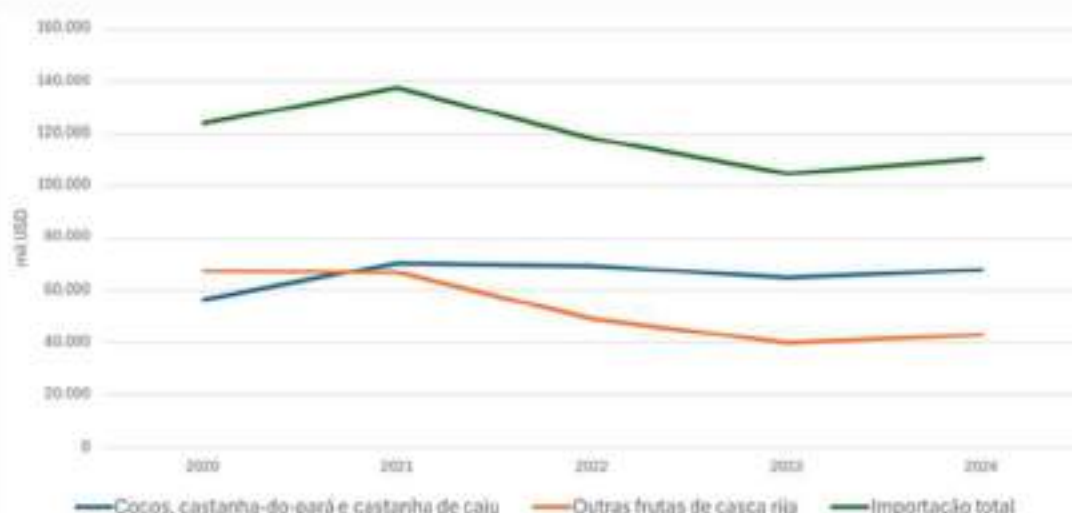


Figura 2. Importações de castanhas em Singapura entre 2020 e 2024

Além de atender aos padrões internacionais de qualidade, o Brasil pode fortalecer sua imagem ao oferecer produtos com certificações e compromisso socioambiental, diferenciais que tendem a ser decisivos para o acesso às principais redes varejistas e distribuidores locais.

Abaixo destacamos alguns potenciais importadores singapurenses de castanhas e nozes. Caso os exportadores brasileiros encontrem dificuldades para estabelecer contato com as empresas listadas, poderão encaminhar um portfólio eletrônico dos produtos, em inglês, para o e-mail adido.singapura@agro.gov.br.

Empresa	Contato	Info
2 NutsGuys Pte Ltd	hello@2nutguys.com	A 2NUTGUYS é especializada em nutrição materna e infantil. Produz produtos à base de nozes, como manteigas de nozes, salgadinhos de nozes, leites de nozes e outros produtos relacionados a nozes.
A.F. Hoosen & Sons Pte Ltd	yakuta2006@gmail.com	Importação e exportação de especiarias e uma ampla variedade de produtos, com destaque para cocos desidratados, cacau em pó, amêndoas, pistaches e nozes.
Sun Lim Garden Foodstuffs Pte Ltd	slgarden@slg-group.com	A empresa está envolvida em todas as etapas da criação de seus produtos, buscando as melhores nozes e tentando produzir os melhores <i>snacks</i> de nozes.
Dawood Flour Mill & Provision Pte Ltd	dawoodspices786@gmail.com	



MERCADO DE MAÇÃ NA TAILÂNDIA

Número: BAC-07-2025

Data: 15/04/2025

Posto: Bangkok/Tailândia

Palavras-chave: consumo; importação; oportunidades; barreiras

Responsáveis: Ana Carolina Miranda Lamy, Wiranpat Boonyarattapan

SUMÁRIO:

A Tailândia apresenta crescente demanda por frutas importadas, com destaque para maçãs de países como China, Nova Zelândia e Estados Unidos. Apesar de contar com regiões montanhosas favoráveis ao cultivo, a produção local de maçãs na Tailândia enfrenta desafios significativos de competitividade, sobretudo em razão dos custos mais elevados e da forte presença de produtos importados de alta qualidade e preço competitivo. O Brasil está em negociação com o Departamento de Agricultura da Tailândia para obter autorização fitossanitária e acessar esse mercado. No entanto, além das exigências técnicas, o país enfrentará altas tarifas de importação e desafios logísticos, que poderão reduzir sua competitividade frente a exportadores com acordos preferenciais e maior proximidade geográfica.

O mercado de frutas importadas na Tailândia tem registrado um crescimento expressivo, impulsionado pelas mudanças nas preferências dos consumidores, novas tendências alimentares e pela crescente incorporação de frutas variadas na culinária local. Embora o país continue sendo um grande exportador de frutas tropicais — como durião, mangostão e longan —, também importa uma ampla variedade de frutas de clima temperado, como maçãs, peras, uvas, morangos, kiwis, cerejas, pêssegos e nectarinas. Esses produtos vêm principalmente da China, Estados Unidos, Nova Zelândia e Austrália.

A demanda por essas frutas é impulsionada por seus sabores diferenciados, seus benefícios à saúde e pela capacidade de complementar as frutas tropicais locais. Além disso, têm ganhado espaço em sobremesas tailandesas, bebidas e pratos de fusão, o que contribui para ampliar ainda mais sua popularidade.

Outro fator relevante é o crescimento da população de expatriados no país, que tende a consumir frutas mais familiares ao seu paladar. Com o aumento da renda, especialmente nas regiões metropolitanas como Bangkok, Chiang Mai e Phuket, cresce também a preferência por frutas importadas de alta qualidade, incluindo opções orgânicas. As gerações mais jovens, fortemente influenciadas pelas tendências alimentares globais e pelas dietas ocidentais, também desempenham papel importante nesse movimento.

As frutas importadas são distribuídas por diversos canais de varejo. Supermercados e hipermercados, como Lotus e Tops Supermarket, oferecem conveniência e garantias de qualidade. Já lojas especializadas em produtos importados atendem consumidores de maior poder aquisitivo. Mercados tradicionais e vendedores ambulantes disponibilizam alternativas mais acessíveis, enquanto plataformas de comércio eletrônico — em franca expansão nas áreas urbanas — têm facilitado o acesso a essas frutas, com a vantagem da entrega em domicílio.

A Tailândia importa frutas de países com climas favoráveis ao cultivo e com os quais mantém laços comerciais sólidos. A China lidera o fornecimento de maçãs, peras e uvas, aproveitando sua proximidade geográfica e os acordos comerciais existentes. Os Estados Unidos exportam maçãs, cerejas e frutas vermelhas, enquanto Austrália e Nova Zelândia se destacam pelo envio de kiwis, maçãs e frutas de caroço, reconhecidas pelos elevados padrões de qualidade e rigor nas normas de segurança alimentar.

