

Um
mundo de
oportunidades

Volume 14
2026

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

Secretário de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária

MARCELO NARVAES FIADEIRO

Secretário de Inovação, Desenvolvimento Sustentável, Irrigação e Cooperativismo do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

Chefe de Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Agricultura e Pecuária

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D - 3º andar, Sala 300

CEP: 70043-900 Brasília - DF

Tel.: (61) 3218-2821 e-mail: divulgacao.scri@agro.gov.br

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Luís Rua

Augusto Billi

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Equipe técnica:

Rodrigo Lopes de Almeida

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Caio César Simão

Luciana Pich Gomes

Juçara Aparecida André Dokonal

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

Marcelo Cláudio Pereira

Permitida a reprodução sem fins lucrativos, parcial ou total, por qualquer meio, se citada a fonte e o sítio da Internet onde pode ser encontrado o original (www.gov.br/agricultura).

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

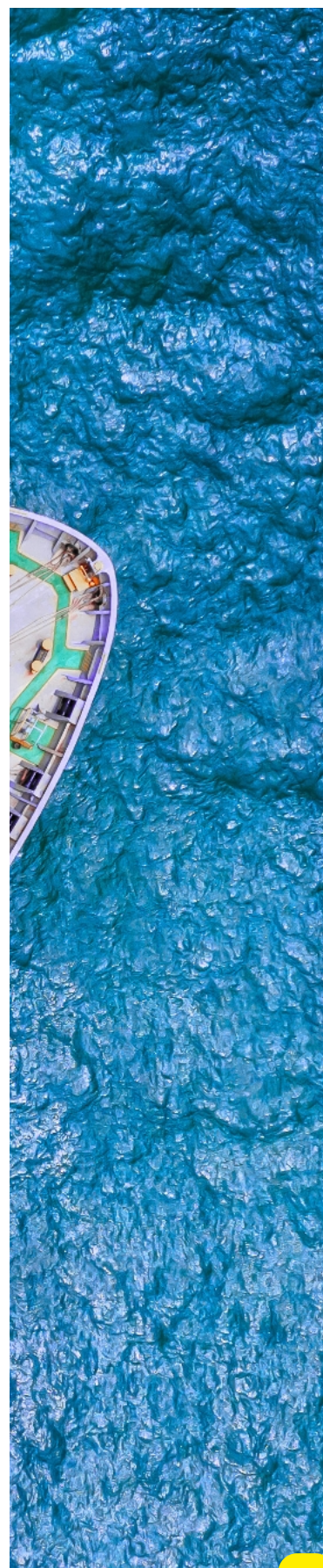
Resumo

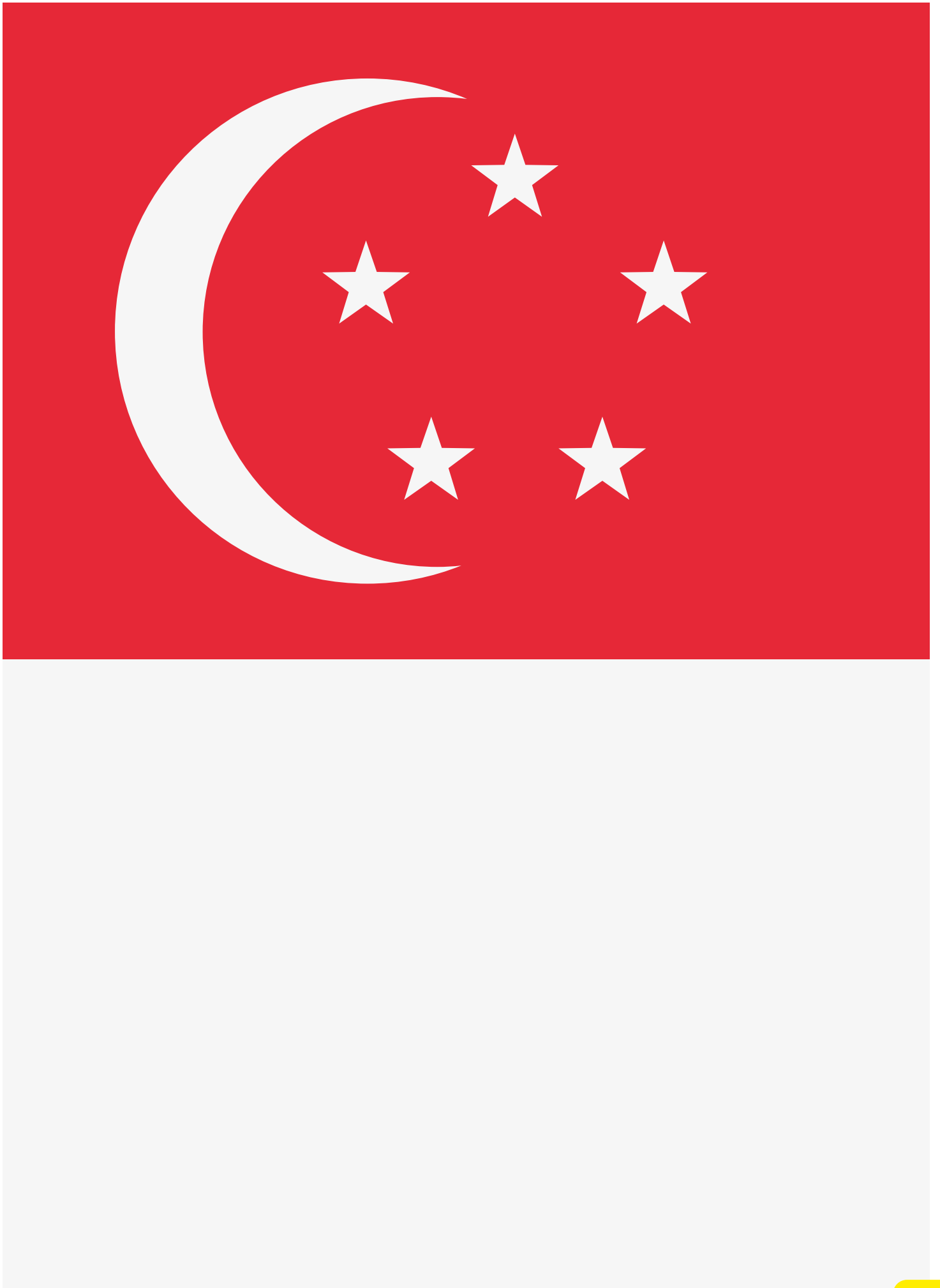
O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

