

AGROINSIGHT

Informações de mercado no agro global

Ministério da Agricultura e Pecuária
Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

1



AGRO INSIGHT

UM MUNDO DE OPORTUNIDADES
VOLUME 3

ORIGEM: VEGETAL

2025



MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA
E PECUÁRIA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

Sumário

ÁFRICA DO SUL	5
ANÁLISE DO MERCADO DE PULSES NA ÁFRICA DO SUL	5
ANGOLA	11
OPORTUNIDADE PARA O ÓLEO DE SOJA DO BRASIL	11
ARÁBIA SAUDITA	14
O CONSUMO DE CAFÉ NA ARÁBIA SAUDITA E A PARTICIPAÇÃO BRASILEIRA COM POTENCIAL DE CRESCIMENTO.	14
ARGÉLIA	
O MERCADO DE BANANA E OPORTUNIDADES	18
ARGENTINA	23
NOVAS REGRAS NO SETOR DE FRUTAS E HORTALIÇAS E INOVAÇÃO AGRÍCOLA: DESBUROCRATIZAÇÃO E APROVAÇÃO DE SOJA TRANSGÊNICA	23
AUSTRÁLIA	26
MERCADO PARA ACAÍ NA AUSTRÁLIA	26
BANGLADESH	34
MERCADO DE CASTANHAS E NOZES	34
CANADÁ	39
ELEVAÇÃO DA TARIFAS DE IMPORTAÇÃO DOS EUA TRAZ OPORTUNIDADES PARA PRODUTOS DE ORIGEM VEGETAL DO BRASIL	39
CHILE	41
AMAZÔNIA NO MERCADO CHILENO: EXPLORANDO NOVOS HORIZONTES COMERCIAIS	41
CHINA	44
A PRESENÇA DO CAFÉ BRASILEIRO NA CHINA. CENÁRIO E OPORTUNIDADES	44
COLÔMBIA	55
ANÁLISE SITUACIONAL DO MERCADO DE BIOINSUMOS NA COLÔMBIA E RELATO DE POSSÍVEL OPORTUNIDADE DECORRENTE DO ATUAL MOMENTO VIVIDO NA PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA NO PAÍS	55
COREIA DO SUL	59
O MERCADO DE ETANOL NA COREIA DO SUL: DADOS GERAIS, TARIFAS, QUOTAS TARIFÁRIAS DA OMC E QUOTAS EMERGENCIAIS	59
COSTA RICA	64
O ARROZ BRASILEIRO NA COSTA RICA	64
EGITO	69

MERCADO DO GERGELIM NO EGITO – DEMANDA EM ALTA	69
EMIRADOS ARABES UNIDO	74
ORGÂNICOS BRASILEIROS NOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS: SAÚDE E SUSTENTABILIDADE.....	74
ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA	77
PREÇO E CONSUMO DE CAFÉ NOS EUA	77
ETIÓPIA	81
FLORES	81
FILIPINAS	87
OPORTUNIDADES PARA O BRASIL NO MERCADO DA SOJA NAS FILIPINAS	87
ÍNDIA	99
AAHAR INDIA 2025 – A MAIOR FEIRA DE ALIMENTOS E HOSPITALIDADE DO SUBCONTINENTE.....	99
INDONÉSIA	102
IMPORTAÇÕES DE UVAS PELA INDONÉSIA	102
IRÃ	109
AQUISIÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS POR EMPRESAS ESTATAIS IRANIANAS.....	109
ITÁLIA (FAO)	113
GESTÃO SUSTENTÁVEL DO NITROGÊNIO NA AGRICULTURA.....	113
JAPÃO	117
O POTENCIAL DAS EXPORTAÇÕES DE ETANOL AO JAPÃO	117
MALÁSIA	122
PERSPECTIVAS DO MERCADO DE DDG - DRIED DISTILLERS GRAIN NA MALÁSIA	122
MARROCOS	126
ECONOMIA VERDE NO MARROCOS: NECESSIDADE URGENTE DE AÇÃO	126
MÉXICO E O TEMA DO MILHO TRANSGÊNICO.	129
NIGÉRIA	132
PRODUÇÃO E CONSUMO DE MILHO NA NIGÉRIA.....	132
OMC	135
O COMITÊ DE AGRICULTURA DA OMC COMO FERRAMENTA PARA SUPERAÇÃO DE BARREIRAS ..	135
PERU	144
FEIJÃO - MERCADO PERUANO	144
REINO UNIDO	148
CUSTOS DE INSPEÇÃO DE PRODUTOS VEGETAIS AUMENTAM NO REINO UNIDO: IMPACTO E PERSPECTIVAS	148

RÚSSIA	151
SINGAPURA	154
CAFÉS ESPECIAIS	154
TAILÂNDIA	156
O SETOR DE MANDIOCA NA TAILÂNDIA E AS OPORTUNIDADES DE MERCADO	156
TURQUIA	165
MERCADO DO CAFÉ NA REPÚBLICA DA TURQUIA	165
Jean Pascal Sébah, 1905	166
UNIÃO EUROPEIA	
FRUTAS BRASILEIRAS NA UE: GANHOS E DESAFIOS COM O ACORDO MERCOSUL-UE	171
VIETNÃ	175
PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE PIMENTA-DO-REINO NO MERCADO VIETNAMITA	175



ÁFRICA DO SUL

ANÁLISE DO MERCADO DE PULSES NA ÁFRICA DO SUL

Número: PRE-05-2025

Data: 15/02/2025

Posto: Pretória/África do Sul

Palavras-chave: Pulses, Feijões, África do Sul.