Japão e Coreia do Sul também ganham destaque como fornecedores de morangos premium, valorizados por sua doçura excepcional. A popularidade desses produtos é impulsionada pela influência das culturas japonesa e coreana na Tailândia — especialmente no que se refere à estética das sobremesas e às tendências em redes sociais. Esses morangos são frequentemente utilizados em sobremesas sofisticadas e bebidas elaboradas, presentes em cafeterias, confeitarias e restaurantes de alto padrão.

Cultivo de Maças na Tailândia

O cultivo de maçãs na Tailândia tem despertado interesse crescente, impulsionado pela diversidade de altitudes e pelas variações climáticas do país. Embora a Tailândia seja amplamente reconhecida pela produção de frutas tropicais, algumas regiões montanhosas, especialmente no norte e nordeste, oferecem condições mais amenas, propícias ao cultivo de maçãs.

A introdução do cultivo ocorreu em áreas como a Estação Real de Ang Khang, localizada a aproximadamente 1.400 metros de altitude. Nessas zonas de clima mais fresco, diversas cultivares de maçã foram testadas com sucesso. Com o tempo, variedades de baixo requerimento de frio — como Anna, Ein Shimer, Dorsett Golden, Fuji, Rome Beauty e Grand Alexander — mostraram-se as mais adaptadas às condições climáticas das regiões montanhosas tailandesas.

Apesar do potencial agrônomo promissor, o cultivo de maçãs no país enfrenta desafios econômicos significativos. O principal entrave é a forte concorrência com maçãs importadas, amplamente disponíveis no mercado a preços consideravelmente mais baixos. Frutas de alta qualidade provenientes de países como Estados Unidos, Austrália, Nova Zelândia e China costumam ser comercializadas a valores inferiores aos das maçãs produzidas localmente. Isso torna difícil para os produtores tailandeses competirem, limitando o desenvolvimento comercial do setor.

Exportações de Maças da Tailândia

Com as limitações do mercado interno em absorver as maçãs produzidas localmente, as exportações de maçãs tailandesas vêm apresentando crescimento expressivo. Em 2024, o país exportou 7.185 toneladas de maçãs, totalizando US\$ 5,5 milhões em valor — um aumento de 30,9% em relação ao ano anterior, quando as exportações somaram US\$ 4,3 milhões e 4.859 toneladas.

Os principais destinos das maçãs tailandesas foram Mianmar, Camboja e Hong Kong, refletindo o interesse regional por frutas frescas da Tailândia. Mianmar liderou como principal mercado, absorvendo 87,8% do valor total exportado, seguido por Camboja (9,4%) e Hong Kong (1,7%).

Esse crescimento revela um nicho de mercado promissor para as maçãs tailandesas na Ásia, especialmente em países vizinhos com menor produção própria ou preferências por frutas frescas da região. No entanto, a sustentabilidade desse crescimento dependerá da capacidade dos produtores locais de manter a qualidade, otimizar os custos e explorar nichos específicos, como variedades diferenciadas ou produção orgânica.

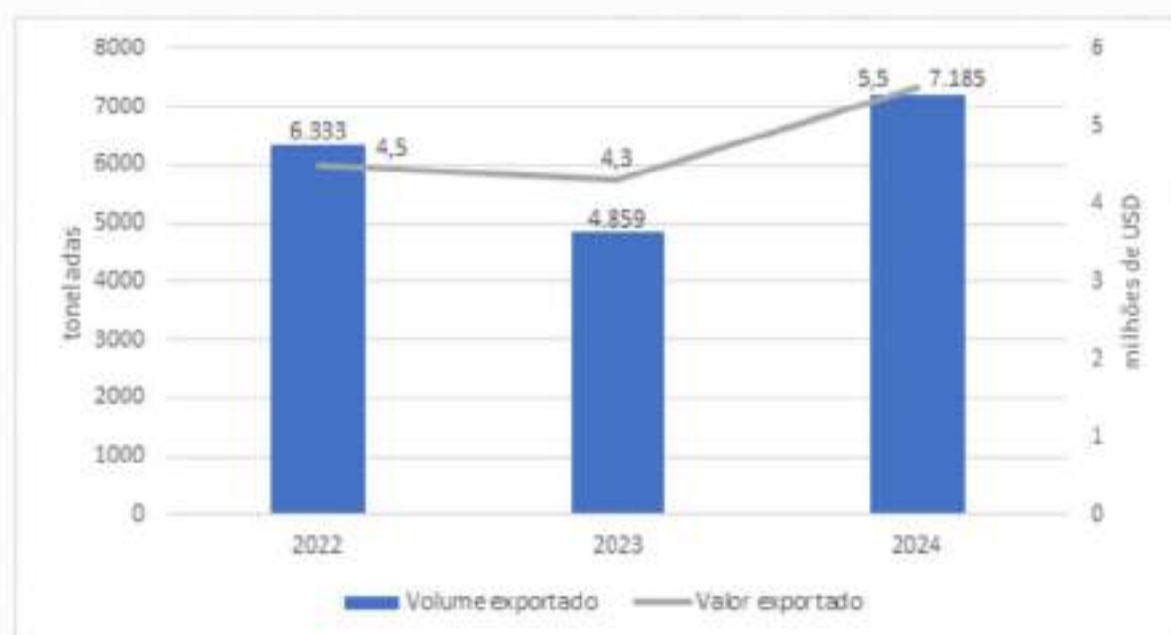
do valor total exportado, seguido por Camboja (9,4%) e Hong Kong (1,7%).

Esse crescimento revela um nicho de mercado promissor para as maçãs tailandesas na Ásia, especialmente em países vizinhos com menor produção própria ou preferências por frutas frescas da região. No entanto, a sustentabilidade desse crescimento dependerá da capacidade dos produtores locais de manter a qualidade, otimizar os custos e explorar nichos específicos, como variedades diferenciadas ou produção orgânica.

Como ilustra o gráfico abaixo, as exportações de maçãs da Tailândia registraram um crescimento expressivo nos últimos anos. Em 2024, o país exportou 7.185 toneladas da fruta, totalizando mais de US\$ 5,5 milhões em valor — um aumento de 30,9% em relação a 2023, quando as exportações somaram US\$ 4,3 milhões e 4.859 toneladas.

Os principais mercados de destino foram Mianmar, Camboja e Hong Kong, refletindo a crescente demanda regional por maçãs frescas de origem tailandesa. Mianmar se destacou como o principal destino, absorvendo 87,8% do valor total exportado, seguido por Camboja (9,4%) e Hong Kong (1,7%).

Gráfico 1. Exportação de maçãs da Tailândia, em milhões de USD e toneladas, de 2022 a 2024.



Fonte: ITC/TradeMap

Para garantir a continuidade dessa trajetória positiva, será fundamental investir em tecnologias de produção adaptadas ao clima tailandês, em práticas sustentáveis e em cadeias logísticas eficientes. Além disso, o fortalecimento de parcerias comerciais regionais e o desenvolvimento de marcas que transmitam qualidade e identidade local podem ampliar a competitividade da maçã tailandesa no mercado asiático.