Desenvolvido pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais (SCRI), com apoio dos adidos agrícolas presentes em 38 países, o material reúne análises estratégicas e oportunidades de negócios para produtores, exportadores e associações setoriais que buscam crescer de forma competitiva e sustentável.

Com base nas diretrizes do ministro 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.





DINÂMICA DO COMÉRCIO DE CAFÉ E OPORTUNIDADES PARA O CAFÉ BRASILEIRO EM SINGAPURA

Data: 13/02/2026

Posto: Singapura

Palavras-chave: exportação; café verde; Singapura

Responsável: Luiz Claudio Caruso; Camila D'Aquino

SUMÁRIO:

Em 2024, Singapura movimentou USD 130,5 milhões em importações de café e USD 76,5 milhões em exportações, refletindo seu papel consolidado como hub regional. O café torrado predominou nas operações, seguido pelo café verde. No segmento de café verde, o arábica destacou-se como principal produto comercializado, enquanto o robusta mostrou dinâmica mais voltada ao consumo local. A Indonésia foi o maior fornecedor, especialmente de robusta, e o Brasil ocupou a segunda posição, com forte presença de arábica. O café brasileiro mantém imagem premium no mercado singapurense.

Em 2024, Singapura registrou importações totais de café no valor de USD 130,5 milhões e exportações de USD 76,5 milhões, o que significa que, para cada USD 1,00 importado, aproximadamente USD 0,58 foram reexportados ou exportados após processamento, o que é compatível com o papel do país como hub regional de reexportação.