Responsável: Carlos Vitor Müller – Adido Agrícola

SUMÁRIO: Feijões são importantes integrantes da dieta local e vem experienciando uma notável queda no consumo devido à urbanização recente no país. A produção anual média de feijões é de 70.400 toneladas, enquanto o consumo é de 114.828 toneladas, resultando em uma dependência de importações. Os principais fornecedores são Botsuana, Canadá e Zâmbia, com o Brasil na nona posição. Em 2024, as exportações brasileiras de feijões comuns para a África do Sul aumentaram significativamente, atingindo 25 milhões de dólares. As tarifas aplicadas aos pulses brasileiros variam de 0% a 15%, com 10% para feijões comuns. O documento também lista potenciais importadores e distribuidores de pulses na África do Sul.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

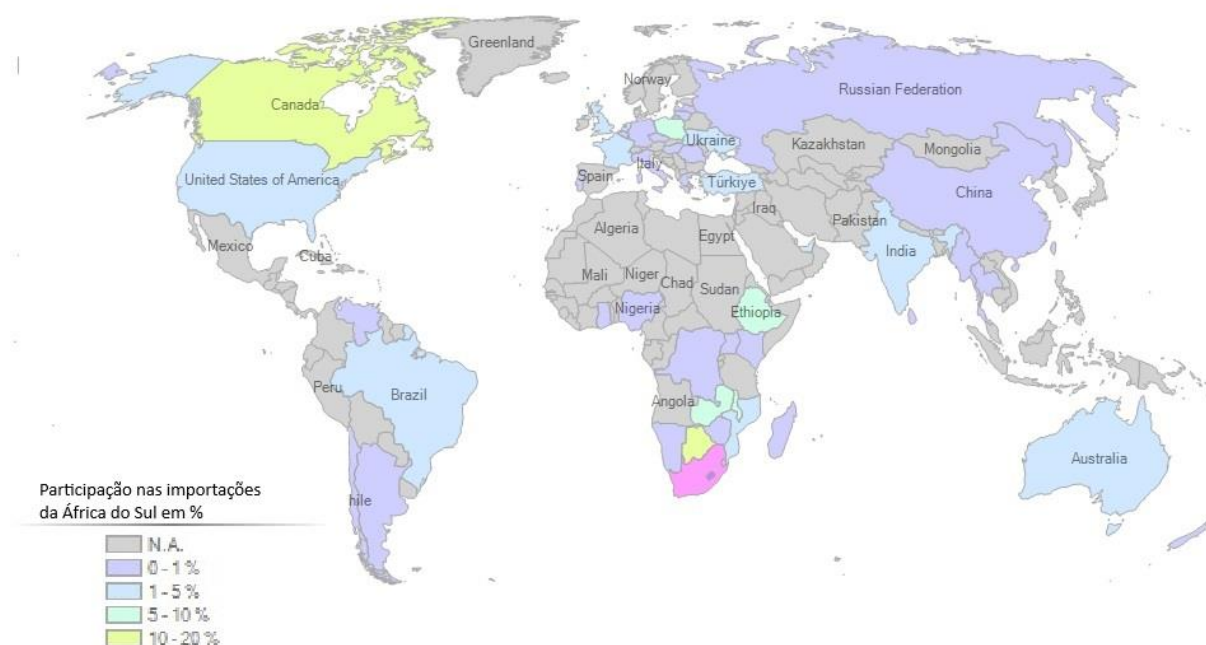
Características de mercado:

Feijões e demais pulses são parte importante da dieta sul-africana, presentes em diversos pratos típicos da culinária local. Apesar de sua importância nutricional e cultural, o consumo de feijões vem caindo nos últimos dez anos, com a crescente urbanização do país que acarreta uma mudança da alimentação para dietas contendo maior quantidade de carboidratos simples e alimentos processados. Feijões brancos, rajados e feijão fradinho são as variedades mais consumidas localmente, a influência da grande população de origem indiana no país impulsiona o consumo de outros pulses como grão de bico, lentilhas e feijão mungo. Os feijões vermelhos rajados dominam a maior fatia do mercado e são principalmente vendidos secos nos supermercados para preparo em casa. Os feijões brancos são usados principalmente para fins de enlatamento e, devido à crescente demanda dos consumidores por alimentos convenientes, há um mercado crescente para esses feijões.

Em média, a África do Sul produz cerca de 70.400 mil toneladas de feijão seco por ano, enquanto o consumo anual médio é de 114.828 mil toneladas. Isso implica que o mercado local de feijão seco é capaz de suprir apenas cerca de 61% das necessidades de consumo doméstico, enquanto o restante é importado.

Mercado externo:

Imagem: Origem das importações de pulses da África do Sul, em %.



Fonte: UN TradeMap.



6

Os principais fornecedores de feijões e pulses para o mercado local são Botsuana, Canadá, Zâmbia, Polônia, Malawi e Etiópia. O Brasil figura na nona posição neste ranking.

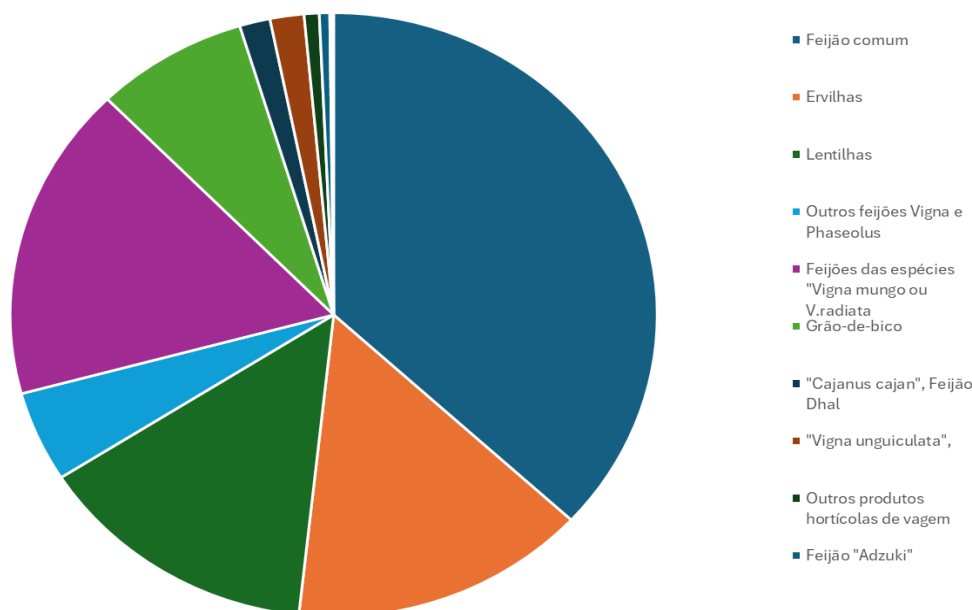
Tabela: Origens das importações de feijões e pulses da África do Sul em 2023.