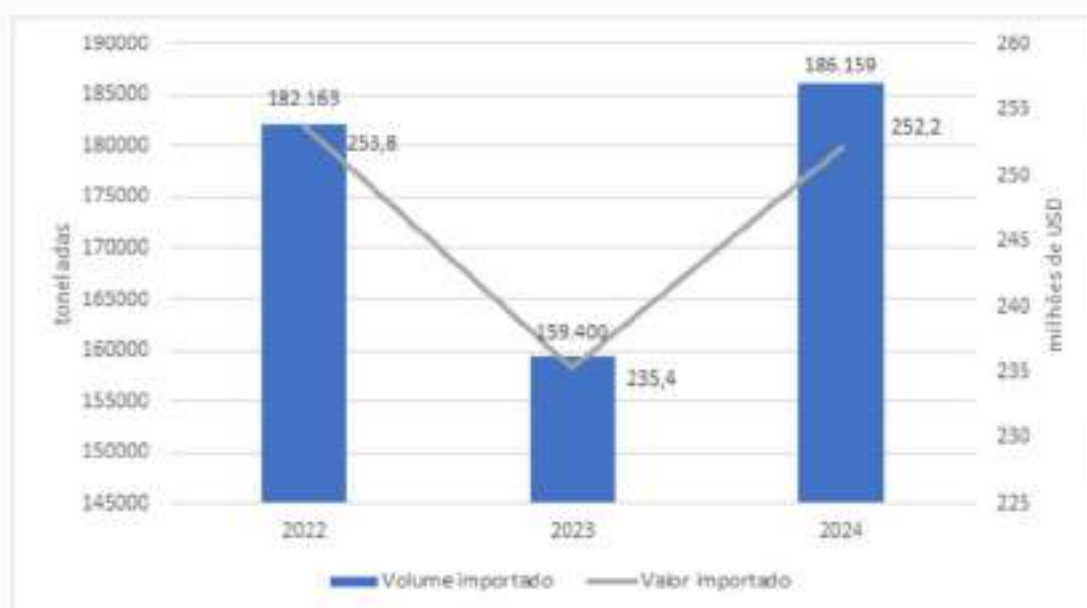
Importação de Maças pela Tailândia

Nos últimos anos, as importações de maçãs pela Tailândia mantiveram-se em níveis consistentemente elevados, refletindo uma demanda interna estável e crescente preferência por variedades internacionais. A tabela abaixo apresenta os dados referentes ao período de 2022 a 2024, evidenciando não apenas o volume constante das importações, mas também a diversificação das origens e cultivares consumidas no país. China, Nova Zelândia e Estados Unidos figuram como os principais fornecedores, cada um contribuindo com perfis distintos de maçãs.

Essa diversidade é influenciada por fatores como a proximidade geográfica, a oferta de diferentes variedades e as tarifas de importação, que afetam diretamente os preços e a competitividade desses produtos no mercado tailandês.

O Gráfico 2 a seguir mostra a evolução das importações de maçãs pela Tailândia, de 2022 a 2024, em milhões de dólares e toneladas. A visualização destaca as variações anuais no valor e volume importado, refletindo tendências do mercado e impactos de fatores regulatórios e comerciais.

Gráfico 2. Importação de maçãs pela Tailândia, em milhões de USD e toneladas, de 2022 a 2024.



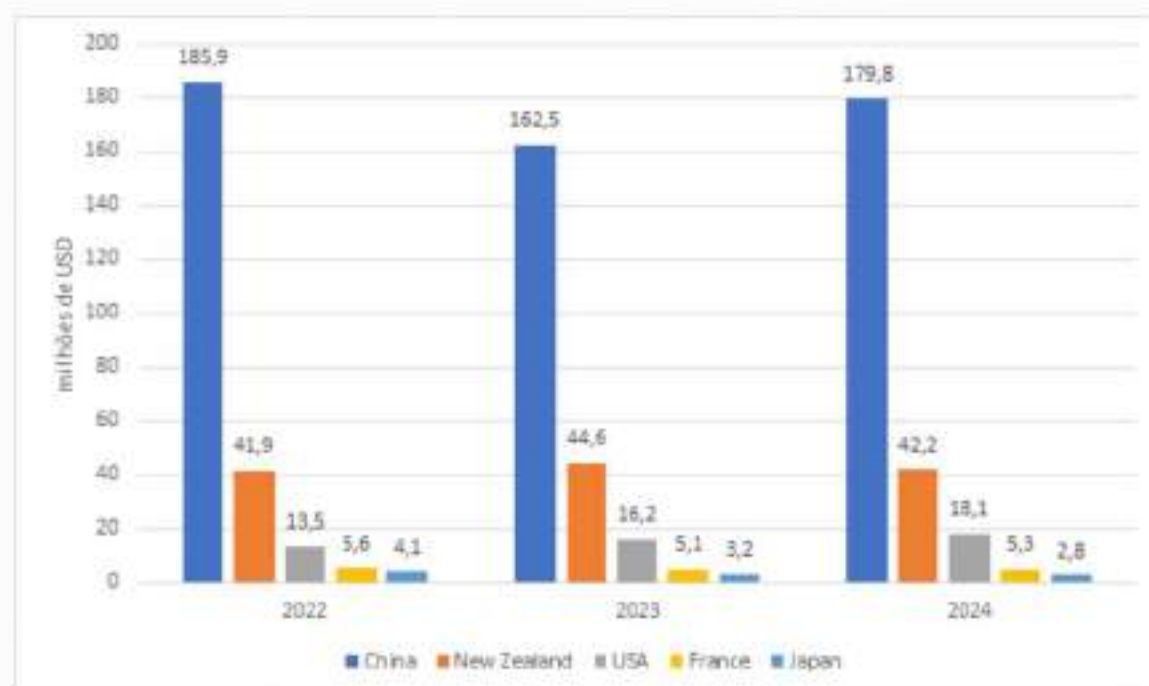
Fonte: ITC/TradeMap

A análise dos dados de importação entre 2022 e 2024 revela uma demanda sólida por maçãs frescas, acompanhada de maior diversificação nas origens preferidas pelos consumidores. O valor total das importações sofreu uma leve queda de US\$ 253,8 milhões em 2022 para US\$ 235,4 milhões em 2023, antes de voltar a crescer em 2024, atingindo US\$ 252,2 milhões — um aumento de 7,1% em relação ao ano anterior. Esse crescimento indica o fortalecimento da demanda por maçãs no mercado tailandês.

A retração observada em 2023 pode ser atribuída a mudanças nas exigências regulatórias para a importação de frutas frescas da China, conforme anunciado pelo Departamento de Agricultura da Tailândia. Foram introduzidos padrões mais rigorosos relacionados ao transporte, embalagem e controle de qualidade, exigindo que as maçãs importadas fossem provenientes de fazendas e centros de embalagem previamente registrados. Essas medidas visam assegurar a qualidade e a rastreabilidade dos produtos comercializados no país.