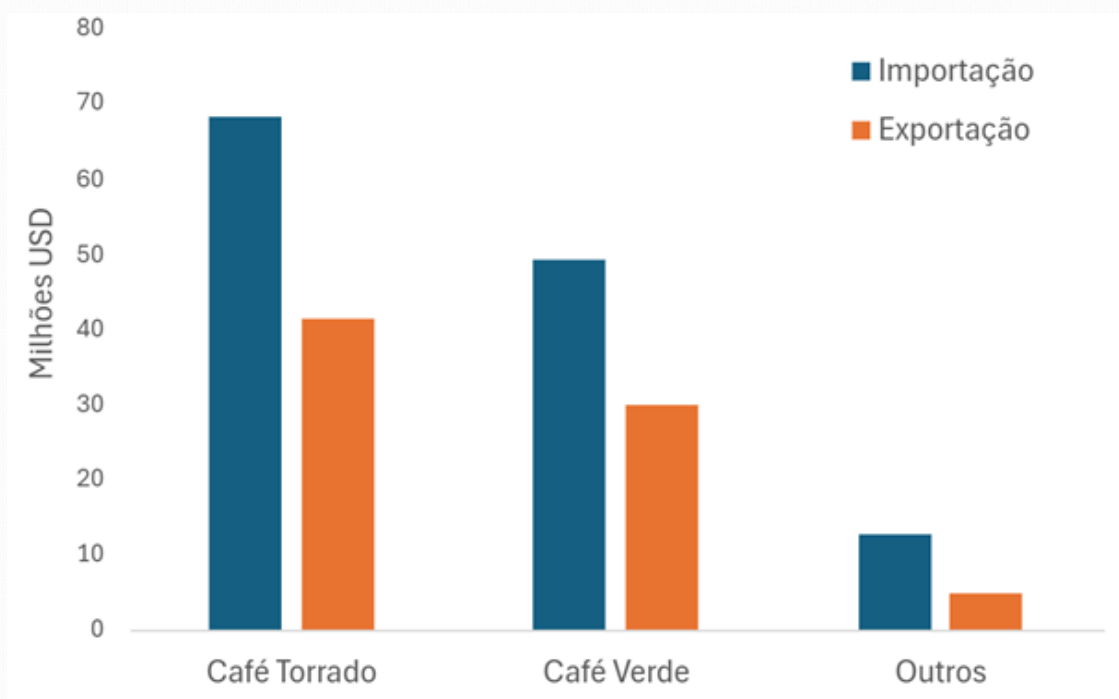


Figura 1. Perfil de importação e exportação de café em Singapura. Fonte: TradeMap (2024)

O café torrado concentrou a maior participação tanto nas importações (52,5%) quanto nas exportações (54,3%), seguido pelo café verde (37,7% e 39,1%, respectivamente), enquanto a categoria “outros” respondeu por 9,7% das importações e 6,51% das exportações. Em relação à balança comercial, no café torrado, as importações somaram USD 68,5 milhões e as exportações USD 41,6 milhões, o que significa uma relação E/I de 60,7%; no café verde, USD 49,3 milhões importados e USD 30,0 milhões exportados, com similar correlação entre exportação/importação (60,9%); e, na categoria outros, USD 12,7 milhões importados e USD 4,989 milhões exportados (E/I de 39,2%).

Ao se analisar especificamente a categoria “café verde”, observa-se que o café do tipo arábica lidera tanto as importações quanto as exportações de Singapura, apresentando uma forte correlação de 83,3% entre os valores importados e exportados. Esse resultado sugere uma dinâmica consistente de internalização e posterior reexportação do produto, alinhada ao papel de Singapura como hub comercial. Em contraste, o café robusta registra correlação significativamente inferior, de apenas 6,2%, indicando padrão comercial distinto, possivelmente mais voltado ao consumo doméstico, à mistura (blends) para torrefação local ou a fluxos menos integrados de reexportação.

No que se refere aos parceiros comerciais, a Indonésia consolida-se como o principal fornecedor de café verde para Singapura, com 41% de participação no mercado, predominando o fornecimento de robusta. O Brasil ocupa a segunda posição, com 15,6% do total importado, sendo o arábica responsável por mais de 80% do valor exportado ao mercado singapurense.

Quanto aos destinos das exportações de café verde a partir de Singapura, a Malásia lidera com 31,4%, seguida por Japão (14%), Filipinas (10%), Estados Unidos (9,7%), Indonésia (7,6%) e Vietnã (5%). A composição desses mercados evidencia a função de Singapura como plataforma de redistribuição para o Sudeste Asiático, ao mesmo tempo em que mantém canais consolidados com mercados maduros e exigentes, como Japão e Estados Unidos.