	Valor (em milhares de US\$)	Toneladas
Mundo	38.066	44501
Botsuana	5.741	8944
Canadá	5.568	6931
Zâmbia	3.465	2897
Polônia	2.928	2227
Malawi	2.262	3576
Etiópia	2.038	2502
Ucrânia	1.835	2714
Índia	1.780	1319
Brasil	1.736	1389
Emirados Árabes Unidos	1.580	1662

Fonte: UN TradeMap.

Os principais pulses importados são o feijão comum, ervilhas, lentilhas e o feijão mungo, conforme demonstrado no gráfico abaixo.

Gráfico: Proporção das importações de pulses da África do Sul em 2023.



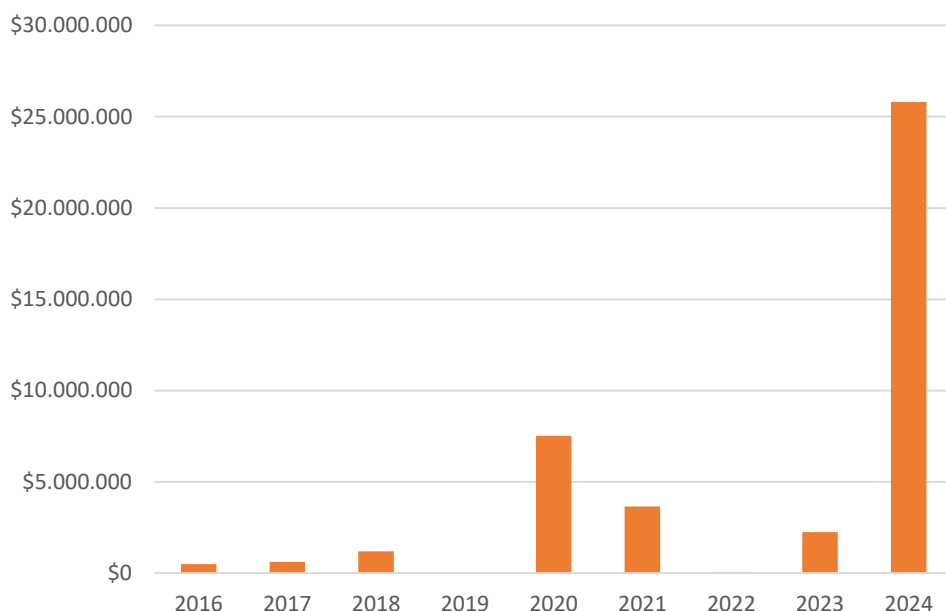
Fonte: UN TradeMap.



As exportações brasileiras estão atualmente concentradas nos feijões comuns, do gênero *Phaseolus*. Em 2024 ocorreu um salto nas exportações, que atingiram o valor de 25 milhões de dólares, impulsionadas pela redução de estoques regionais e frustrações de safras nos principais fornecedores da região sul da África. Importante destacar que o país configura-se como hub logístico para toda a região sul da África, importações de grãos costumam abastecer os estoques sul-africanos e atuar na regulação da oferta regional, dada a melhor condição de comercialização da África do Sul com mercados externos.



Gráfico: Exportações brasileiras de feijões comuns para a África do Sul ao longo dos anos em dólares americanos.



Fonte: ComexStat MDIC.

As tarifas aplicadas aos pulses de origem brasileira variam de 0% para as lentilhas a 15% para favas. Dentre os principais produtos destas categorias exportados pelo Brasil ao mundo, destacam-se os feijões comuns, Feijões caupi e feijão mungo, para estes casos a tarifa aplicada pela África do Sul é de 10% *ad valorem*.

Potenciais importadores:

Na tabela abaixo são listados potenciais importadores e distribuidores de pulses na África do Sul. Cabe ressaltar que se trata de uma lista meramente exemplificativa, que pode variar conforme a localidade e as dinâmicas dos mercados, não representando qualquer tipo de indicação, chancela ou recomendação da adidância.



EMPRESA	CONTATO	EMAIL	FONE DDI (+27)
AB GANI WHOLESALE PRODUCE	Ahmed Gani	aagani@telkomsa.net	017-8431625
ADVANCE GRAIN CC	Brian Lever	seedjhb@iafrica.com	011-7625261
AFRICAS OWN FOOD	Cecil Groenewald	cecil@24-7comm.co.za	057-2151267
AFRICAN FOODS	Riaan van der Walt		082 375 4504
AFRICAN GRAIN	Jaco Jacobs	jacojacobs@tiscali.co.za	013-6654479
AKFA FOODS	Farhad Abdoola		033-3873837
BEAN-AGRI TRADING CORP OF SA	Nico Grobelaar	njg6@telkomsa.net	011-8677960
BEANEX	Claus Coetzee	commodities@beans.co.za	012-3251850
BEANUTZ CC	Lilly Henson		011-8381325
BEN METTER RICHTER	Johan Pheiffer	benmet@iafrica.com	011-4535163
BESTER VOER & GRAANBEURS (PTY) LTD	Vanessa McKibbin	vanessa@bester.co.za	021-8877188
CAMPO TRADING	Paul Pretorius	campo@hixnet.co.za	011-9551819
CROSSBOW INDUSTRIES	Alex Zingol	alex@crossbow.co.za	031-4681210
CURRIE'S POST INTERNATIONAL	John Chapman	jon@curriespost.co.za	031-7659500
DELMAS SAAD	Chris Berrange		013-6652907
ELTRADE AFRICA	Mike Cradock	mikec@eltrade.co.za	043-7260865
EURO-AFRICA (PTY) LTD	Bradley Lever	blever@iafrica.com	011-7625261
F R WARING INTERNATIONAL	Piers Sanford	psanford@frwaring.co.za	012-6668135
GOLDEN DICE FOODS	Johan Wehmeyer	gdf@mweb.co.za	011-8141850
GOLDKEYS PREPACKS	Abdulla Ally	abdulla@goldkeys.co.za	031-3377648
HARVESTERS	Alistair Wheatley	alistair@harvesters.co.za	011-4945170
J F R MARKETING	Koos Ras	preciosa@global.co.za	012-8070741
JLR INTERNATIONAL SERVICES	Lourens Retief	services@jlr.co.za	031-2055441
JOSH LEVY	Abdul Cassim	prakash@joshlevy.co.za	018-2934300
TIGER FOOD BRANDS	Ivor Lamont	ivor.lamont@tigerbrands.com	021-5066366
KAPITANS PACKAGING	Keith Forgan		041-4564066
KIMBERLEY GRAIN COMMODITIES (PTY) LTD	Hennie Engelbrecht	kbygrain@mweb.co.za	053-8314770
KLEIN KAROO KOÖPERASIE	David Malan	kleinkaroo.saad@mweb.co.za	044-2035259
L COHEN & CO	Jan Le Hman		011-8143052
L H C VOERE	Mev L Moore		012-5612530/2
MYN TRADING ENTERPRISES	Mubeen Noorbhai	myntrading@telkomsa.net	011-8521871
NATAL DRY BEANS	Ahmed Abdoola		033-3871594/5/6
NWK BEPERK	Kobus v/d Berg	kvdberg@nwk.co.za	018-6331017
OLAM FOODS	Michael Schmidt	michael@olam.co.za	031-3121566
PAKCO	Sham Naidu	shamn@pakco.co.za	032-5331050
PIONEER FOODS / SASKO	Abé van Niekerk	avannie2@pioneerfoods.co.za	022-4827237
POPKING	Madelein Lamley	info@biggi.co.za	053-2030403
PIONEER FOODS	AG van Niekerk	avannie2@pioneerfoods.co.za	022-4827237
PIONEER FOODS	Elizabeth Mac Gregor		021-8075841
PRIDE MILLING	Henriette Wentzel	hwentzel@pridemilling.co.za	017-6830050
PROGRESS MILLING	Eric Platt	platte@iafrica.com	01582973452
RENAISSANCE COMMODITY HOLDINGS (PTY) LTD	Paul Couzyn	chrstlg@rencomhol.com	012-3251853/4
RETRADCO (TRADEMORE)	Ben Brasq	retradco@iafrica.com	011-7282729
RHINO PROPS	Johan Slabbert	rhinoprops@xsinet.co.za	018-6320990
RIVERWALK SEED & GRAIN	Grant Lyons	grant@exinet.co.za	021-8729849
ROODEDRAAI WHOLESALERS CC	B Chothia	rwptyltd@mweg.com	017-7851006
S & K PACKAGING	Mr Sandler	danmalt@netactive.co.za	017-6830256
SOLPAK DISTRIBUTORS	I Moosa	solpak@saol.com	039-6824048
SURPLUS GRAIN TRADERS	Johan Nel	xinxan@iafrica.com	011-6135955
TIGER FOOD BRANDS	Rikus van Tonder	rikus.v.tonder@tigerbrands.com	021-5066337