Como consequência, as importações de maçãs frescas provenientes da China sofreram uma queda significativa em 2023, conforme ilustrado no Gráfico 3. Nesse ano, foram importados US\$ 162,5 milhões em maçãs chinesas, totalizando 120.269 toneladas — uma redução de 12,5% no valor em relação a 2022, quando as importações atingiram US\$ 185,9 milhões e 145.477 toneladas.

Gráfico 3. Participação de mercado das importações de maçãs pela Tailândia, em milhões de USD, de 2022 a 2024



Fonte: ITC/TradeMap

Em 2024, a China manteve sua posição como principal fornecedora de maçãs para a Tailândia, respondendo por 71,3% do valor total importado. Em seguida, destacaram-se a Nova Zelândia, com 16,7%, e os Estados Unidos, com 7,2%. Já a França e o Japão aparecem como exportadores secundários, com valores estáveis, porém significativamente inferiores aos dos principais concorrentes.

Cada país exporta cultivares que atendem a diferentes preferências do consumidor tailandês, especialmente no que diz respeito ao sabor, textura e aparência. As importações da China incluem predominantemente as variedades Red Delicious, Fuji e Gala; dos Estados Unidos, destacam-se Red Delicious, Granny Smith e Gala; enquanto da Nova Zelândia, as principais variedades são Royal Gala, Envy e Jazz. Segundo dados do USDA, a Red Delicious é atualmente a maçã mais popular no mercado tailandês, com uma participação de 62%, seguida pela Gala (21%) e Granny Smith (8%).

Na Tailândia, o processo de importação de maçãs frescas é geralmente conduzido por intermediários ou atacadistas especializados em frutas e vegetais. Esses operadores são responsáveis tanto pela aquisição das frutas no exterior quanto pela distribuição em larga escala para o varejo e supermercados no país. Esse modelo de intermediação garante uma logística eficiente, com estoques bem gerenciados e ampla disponibilidade do produto para os consumidores tailandeses.

Abaixo estão listados os 10 principais importadores de maçãs na Tailândia em 2024:

1. T&G SOUTH EAST ASIA CO., LTD.
2. SIAM SCT LTD.
3. DA YANG XIN CO., LTD.
4. SIAMMACRO CO., LTD.
5. JASMINE FRUIT CO., LTD.
6. PSP SANGJAN IMPORT EXPORT CO., LTD.
7. CITY FRESH FRUIT CO., LTD.
8. YOGO SUNSHINE CO., LTD.
9. SUE JI CHIANG CO., LTD.
10. SHUANGYU (THAILAND) CO., LTD.

Fonte: MOC

TARIFAS DE IMPORTAÇÃO

A aplicação de tarifas aduaneiras na Tailândia está regulamentada pela Lei Aduaneira B.E. 2560 (2017), que estabelece os princípios legais para a determinação e administração dos direitos de importação e exportação no país.

Conforme previsto na legislação, o órgão responsável pela implementação e fiscalização das normas aduaneiras é o Departamento de Alfândega, vinculado ao Ministério das Finanças. Cabe a esse departamento a execução das diretrizes relativas à arrecadação dos tributos sobre o comércio exterior, bem como a condução das inspeções nos pontos de entrada.

Entretanto, a competência para definir e modificar as tarifas aduaneiras é atribuída à Comissão de Decisões sobre Tarifas Aduaneiras (Customs Duty Ruling Commission), instância deliberativa composta por:

- Secretário Permanente do Ministério das Finanças (Presidente);
- Diretores-Gerais dos Departamentos de Alfândega, Receita, Impostos Especiais e Política Fiscal;
- Secretário-Geral do Conselho de Estado;
- Três especialistas designados pelo Ministro das Finanças.

Essa Comissão é responsável por:

- Estabelecer as atribuições dos agentes aduaneiros;
- Definir regras e procedimentos para avaliação de tributos;
- Emitir pareceres técnicos sobre questões tarifárias;
- Assessorar o Ministro das Finanças na formulação de políticas relacionadas à arrecadação de tarifas aduaneiras.

As decisões da Comissão, uma vez aprovadas pelo Ministro e publicadas no Diário Oficial (Government Gazette), passam a ter caráter vinculante e são executadas pelo Departamento de Alfândega.

Paralelamente à estrutura institucional de regulação tarifária, a política comercial da Tailândia é fortemente apoiada por uma rede estratégica de acordos de livre comércio, firmados tanto de forma bilateral quanto no âmbito de blocos econômicos. Esses acordos exercem impacto direto na redução ou eliminação de tarifas de importação, abrangendo uma ampla gama de produtos agrícolas, incluindo frutas frescas como as maçãs.

Atualmente, a Tailândia é signatária de diversos acordos comerciais que impactam diretamente a estrutura tarifária aplicada às importações. O Quadro 1, a seguir, apresenta as tarifas de importação aplicadas pela Tailândia às maçãs frescas, conforme a existência ou não de acordos comerciais vigentes.

Quadro 1. Tarifas de Importação aplicadas pela Tailândia para maçãs

Maçãs (HS code 080810)	Tarifa de Importação
Thai – Australia	0 %
Thai - Chile	0 %
Thai - China	0 %
Thai - India	0 %
Thai – Japan	0 %
Thai – New Zealand	0 %
Thai - Peru	0 %
Thai - Singapore	0 %
ASEAN – Australia – New Zealand	0 %
ASEAN - China	0 %
ASEAN – Hong Kong	0 %
ASEAN - India	0 %
ASEAN - Japan	0 %
ASEAN - Korea	0 %
AFTA (ASEAN)	0 %
RCEP	0 %
Países fora do acordo OMC	60 % ou 50 THB/kg.
Países membros da OMC	30 % ou 12.5 THB/kg.

Fonte: Alfândega da Tailândia

Observa-se que os principais fornecedores de maçãs para a Tailândia — China e Nova Zelândia — se beneficiam de isenção tarifária, em razão dos acordos comerciais atualmente em vigor. Em contrapartida, países como os Estados Unidos e França, embora autorizados a exportar maçãs à Tailândia, não possuem acordos comerciais preferenciais, o que implica na aplicação de tarifas de 30% sobre esse produto, afetando diretamente sua competitividade no mercado tailandês.

A estrutura tarifária tailandesa combina a atuação normativa da Comissão de Decisões sobre Tarifas Aduaneiras com a execução técnica do Departamento de Alfândega. No entanto, o ambiente tarifário é fortemente influenciado pela política de acordos de livre comércio, que favorece determinados parceiros comerciais com isenção ou redução de tarifas. Nesse contexto, países sem acordos preferenciais, como o Brasil, enfrentam desafios adicionais para competir no mercado tailandês, mesmo que obtenham aprovação fitossanitária para exportação.

Regulamentação e Procedimentos para a Importação de Maçãs Frescas pela Tailândia

• Requisitos de Importação

A importação de maçãs frescas para a Tailândia é regulada pelo Departamento de Agricultura (DOA), vinculado ao Ministério da Agricultura e Cooperativas. No âmbito do DOA, a Divisão de Quarentena Vegetal exerce papel central na definição e fiscalização dos requisitos fitossanitários, com o objetivo de assegurar a qualidade e a segurança das maçãs importadas antes de sua entrada e comercialização no mercado tailandês.