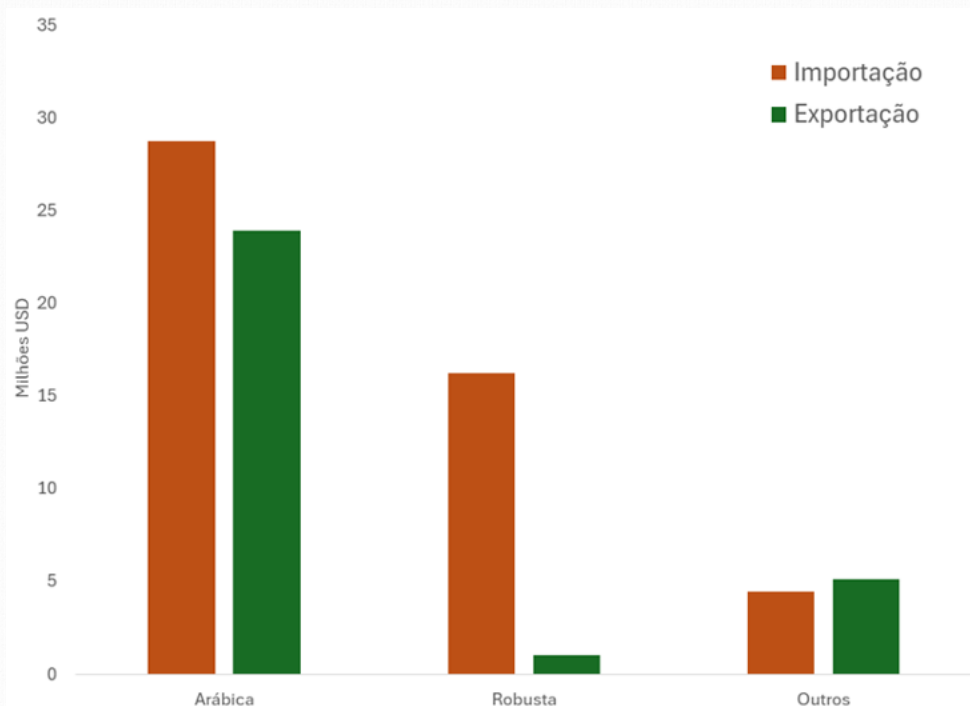


Figura 2. Perfil de importação e exportação de café verde em Singapura. Fonte: TradeMap (2024).

Nos cafés e prateleiras de mercado de Singapura (Figura 3), o café brasileiro já tem reputação consolidada, especialmente no segmento de cafés especiais e single origin. O Brasil é amplamente reconhecido como fornecedor confiável de arábica de qualidade consistente, com perfis sensoriais equilibrados e versáteis, o que favorece sua presença tanto em cafeterias especializadas quanto em torrefações premium. Trata-se de um produto percebido como high-value, associado a escala, profissionalismo produtivo e rastreabilidade, fatores altamente valorizados por importadores e compradores locais. Nesse contexto, o café brasileiro demanda relativamente menos esforço em termos de branding institucional básico, podendo concentrar estratégias de promoção em diferenciação de microlotes, atributos de sustentabilidade e narrativas de origem, em vez de construção primária de imagem ou reputação.



Figura 3. Cafés no mercado de Singapura, com especificação de origem brasileira. Fonte: própria.

Singapura é um país de livre comércio, onde não se aplicam tarifas de importação para a maioria dos produtos, incluindo café.

Todos os alimentos pré-embalados comercializados em Singapura devem cumprir os requisitos de rotulagem previstos no Food Regulations. As diretrizes completas podem ser consultadas no portal da Singapore Food Agency (SFA), disponível em: <https://www.sfa.gov.sg/regulatory-standards-frameworks-guidelines/food-labelling-packaging-guidelines/labelling-requirements-for-food>.

A regulamentação sobre rotulagem é supervisionada pelo Ministério da Saúde (MOH) e pela Health Promotion Board (HPB). Caso haja dúvidas quanto à aplicação das normas, o site da SFA disponibiliza contatos de consultores especializados que podem prestar orientação técnica.

A fim de facilitar a entrada de produtos brasileiros, segue contato de alguns importadores de Singapura:

Nome	Website	Contato
<u>Boncafé Pte</u>	https://boncafe.com/at-home/	salesenquiry@boncafe.com
<u>Cuppachoice International</u>	https://www.cuppachoice.com/	enquiry@cuppachoice.com
<u>Ebenezer Coffee Manufacturer</u>	http://www.ebenezercoffee.sg/	enquiries@ebenezercoffee.sg
<u>Fenixx Pte</u>	http://www.fenixx.com.sg/	bytee@fenixx.com.sg
<u>Kim Guan Guan Coffee Trading</u>	http://www.kinguanguan.com.sg	info@kinguanguan.com
<u>Mellower Coffee</u>	-	regel.chow@mellowercoffee.com
<u>Nestle Singapore</u>	https://www.nestle.com.sg/	sheila.teo@sg.nestle.com
<u>Santino Coffee Specialists</u>	http://www.santino.com.sg/	info@santino.com.sg
<u>Sin Sheng Huat Coffee</u>	-	sinshenghuat@yahoo.com.sg
<u>Yew Lee Coffee & Tea</u>	https://www.ylc.com.sg/	jerry@ylc.com.sg

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