AGROINSIGHT

Informações de mercado no agro global

Ministério da Agricultura e Pecuária
Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

TRANSVAAL GRAIN ENTERPRIZES	Mohammed Vally	031-5008889
TRIOTRADE	Hannes Koen	012-8039336/8
TSWANA MEULE (BRENNCO)	Koos Odendaal prepack@mweb.co.za	7110478 (Tswana)
UMGENI PRODUCTS	Seelan Nair seelan@umgeni.com	032-9472261
VALBROS	Vally (Jnr)	013-2351258
VAN'S PREPACKER	Charles van Wyk ajdfarms@lantic.co.za	013-2462244
VIKING HOLDING PTY) LTD	Robin Feldsman	012-3467496



10



MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA
E PECUÁRIA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

ANGOLA

OPORTUNIDADE PARA O ÓLEO DE SOJA DO BRASIL

Número: LUA-03-2015

Data: 17/03/2025

Posto: Luanda/Angola

Palavras-chave: óleos vegetais; óleo de soja

Responsável: José Guilherme Tollstadius Leal

SUMÁRIO: Com importação de 187 mil toneladas (US\$ 271 milhões) de óleos vegetais, Angola pode ser destino para óleo de soja brasileiro. A demanda por óleo de soja atualmente tem sido abastecida por produtos da Argentina, Portugal e Malásia.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



INTRODUÇÃO

Óleos alimentícios (ou alimentares) estão classificados como produtos essenciais, fazendo parte da certa básica angolana.

O país importou, no ano de 2024, US\$ 271,3 milhões em óleos vegetais, com destaque para de óleo de palma e de soja.

O Governo de Angola tem incentivado a indústria de alimentos no país nos últimos anos. Existem unidades de refino de óleos vegetais em funcionamento, mas que dependem de matéria-prima importada.

A produção de soja é recente em Angola, com área estimada em 20.000 hectares. Existem áreas com maciços de palma, mas a produção é basicamente extrativista e artesanal.

DESENVOLVIMENTO

Angola importou 187, 6 mil toneladas de óleos vegetais no ano de 2024, ao valor de US\$ US\$ 271,3 milhões. O óleo de palma correspondeu a 61% da quantidade importada e o de soja 36%, conforme dados da Administração Geral Tributária (AGT) compilados no quadro 1:

código	descrição	quantidade (ton)	valor (US\$)
15.07	Óleo de soja	66.675	125.450.265,00
15.11	Óleo de palma	115.376	131.199.991,70
15.12	Óleo de girassol	2.436	2.303.161,17
15.13 / 15.14 / 15.15	Outros óleos vegetais	796	925.802,39
15.09 / 15.10	Azeite de oliva e óleos compostos	2.412,42	11.464.393,71
Total		187.695,60	271.343.613,97

Quadro 1 – Angola - importação de óleos vegetais - 2024

Analisando os dados referentes ao óleo de soja, 73% das importações foram de **óleo em bruto, mesmo degomado** (código 1507.10.00) e 22% de **outros óleos de soja** (1570.90.00). Os principais países fornecedores são a Argentina, com 33% da quantidade importada, Portugal, com 26%, e Malásia, com 22%.

O Brasil exportou para Angola apenas 1.696 toneladas de óleo de soja em 2023, correspondendo a US\$ 2,5 milhões (dados da AGT) e em 2024 a quantidade exportada foi ínfima.

Angola conta com duas refinarias de óleos vegetais em funcionamento e duas empresas que se dedicam ao envase. Existem também pequenas extrusoras de soja no país, sendo que uma destas faz refino e envase. As duas unidades de refino passarão a operar também com esmagamento de soja e outra unidade fabril está em construção, devendo começar a funcionar ainda em 2025.



A produção de soja no país ainda é pequena (20.000 hectares cultivados na safra 2024/2025) e são poucos os investimentos em plantios comerciais de palma.