De acordo com a regulamentação vigente, as maçãs frescas são classificadas como produto de importação proibida, o que significa que sua entrada só é permitida quando o país exportador já foi previamente autorizado. Para isso, é obrigatória a realização de uma análise de risco de pragas (PRA) conduzida pelas autoridades tailandesas. Somente após a aprovação dessa avaliação, o DOA emite os requisitos específicos que devem ser atendidos para viabilizar a importação.

Atualmente, a Tailândia autoriza a importação de maçãs frescas de 15 países: Austrália, Canadá, Chile, França, África do Sul, Japão, Coreia do Sul, Nova Zelândia, Estados Unidos, Polônia, Turquia, Bélgica, Alemanha, Itália e Países Baixos.

• Condições de Importação

As condições impostas pelo DOA abrangem tanto o sistema de produção quanto os procedimentos pós-colheita. As propriedades rurais e as unidades de embalagem (packing houses) devem estar registradas junto à Organização Nacional de Proteção Fitossanitária (NPPO) do país exportador. Essas unidades devem comprovar a implementação de medidas eficazes de controle de pragas e manter registros detalhados das atividades de manejo ao longo de toda a safra.

Além disso, são estabelecidas exigências específicas relacionadas a pragas quarentenárias, com medidas fitossanitárias obrigatórias determinadas com base na análise de risco conduzida para cada país. Também são observadas regras sobre embalagem e rotulagem, em conformidade com as normas tailandesas.

- Procedimentos na Entrada do Produto

•

No momento da chegada das maçãs à Tailândia, as autoridades realizam a verificação documental, avaliando a completude e a conformidade dos seguintes documentos obrigatórios:

- Licença de importação para produtos classificados como proibidos;
- Certificado fitossanitário emitido pela NPPO do país exportador;
- Fatura comercial;
- Lista de embalagem;
- Demais documentos exigidos conforme o tipo de envio.

Após a aprovação documental, as cargas são submetidas a inspeções físicas e laboratoriais. São realizadas verificações visuais para detecção de pragas, além da coleta de amostras para análises de qualidade e segurança do produto. Os testes incluem avaliação de peso, tamanho (calibre), presença de aditivos alimentares (como agentes de revestimento), contaminantes (como chumbo) e resíduos de agrotóxicos, conforme os padrões estabelecidos pelas Normas de Produtos Agrícolas da Tailândia, especialmente a norma aplicável a maçãs.

PANORAMA ATUAL DAS NEGOCIAÇÕES PARA EXPORTAÇÃO DE MAÇÃS BRASILEIRAS À TAILÂNDIA

Desde 2018, o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) vem conduzindo tratativas com as autoridades tailandesas com o objetivo de viabilizar a abertura do mercado daquele país para a exportação de maçãs frescas produzidas no Brasil. O processo está condicionado à conclusão da Análise de Risco de Pragas (ARP), conduzida pelo Departamento de Agricultura da Tailândia (DOA), órgão responsável por atuar como Organização Nacional de Proteção Fitossanitária (ONPF) daquele país.

Atualmente, o Brasil aguarda o posicionamento oficial do DOA quanto às informações e aos relatórios técnicos encaminhados pelo MAPA, necessários para a finalização da ARP e a definição dos requisitos fitossanitários que viabilizarão o comércio da maçã brasileira com a Tailândia.

O histórico das negociações registra marcos importantes. Em 2020, a Tailândia apresentou ao Brasil uma solicitação formal de informações técnicas, motivada por preocupações relacionadas à *Pseudocercospora ulei* (sin. *Microcyclus ulei*), agente causal do mal-das-folhas da seringueira — planta de grande relevância econômica para o Sudeste Asiático. Em resposta, o MAPA enviou ao DOA um relatório técnico abrangente sobre a cadeia produtiva da maçã no Brasil, com dados detalhados sobre a distribuição da praga no território nacional, os sistemas de manejo fitossanitário adotados e as características climáticas das regiões produtoras — elementos-chave para a avaliação do risco de introdução da *P. ulei*.

Além disso, periodicamente são realizadas reuniões entre representantes da Adidância Agrícola do Brasil e técnicos do DOA, com o objetivo de reforçar o interesse brasileiro e acompanhar o andamento do processo de abertura do mercado tailandês para as maçãs nacionais.

Alguns aspectos adicionais merecem destaque no contexto das negociações. A Tailândia importa atualmente frutas como uvas de mesa e abacates do Peru — país que, assim como o Brasil, possui áreas inseridas no bioma amazônico e presença de seringais. Segundo o DOA, essas importações foram autorizadas com base em um acordo de livre comércio firmado anteriormente com o Peru, em um contexto que antecede as atuais preocupações fitossanitárias relacionadas à indústria da borracha. No entanto, não há clareza quanto à disposição das autoridades tailandesas de revisar ou iniciar análises de risco semelhantes para os produtos peruanos, como tem sido exigido do Brasil.

Outro ponto relevante foi a visita de uma missão técnica do Ministério da Agricultura da Malásia ao Brasil, realizada em fevereiro de 2024. A agenda teve início na Embrapa Amazônia Ocidental, em Manaus, com visitas a áreas de ocorrência de seringueiras, e prosseguiu em Vacaria (RS), onde os auditores se reuniram com representantes do MAPA, do serviço estadual de defesa agropecuária, da Associação Brasileira de Produtores de Maçã (ABPM) e da Embrapa. A missão incluiu discussões sobre certificação fitossanitária, manejo de pragas e controle de doenças, além de visitas a pomares e centrais de embalagem (packing houses).

Os técnicos malaios observaram que as condições climáticas do Sul do Brasil são desfavoráveis ao desenvolvimento da *P. ulei* e destacaram que a vegetação local não se assemelha à de floresta tropical, além da considerável distância geográfica entre as regiões produtoras de maçã e as áreas com ocorrência de seringueiras. Ao final da missão, expressaram satisfação com os controles fitossanitários e com o sistema de certificação adotado pelo Brasil. O relatório final da missão ainda aguarda publicação oficial pelas autoridades malaias.

Um parecer positivo da Malásia poderá alterar significativamente o contexto das negociações com a Tailândia, tendo em vista que a Malásia é um dos principais produtores de borracha da região. Vale destacar que o atual presidente da Comissão de Proteção de Plantas da Ásia e do Pacífico (APPPC – ASEAN), responsável pela formulação de normas regionais e promoção da sanidade vegetal, é malaio.

CONCLUSÃO E PERSPECTIVAS

O mercado tailandês de frutas importadas apresenta crescimento consistente, impulsionado pela diversificação das preferências dos consumidores, pelo aumento da renda nas áreas urbanas e pela incorporação crescente de frutas temperadas à culinária local. As maçãs se destacam entre as frutas mais consumidas, com fornecimento concentrado em parceiros comerciais como China e Nova, que oferecem variedades amplamente aceitas, como Fuji, Gala e Red Delicious.