O Governo de Angola estima que as indústrias locais produziram 80 mil toneladas de óleos vegetais em 2024, sendo que a grande maioria da matéria-prima foi importada.

O contexto acima descrito, indica que as unidades de produção de óleos vegetais em Angola dependerão da importação de matérias-primas, ao menos no médio prazo.

Angola não utiliza biodiesel em mistura com o óleo diesel, portanto, não existe, no momento, demanda interna para utilização de óleos vegetais na fabricação de combustíveis.

O país está reformulando a estratégia para biocombustíveis, que poderá criar uma demanda no futuro. Existe uma iniciativa de produção de matéria-prima para biodiesel, visando exportação para União Europeia. Estão sendo fomentados os cultivos de girassol e mamona para abastecer essa exportação de biodiesel.

CONCLUSÃO

O mercado de Angola para óleos vegetais importados é de US\$ 271 milhões (2024).

A importação de óleo de soja foi de 66,7 mil toneladas e U\$ 125 milhões, em 2024. O Brasil não tem exportado grandes quantidades para Angola, que se abasteceu com óleo de soja proveniente da Argentina, Portugal e Malásia.

A tarifa de importação (direto de importação) é de 10% para óleo bruto e 40% para óleo refinado.

O mercado está aberto para o produto do Brasil.

Considerando a demanda da indústria de refino e envase de óleos vegetais de Angola, existe oportunidade para que os produtos do Brasil, destacadamente óleo de soja, venham a ocupar maior participação no mercado angolano.



ARÁBIA SAUDITA

O CONSUMO DE CAFÉ NA ARÁBIA SAUDITA E A PARTICIPAÇÃO BRASILEIRA COM POTENCIAL DE CRESCIMENTO.

Número: RIADE-06-2024

Data: 12/03/2025

Posto: RIADE/ARÁBIA SAUDITA

Palavras-chave: café; potencial; mercado saudita

Responsável: Adriano Perrelli Pestana de Castro

SUMÁRIO: O mercado de café na Arábia Saudita experimentou um crescimento significativo nos últimos anos. Dados indicam que o consumo de café no país aumentou cerca de 4% ao ano entre 2016 e 2021, e a expectativa é de que cresça mais 5% anualmente até 2026. O Brasil se destaca como um dos principais exportadores de café para a Arábia Saudita. Em 2024, as exportações brasileiras para o mercado saudita totalizaram aproximadamente US\$ 73 milhões. É evidente que o mercado de cafés na Arábia Saudita está em expansão. O aumento no consumo de café está relacionado a uma mudança nos hábitos de consumo, impulsionada pela população mais jovem, além da popularização de cafeterias "ocidentais" e cafés especiais. Assim, observa-se um aumento crescente na demanda por diversos tipos e origens de café (incluindo tanto grãos tradicionais quanto especiais), o que representa uma grande oportunidade para ampliar a participação brasileira no mercado saudita.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



14

1) Importações sauditas no comércio internacional de café:

A Arábia Saudita importou valores próximos de USD 480 milhões em café no comércio internacional, conforme os últimos dados divulgados no sistema *ITC trademap*.

No ano de 2023, o Brasil ocupou a segunda posição, com participação de 6% nas exportações de café ao Reino, em termos de valores, atrás apenas da Etiópia (48%) – Tabela 1.

Obs: Dados do ano de 2024 das Importações da Arábia Saudita ainda não disponíveis no sistema *ITC trademap*.

Exporters	Select your indicators	
	Value imported in 2023 (USD thousand)	Share in Saudi Arabia's imports (%)
World	490434	100
Ethiopia	235514	48
Brazil	31297	6.4
Netherlands	24005	4.9
Colombia	23358	4.8
India	21136	4.3
United States of America	18359	3.7

Tabela 1. Importações da Arábia Saudita de café, em valores (mil USD), em 2023 (Fonte: ITC trademap).

As importações sauditas de café apresentam um crescimento contínuo, em valores, desde 2019 no comércio internacional (Tabela 2).

Os dados dos dois últimos anos divulgados, 2022 e 2023, apresentaram uma variação de 5%.

Exporters	Imported value in 2019	Imported value in 2020	Imported value in 2021	Imported value in 2022	Imported value in 2023
World	247471	281404	352552	466574	490434
Ethiopia	134175	135840	161270	212618	235514
Brazil	9572	13844	20690	31599	31297
Netherlands	3462	4057	9924	13377	24005
Colombia	4275	8844	15548	23969	23358
India	10721	8916	20055	18878	21136
United States of America	5093	7205	8892	16737	18359
Italy	13599	13958	17282	17573	18151
Canada	8960	2571	5102	18443	16626
Switzerland	1011	14577	19868	19840	14336
Yemen	12601	14835	16804	15299	12553
United Kingdom	5912	7947	8140	5918	8982

Tabela 2. Importações da Arábia Saudita de café, em valores (mil USD), de 2019 a 2023 (Fonte: ITC trademap).

2) Participação brasileira no mercado saudita – café:

O Brasil figura entre os principais exportadores de café ao Reino da Arábia Saudita (segundo principal exportador). Em 2024, o Brasil exportou, aproximadamente, US\$ 73 milhões em valores de café ao mercado saudita (aprox. 12 mil toneladas) - Tabela 3.



Produto	Ano Bloco/País	2023		2024	
		Valor(US\$)	Peso(Kg)	Valor(US\$)	Peso(Kg)
Totais		41,280,996	8,900,602	73,438,462	12,963,832
(1º Nível) CAFÉ	(PAIS) - ARABIA S	41,280,996	8,900,602	73,438,462	12,963,832

Tabela 3. Exportações brasileiras de café 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 em café ao Reino, em valores, US\$ 73,4 milhões em 2024 ante US\$ 41,2 milhões em 2023. Dessa forma, uma variação positiva de 78%. (Em relação especificamente ao café verde e café torrado, US\$ 49,1 milhões em 2024 ante US\$ 28,2 milhões em 2023, sendo uma variação de 74%) -Dados Agrostat.

Em relação ao Brasil, as exportações ao mercado saudita correspondem, em sua maioria, ao café verde (grão cru) da espécie arábica.

3) Potencial de exportação de café brasileiro ao mercado saudita:

Conforme dados presentes no sistema ITC *Export Potential Map*, o Brasil apresenta potencial não realizado para crescimento das exportações ao mercado saudita de café em grãos, segundo informações abaixo (dados retirados do website Export Potential Map em 11/03/2025):

090111 Coffee, not roasted, not decaffeinated

Export potential \$61 mn

Actual exports \$23 mn

Unrealized potential remaining \$38 mn

De acordo com o *Export Potential Map*, o Brasil tem um potencial em valores próximos a US\$ 38 milhões para crescimento das exportações de café em grãos à Arábia Saudita. Isto significaria aproximadamente uma variação de 65% dos valores das exportações reais.

Lembrando que o valor das exportações reais (actual exports) é calculado como uma média aritmética de dados diretos e espelhados ao longo dos últimos cinco anos. Assim como, o potencial realizado (export potential) capta até que ponto o potencial de exportação já foi utilizado para este produto, mercado ou fornecedor e que o valor potencial não realizado (unrealized potential remaining) sinaliza espaço para o crescimento das exportações conforme diversos fatores.



4) Mercado de café na Arábia Saudita e consumo:

O mercado cafeeiro na Arábia Saudita cresceu consideravelmente nos últimos anos. Dados de mercado mostram que o consumo de café na Arábia Saudita cresceu aproximadamente 4% ao ano entre 2016 e 2021 e deve aumentar mais 5% ao ano até 2026. Esses dados indicam que o país saudita possui um alto consumo *per capita* de café, com mais de 80.000 toneladas consumidas anualmente e posicionando o Reino entre os 10 maiores países do mundo em termos de consumo.

De acordo com o Ministério da Agricultura saudita, o mercado saudita importa aproximadamente 70.000-90.000 toneladas de café todos os anos. Em média, os sauditas gastam mais de SAR 1 bilhão em café (aprox. 226 milhões de dólares), o que se torna um grande incentivo para aumentar o cultivo de café no país.

Recentemente, o Fundo de Investimento Público (PIF) do Reino da Arábia Saudita lançou a *Saudi Coffee Company*, com o objetivo de desenvolver a indústria cafeeira local por meio da agricultura sustentável, da promoção do consumo e de técnicas modernas de cultivo e de acordos comerciais. Essa ação estaria alinhada com a estratégia do PIF que se concentra no desenvolvimento e capacitação de setores considerados promissores pelo governo saudita, incluindo alimentos e agricultura, como parte de esforços mais amplos para diversificar as fontes de renda da economia local.

5) Considerações:

As exportações brasileiras de café ao Reino no comércio internacional alcançaram valores de US\$ 73,4 milhões em 2024 ante US\$ 41,2 milhões em 2023, correspondendo uma variação positiva de 78%. Nos últimos anos, as importações sauditas de café no comércio internacional, em valores, apresentaram crescimento contínuo. O Brasil é um dos principais exportadores de café ao mercado saudita, atrás apenas da Etiópia.

De acordo com o sistema ITC *Export Potential Map*, o Brasil tem potencial em aumentar, em valores, as exportações ao mercado saudita especialmente de café em grãos.

Vale destacar que o mercado saudita de cafés está em expansão neste país. O aumento no consumo de café no país estaria associado à mudança de hábito de consumo, impulsionada pela população mais jovem, e à popularização de cafeterias "ocidentais" e de cafés especiais. Observa-se, assim, um crescente aumento da demanda por diferentes tipos e origens de cafés (tanto grãos tradicionais quanto especiais).

Mesmo diante do estímulo do governo saudita em desenvolver a produção local de café, nota-se que este mercado possibilita uma maior participação dos produtos brasileiros e que as ações de promoção, como participação em feiras e exposições no país, poderão impulsionar ainda mais a presença do café brasileiro no mercado saudita.



ARGÉLIA

O MERCADO DE BANANA E OPORTUNIDADES

Número: ARGEL-04-2025

Data: 03/03/2025

Posto: Argel/Argélia

Palavras-chave: Argélia; exportação; banana

Responsável: Luciana Pich Gomes – Adida Agrícola em Argel

SUMÁRIO: Estremecimento de relações diplomáticas e comerciais entre a Argélia e o Equador pode se tornar uma oportunidade de novo mercado de exportação de banana do Brasil.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR/SERVIDORA DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO





19

A República Argelina Democrática e Popular é o maior país africano em extensão territorial. Dono de grandes reservas de hidrocarbonetos, a economia argelina se baseia na exportação de petróleo, gás natural e fertilizantes, colocando-o em primeiro lugar no Índice de Desenvolvimento Humano na África continental. Entretanto, por grande parte de seu território ser coberto pelo Saara e os desafios inerentes à produção agrícola em regiões desérticas, o país possui produção agropecuária insuficiente para atendimento das demandas internas, o que gera uma alta necessidade de importação.

CONTEXTO POLÍTICO

Sob a presidência de Abdelmadjid Tebboune, a Argélia passou a adotar uma política mais assertiva em relação ao Saara Ocidental, intensificando seu apoio à Frente Polisário e desafiando ativamente a soberania marroquina sobre o território.

Em outubro e novembro de 2024, a Argélia decidiu suspender suas relações comerciais com o Equador e o Panamá, duas nações que recentemente mudaram sua posição a favor do Marrocos em relação ao Saara Ocidental.

E A BANANA COM ISSO?

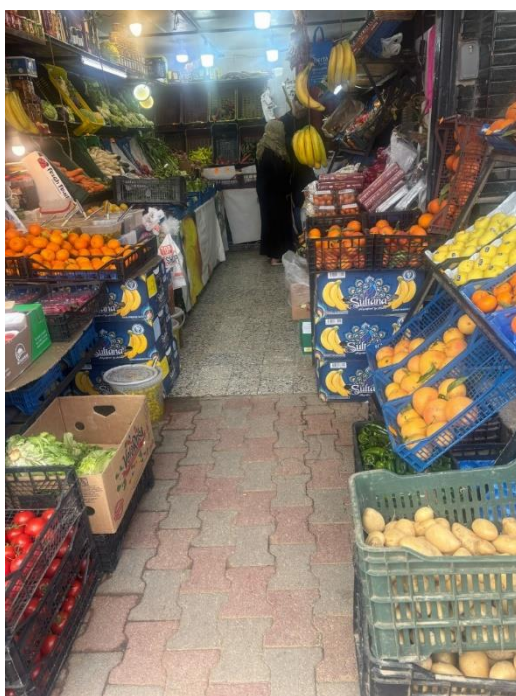


Figura 1 Loja de frutas e legumes em Argel onde se observa caixa de banana do Equador. Fonte: a autora 2025.