Embora a Tailândia disponha de áreas montanhosas propícias ao cultivo de maçãs, a produção local enfrenta limitações econômicas e de escala, especialmente frente à competitividade das maçãs importadas, que combinam alta qualidade e preços mais acessíveis. Como alternativa, o país tem intensificado suas exportações regionais, com destaque para Mianmar, Camboja e Hong Kong, onde as maçãs tailandesas têm conquistado espaço em nichos de mercado.

Do ponto de vista regulatório, a Tailândia mantém um sistema de controle fitossanitário, que exige análise de risco de pragas (PRA), registro de propriedades e unidades de embalagem, além do cumprimento de requisitos específicos de embalagem, rotulagem e qualidade. Paralelamente, as tarifas de importação são influenciadas por uma ampla rede de acordos de livre comércio, que garante isenção tarifária a diversos países exportadores. Por outro lado, nações sem acordos preferenciais enfrentam tarifas de até 30%, o que compromete sua competitividade.

Nesse contexto, o Brasil prossegue nas tratativas para obter a autorização para exportar maçãs frescas à Tailândia e aguarda a conclusão da Análise de Risco de Pragas (ARP) pelas autoridades fitossanitárias tailandesas.

Contudo, mesmo com a eventual abertura do mercado, o país enfrentará desafios tarifários significativos, uma vez que não dispõe de acordo de livre comércio com a Tailândia. Como resultado, as maçãs brasileiras estarão sujeitas à tarifa-padrão de 30%, o que poderá comprometer sua competitividade frente a fornecedores que já se beneficiam de isenção tarifária, como China e Nova Zelândia.

Além da questão tarifária, somam-se os desafios logísticos e os custos de transporte, que tendem a ser mais elevados no caso brasileiro, especialmente quando comparados a países com proximidade geográfica e rotas comerciais consolidadas com a Tailândia, o que pode impactar ainda mais a viabilidade econômica das exportações.

As perspectivas para os próximos anos são promissoras, com expectativa de continuidade no crescimento da demanda por frutas importadas, especialmente nas regiões urbanas da Tailândia. Para países exportadores, o acesso a esse mercado dependerá de estratégias que combinem conformidade técnica, qualidade do produto e inserção em acordos comerciais.

No caso do Brasil, uma vez obtido o acesso ao mercado tailandês, a consolidação de uma posição competitiva exigirá ações articuladas nas áreas de sanidade vegetal, promoção comercial e política comercial externa. A médio prazo, será essencial avançar em negociações que viabilizem condições tarifárias mais favoráveis, de modo a reduzir as assimetrias frente a países que atualmente usufruem de isenção ou redução de tarifas por meio de acordos comerciais.



PRODUÇÃO EM ESTUFAS NA REPÚBLICA DA TURQUIA

Data: 15/04/2025

Posto: Ancara/Turquia

Palavras-chave: estufa; produção; tipos produtivos; equipamentos

Responsável: Diego Leonardo Rodrigues

SUMÁRIO:

A Turquia é o segundo maior produtor em estufas da Europa, com Antalya liderando a produção nacional. Cultivos predominantes incluem tomate, pimentão e pepino, com crescimento acelerado da produção de frutas tropicais. A produção triplicou em 25 anos, com mais 9 milhões de toneladas anualmente. A Turquia exporta tecnologia de estufas, que podem ser úteis para o Brasil em regiões com alto custo de terra e de enfrentamento de efeitos climáticos. Apesar dos ganhos produtivos, o modelo eleva custos e preços dos alimentos no mercado interno, gerando oportunidades, por exemplo, para exportação de frutas que apresentem preços competitivos.

SETOR DE PRODUÇÃO EM ESTUFAS NA TURQUIA

O setor de produção em estufas é o segmento agrícola que mais cresce na Turquia, principalmente como resposta às limitações climáticas. O país ocupa o segundo lugar na Europa, atrás apenas da Espanha. Na Turquia, a distribuição das regiões agrícolas com uso de estufa e a distribuição das temperaturas médias anuais são altamente correlacionadas. A maior parte da área de estufas da Turquia está localizada ao redor da costa sul, onde o clima é mais ideal. A proliferação de estufas, principalmente em locais costeiros, foi possível graças à durabilidade do material de aço e à facilidade de uso do plástico. Na Turquia, Antalya lidera globalmente a produção em estufas. As províncias de Mersin, Adana e Muğla são as que vêm depois desta. Aproximadamente 90% da produção total de estufas do país é produzida nessas províncias, com uma produção geral de estufas nessas quatro províncias estimada em 6,7 milhões de toneladas (Tarım ve Orman Bakanlığı, 2019; Gürpınar e Aktürk, 2023).

Na agricultura sem solo, o cultivo de hortaliças, tomates e pimentões são os mais comuns e, recentemente, morangos e alface estão sendo cultivados. Enquanto 85% dos produtos cultivados em estufas tradicionais em nosso país são consumidos no mercado interno, 90% dos produtos produzidos em estufas modernas são exportados.

Nos últimos anos, os produtores que buscam alternativas na produção além das hortaliças e legumes tradicionais, especialmente tomates, cultivados em estufas, também se voltaram para algumas frutas. Uvas, damascos, ameixas, nectarinas, pitaya (fruta do dragão), mamão, maracujá, manga, carambola, abacate, mirtilo e amora-preta. No entanto, verifica-se que a produção de frutas tropicais, com exceção das bananas, é limitada.

Alguns fatos sobre a produção em estufas na Turquia:

- A área de produção em estufas atingiu 764.000 acres.
- 70% desta área são áreas de estufa consideradas modernas;
- 81% das operações são feitas em estufas de vidro ou plástico com túneis altos;
- 19% consistem em túneis baixos, ou seja, sistemas feitos para produção inicial;
- O cultivo em estufa é realizado em 80 das 81 províncias da Turquia
- 90% das áreas a serem cultivadas em estufas em nosso país estão localizadas nas províncias de Antalya, Mersin, Adana, Muğla e Esmirna.
- São 9 milhões de toneladas de produção, 8 milhões de toneladas desta produção são horticolas e 1 milhão de toneladas são frutíferas.
- O tomate está em primeiro lugar com 4 milhões de toneladas de produção em estufa.
- O pepino está em segundo lugar com 1 milhão de toneladas, seguido por pimenta, melancia e berinjela.
- As bananas estão em primeiro lugar na produção de frutas de estufa, com 770.000 toneladas, seguidas por morangos, uvas de mesa, ameixas, damascos, mirtilos e nectarinas.
- De acordo com os dados mais atuais da TÜİK, agência turca de estatística, a produção de hortaliças e frutas em estufa na Turquia triplicou nos últimos 25 anos.

Produção em estufas em Yalova, Turquia



Ahmet Kurt, 2024

PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADE

A produção e exportação de equipamentos para estufas expandiu na Turquia, e as tecnologias desenvolvidas no país podem ser de interesse do Brasil. Os produtores turcos têm enfrentado desafios intensos de estiagem e geadas, desenvolvendo tecnologias que podem ser transferidas para o Brasil.