A decisão de suspender as relações comerciais com o Equador traz consequências imediatas para a economia argelina. Em 2023, conforme dados do TradeMap, a Argélia importou cerca de US\$ 135 milhões em bananas, quase que integralmente provenientes do Equador. Como efeito da suspensão, muitos operadores econômicos tiveram negada a autorização de débito direto para a importação das bananas equatorianas. Embora ainda haja risco de desabastecimento, as bananas do Equador continuam sendo encontradas em mercados e feiras na Argélia.

No entanto, o preço da banana aumentou consideravelmente e os importadores enfrentam dificuldades para encontrar fornecedores alternativos. Potenciais parceiros, como as Filipinas e a Costa Rica, não possuem a infraestrutura logística necessária para atender à demanda do mercado argelino. Essa situação é agravada pela recusa da Argélia em permitir transbordos pelo porto marroquino de Tânger.

O MERCADO DA BANANA

A banana apresenta um potencial de exportação estimado até 2029 de US\$ 550,4 mil. Existem iniciativas de plantação local, com o uso de mudas importadas da Turquia e cultivo em estufas, com alto custo energético para manutenção da temperatura e umidade ideal para as plantas. Atualmente o preço do quilo está em torno de 250 dinares argelinos (US\$ 1.85), mas em 2017 chegou a 900 DA (US\$ 8.25 de acordo com a cotação à época).

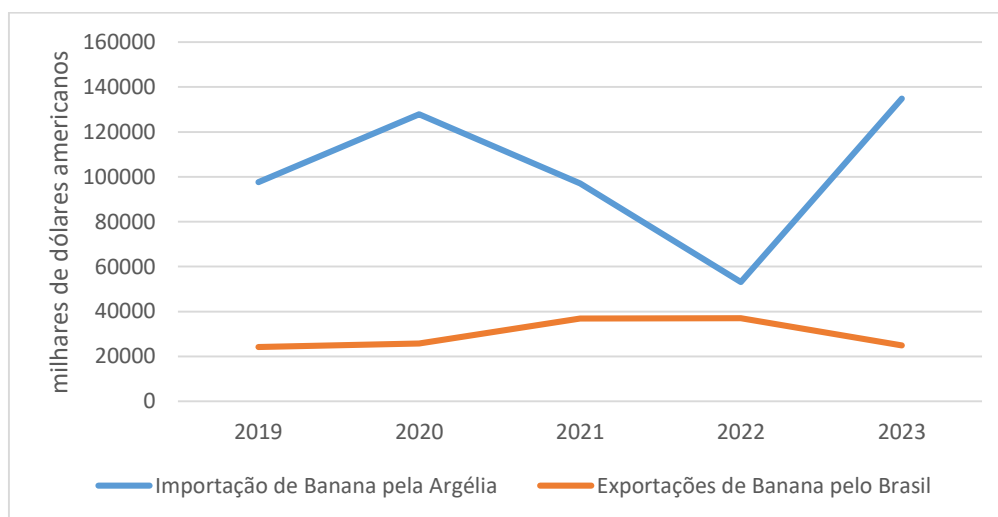


Figura 2 Comparação entre exportações de banana pelo Brasil e importações da fruta pela Argélia de 2019 a 2023, em milhares de USD, com base em dados obtidos do TradeMap.

REGULAMENTAÇÃO

A legislação da Argélia exige que as frutas e os vegetais frescos liberados para consumo devem, desde que possível, estar inteiros e limpos, livres de umidade externa ou traços de produtos de tratamento, saudáveis e livres de ataques de insetos ou doenças, livres de defeitos que prejudiquem a comestibilidade ou a aparência, com um grau adequado de desenvolvimento e maturação, removidos de todas as partes não comestíveis, exceto quando necessário para preservação, proteção do produto ou apresentação tradicional, como cachos, e não devem apresentar nenhum odor ou sabor anormal, nem danos internos ou externos graves.

A legislação argelina exige a rotulagem adequada das caixas de transporte, contendo a espécie e a variedade das bananas, assim como a identificação do produtor, exportador e importador.



O QUE FAZER

O Ministério da Agricultura e Pecuária entrou em contato com o Ministério da Agricultura, do Desenvolvimento Rural e da Pesca da Argélia solicitando informações sobre as exigências fitossanitárias específicas para propiciar o acesso da fruta brasileira ao mercado argelino. Aguardamos manifestação por parte das autoridades argelinas.



TAXAS DE IMPORTAÇÃO

As cargas são sujeitas aos seguintes Impostos *ad-valorem*: D.D 30,00% (direitos alfandegários), PRCT 2,00%, S.C.T. 3,00% (taxa de contribuição solidária) e IVA 19,00% (imposto sobre valor agregado).

DOCUMENTOS TÉCNICOS E ADMINISTRATIVOS

Para importação da banana proveniente do Brasil, uma vez acordado o certificado fitossanitário internacional, o importador deverá apresentar à alfândega uma declaração de importação do produto, o Certificado Fitossanitário do país de origem, uma Autorização de admissão do produto e a Autorização de livre circulação.

O pedido de autorização técnica prévia deverá ser apresentado aos departamentos competentes do Ministério da Agricultura e Desenvolvimento Rural, pelo menos 30 (trinta) dias antes da data planejada para a importação. Os departamentos competentes do Ministério da Agricultura e do Desenvolvimento Rural devem tomar uma decisão no prazo de 21 (vinte e um) dias a partir da data de apresentação da solicitação.

A autorização técnica prévia de importação é emitida pelo Ministro da Agricultura a pedido do importador.

As frutas frescas importadas devem ser provenientes de áreas reconhecidas como livres do piolho de San José (*Quadraspidiotus perniciosus*) e da mosca da fruta natal (*Ceratitis rosa*) durante inspeções regulares realizadas três (3) meses antes da colheita e submetidos a inspeção oficial pré-embarque atestando sua ausência bem como de qualquer outro organismo não quarentenário regulamentado.