As facilidades de controle climático e hídrico proporcionadas pelo uso de estufas são conhecidas no Brasil para diversos cultivos, entretanto observa-se na Turquia a expansão de seu uso para outros tipos ainda não contemplados por esta tecnologia no Brasil.

Os ganhos de produtividade podem ser especialmente interessantes em regiões brasileiras em que o preço da terra seja alto, garantindo alta produtividade por hectare cultivado.

Apesar deste aparente sucesso, não se deve esquecer que a produção em área cobertas representa incremento de custos de produção no curto e médio prazo. Assim, observa-se que a opção turca por este tipo de produção mais controlada tem impacto no preço dos alimentos produzidos localmente. De especial interesse do Brasil, é a oportunidade do setor de frutas tropicais que pode fazer frente aos valores praticados localmente.

Associações turcas do ramo de produção em estufas

Greenhouse Investors and Producers Association (SERA-BİR)

<https://sera-bir.org.tr/>

President: Mr. Onur Girdap

Greenhouse Construction and Equipment Manufacturers and Exporters Association (SERKONDER)

<https://www.serkonder.org.tr/>

President: Ufuk Salih Uslu

Produção em estufas em Yalova, Turquia



Ahmet Kurt, 2024

PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADE

A produção e exportação de equipamentos para estufas expandiu na Turquia, e as tecnologias desenvolvidas no país podem ser de interesse do Brasil. Os produtores turcos têm enfrentado desafios intensos de estiagem e geadas, desenvolvendo tecnologias que podem ser transferidas para o Brasil.

As facilidades de controle climático e hídrico proporcionadas pelo uso de estufas são conhecidas no Brasil para diversos cultivos, entretanto observa-se na Turquia a expansão de seu uso para outros tipos ainda não contemplados por esta tecnologia no Brasil.

Os ganhos de produtividade podem ser especialmente interessantes em regiões brasileiras em que o preço da terra seja alto, garantindo alta produtividade por hectare cultivado.

Apesar deste aparente sucesso, não se deve esquecer que a produção em área cobertas representa incremento de custos de produção no curto e médio prazo. Assim, observa-se que a opção turca por este tipo de produção mais controlada tem impacto no preço dos alimentos produzidos localmente. De especial interesse do Brasil, é a oportunidade do setor de frutas tropicais que pode fazer frente aos valores praticados localmente.

Associações turcas do ramo de produção em estufas

Greenhouse Investors and Producers Association (SERA-BİR)

<https://sera-bir.org.tr/>

President: Mr. Onur Girdap

Greenhouse Construction and Equipment Manufacturers and Exporters Association (SERKONDER)

<https://www.serkonder.org.tr/>

President: Ufuk Salih Uslu



O POTENCIAL BRASILEIRO NO MERCADO DE ETANOL NÃO COMBUSTÍVEL DA UE

Data: 15/04/2025

Posto: Bruxelas/Bélgica-UE

Palavras-chave: etanol não combustível; União Europeia (UE); Acordo Mercosul-UE; importações; produção local; concorrência

Responsável: Glauco Bertoldo

SUMÁRIO:

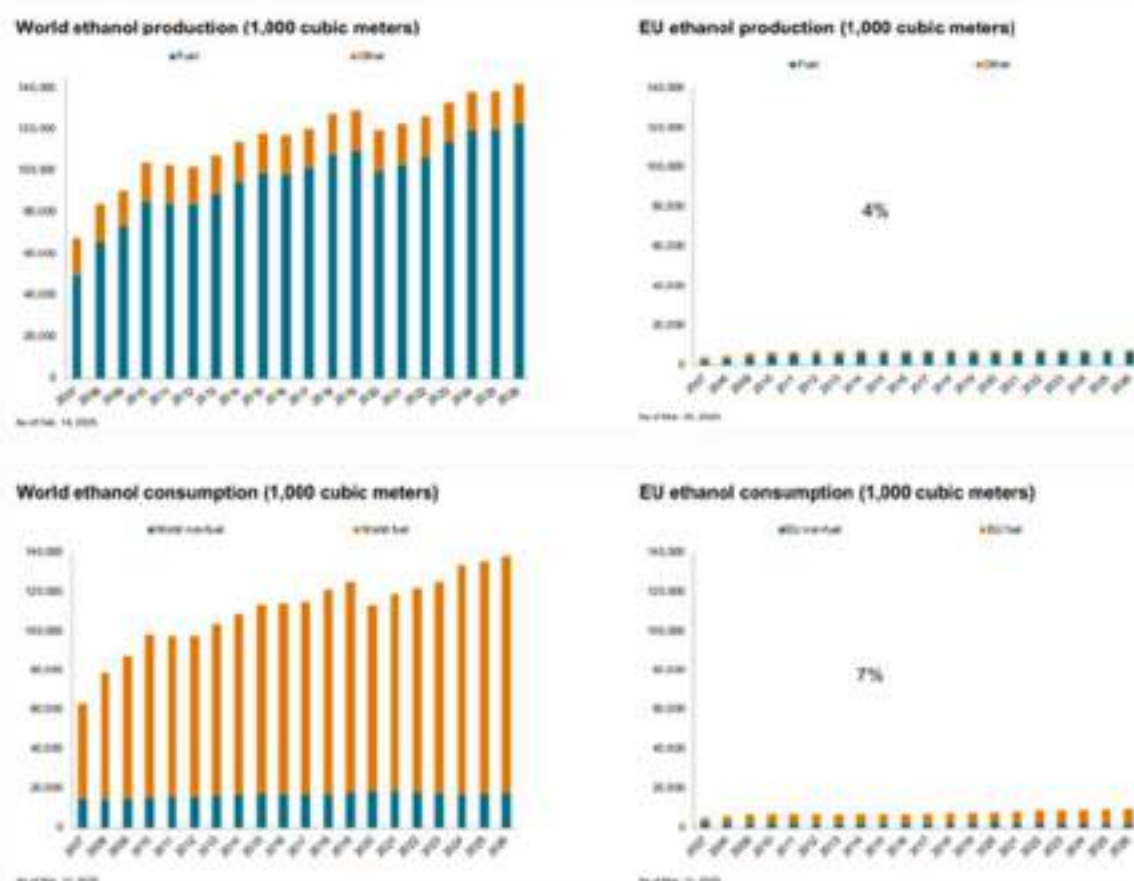
O mercado de etanol na União Europeia (UE) demonstra uma significativa demanda não apenas para combustíveis (74%), mas também para usos diversos, como químicos, farmacêuticos, cosméticos e alimentícios, correspondendo a 26% da destinação. Apesar de produzir cerca de 2 milhões de metros cúbicos de etanol não combustível, a UE consome aproximadamente 2,5 milhões, necessitando de importações que poderão ser supridas pela cota do acordo Mercosul-UE. O setor privado europeu expressa preocupações com a crescente dependência externa, especialmente do Paquistão, e com os potenciais impactos negativos do acordo Mercosul-UE, como a queda na produção local, diminuição de emprego e investimentos, questões de segurança nacional e concorrência desleal com produtores do Mercosul. Diante desse cenário, o Brasil vislumbra uma oportunidade de expandir sua participação no mercado europeu de etanol não combustível, aproveitando as cotas tarifárias favoráveis do acordo.

O mercado de etanol não combustível na União Europeia (UE) é significativo. O etanol não combustível é usado principalmente em setores industriais, químicos, farmacêuticos, cosméticos e alimentícios, como solvente, matéria-prima para produtos químicos (ex.: acetaldeído, ácido acético), desinfetantes, perfumes, bebidas alcoólicas e outros.

Considerando todo o consumo de etanol na UE, 74% são para utilização como combustível e 26% para usos diversos, dentre estes, 65% para uso industrial e 35% para uso no setor de bebidas.

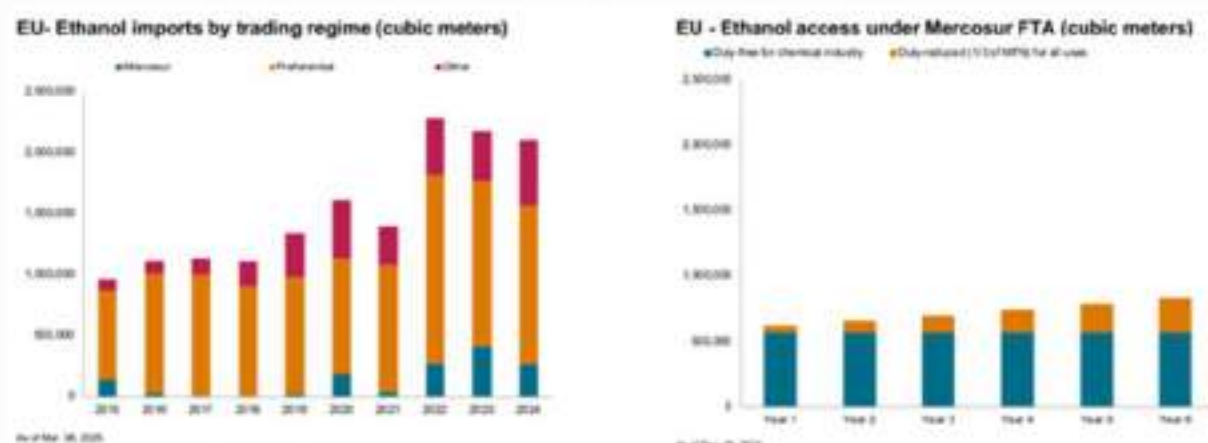
A UE é responsável pela produção de aproximadamente 2 milhões de metros cúbicos de etanol não combustível e consome cerca de 2,5 milhões de metros cúbicos. Considerando todos os tipos de etanol produzidos, a UE é responsável por 4% da produção mundial e 7% do consumo.

Figura 01. Produção e consumo de etanol no mundo e na UE



Os volumes de importação necessários para atender a demanda europeia, no que diz respeito ao etanol não combustível será quase que totalmente suprida pela cota prevista no acordo Mercosul-UE, qual seja, 450 mil toneladas.

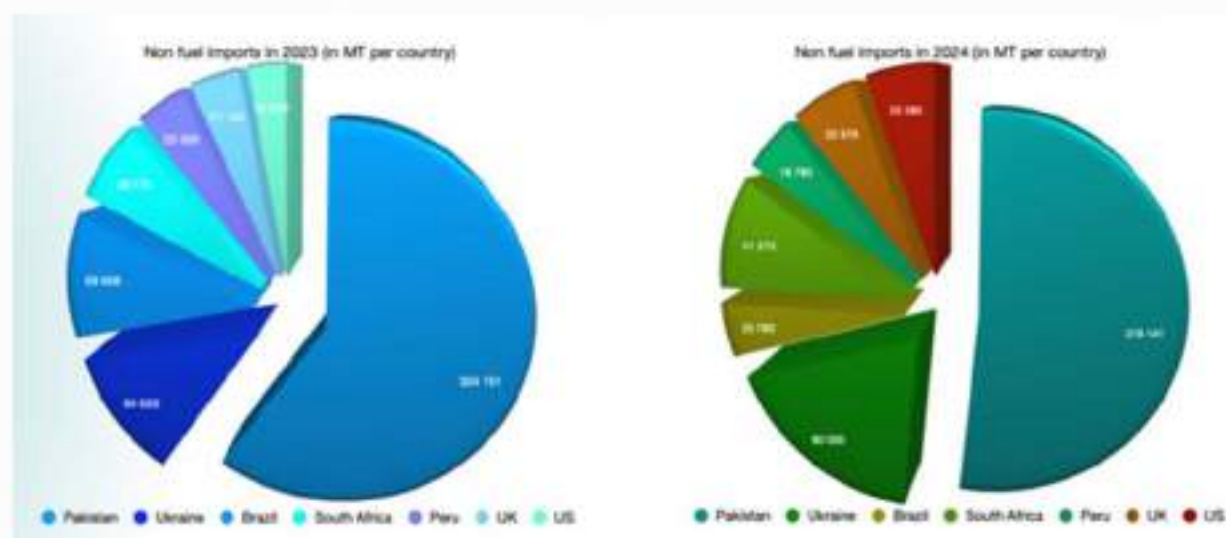
Figura 02. Importações da UE



Fonte: S&P Global

Quando comparado à situação atual, verificamos que o Brasil tem uma fatia muito pequena do mercado, sendo que mais de 50% das importações da UE vêm do Paquistão.

Figura 03. Principais exportadores de etanol para a UE



Fonte: iEthanol

O setor privado europeu aponta uma série de preocupações relacionadas aos impactos da dependência externa de etanol não combustível e, também, quanto aos efeitos do acordo Mercosul-UE, tais como:

- a produção da UE caiu 25% em 2023 devido ao aumento das importações do Paquistão;
- o emprego e os investimentos diminuíram em 2022, quando as importações do Paquistão atingiram seu pico;
- a preservação da soberania sobre a produção de etanol é essencial para garantir a segurança nacional, especialmente em momentos críticos como o surto de COVID-19;
- os produtores de biocombustíveis da UE enfrentam a concorrência da produção de etanol em larga escala e de baixo custo do Mercosul, preocupações com a sustentabilidade devido ao aumento do desmatamento ligado à expansão da cana-de-açúcar; e
- perda da possibilidade de produção de etanol não combustível, que representa uma saída adicional para os produtores de cereais e de beterraba, criando valor adicional à produção.

Diante de tal cenário, o Brasil tem a oportunidade de se reposicionar no mercado europeu de etanol não combustível, especialmente pelas cotas trazidas pelo acordo que, uma vez ratificado, possibilitará a entrada de quase a totalidade da demanda externa de etanol não combustível isento de tarifas para os países do Mercosul.

Referências: iEthanol e S&P Global