A importação e a exportação de todas as plantas, produtos vegetais e materiais vegetais estão sujeitas a controle fitossanitário, realizado pelos serviços de inspeção veterinária nas fronteiras (artigos 15 e 23 da lei nº 87-17 de 01 de agosto de 1987/artigo 2 do decreto executivo nº 93-286 de 23 de novembro de 1993). Os postos de fronteira onde são realizados controles fitossanitários (importação-exportação) são o aeroporto Mohamed Khider (Biskra) e os portos de Djendjen (Jijel) e Arzew (Oran).

LISTA DE IMPORTADORES ARGELINOS

Na tabela abaixo são listados potenciais importadores e distribuidores de banana na Argélia. Cabe ressaltar que se trata de uma lista meramente exemplificativa, que pode variar conforme a localidade e as dinâmicas dos mercados, não representando qualquer tipo de indicação, chancela ou recomendação da adidância agrícola ou do Ministério da Agricultura.





EMPRESA	RESPONSÁVEL	CONTATO
EURL BELLI IMPORT EXPORT	Mr. Amor Belli	Tel.: 213 29285497 ; 213 661579571
EURL EL ISTIBREK	Mr. Hocine Mokeddem	Tel.: 213 45718259 ; 213 552013133
EURL THE AVERAGE LINE	Sr Mohamed Amine Djerroudi	Tel.: 213 661 83 00 45 E-mail: agroalimentairefruits@gmail.com
EURL RAFIF	Mr. Mallem Souad	Tel.: 213 31924972 / 213 550071123
EURL SI MOSTAFA	Mr. Mohamed Kacemi	Tel. : 213 43743209 / 213 661227092
FRUITS AYMEN		Tel.: 213 661 718 012 E-mail : rachid.nabi@fruitsaymen.com Site Web : www.fruitsaymen.com
FL MED		Tel.: 213 6 68 11 36 03 E-mail: flmed23000@gmail.com
KENZA FRUITS	Ouahss Sid Ali	Tel.: 213 7 72 74 78 53 / 213 25 46 00 26 Fax: 213 25 46 93 31 E-mail: sidfruit@yahoo.fr
SARL AGROTRADIMEX	Mr. Omar Adjeneq	Tel.: 213 552504558 ; 213 664741999 http://www.agrotradimex.wix.com/agrotradimex
SARL AGROBOER	Sr. Meziane Khaled	Tel.: 213 666.89 50 50/ 557.166.243 E-mail: agroboer@yahoo.com
SARL ALDIMEX NEGOCE	Sra. Moulay Nabila	Tel.: 213 34 17 53 15 E-mail: m.nabila@aldimexgroup.com
SARL BAOUANE MALOUM IMPORT EXPORT	Sr. Farid Baouane Farid	Tel.: 213 550 59 38 88 E-mail: info@baomal-impex.com
SARL COMAGRO IMPORT/EXPORT	Sr. Lahiani Brahim	Tel.: 213 0770588895 E-mail: lahanib@icloud.com
SARL INTERNATIONAL BUSINESS TRADING IMP EXP	Sr. Abderahmane Dahmane	Tél : 213 661 61 35 56 E-mail : twisltd@hotmail.com
SARLL3 IMPORT/EXPORT	Sr. Lahiani Mohamed	Tel.: 213 7705887/025277156 E-mail: eurl3@hotmail.com
SARL NAOURASS	Mr. Nouredine Boudebouz	Tel.: 213 660423030
SARL ZMA	Sr. Moussaoui	Tel.: 213 550 43 78 61 E-mail: dahmanemoussaoui@live.fr
TOP WORLD INTERNATIONAL SOURCES LIMITED	Dahmane Abderahmane	Tel.: 213 661 61 98 21 Fax: 213 25 41 48 18 E-mail: twisltd@hotmail.com

ARGENTINA

NOVAS REGRAS NO SETOR DE FRUTAS E HORTALIÇAS E INOVAÇÃO AGRÍCOLA: DESBUROCRATIZAÇÃO E APROVAÇÃO DE SOJA TRANSGÊNICA

Número: BUE-03-2025

Data: 17/03/2025

Posto: Buenos Aires/Argentina

Palavras-chave: Embalagem, armazenamento, frutas, hortaliças, inovação agrícola, transgenia, nova variedade de soja, Argentina

Responsável: Andrea Claudia Parrilla – Adida Agrícola em Buenos Aires

SUMÁRIO: Os regulamentos para armazenamento, embalagem e cadeia de frio de produtos frutihortícolas foram unificados e atualizados na Argentina, além de eliminadas as fiscalizações realizadas pelo Serviço Nacional de Sanidade e Qualidade Agroalimentar (SENASA) nesse setor, mediante a Resolução 21/2025 de janeiro. Foi autorizado o registro de uma nova variedade de soja geneticamente modificada (C2550E) no Registro Nacional de Cultivares Argentino.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



A Secretaria de Agricultura, Pecuária e Pesca estabeleceu um novo marco regulatório, aplicável pelo (SENASA), para estabelecimentos dedicados ao acondicionamento, embalagem e cadeia de frio de frutas, hortaliças, aromáticas, cogumelos, algas e sementes comestíveis.

A nova Resolução 21/2025 unifica e atualiza normas que estavam desatualizadas há quase 30 anos. Os objetivos são garantir a inocuidade dos produtos, minimizar riscos de contaminação, promover práticas sanitárias modernas e, principalmente, a rastreabilidade.

As principais alterações que trata esse Decreto são eliminação da:

- Necessidade de solicitar a habilitação e a renovação anual de estabelecimentos;
- Autorização de colheita, permitindo o produtor escolher a época da colheita;
- Normativa relacionada as embalagens, que passam a ser definidas pelos produtores;
- Restrição à exportação por tipologia de fruta, anteriormente só era permitida a exportação de frutas *premium*.

Além disso, os estabelecimentos continuam a cumprir as condições estabelecidas nos acordos internacionais vigentes aplicáveis ao país de destino.



24



INASE autoriza registro de nova soja geneticamente modificada

O Instituto Nacional de Sementes da Argentina (INASE), órgão descentralizado da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Pesca do Ministério da Economia, autorizou a inscrição da criação fitogenética geneticamente modificada de soja (*Glycine max* (L.) Merr.), de denominação C2550E, no Registro Nacional da Propriedade de Cultivares.

A nova variedade de soja foi desenvolvida pela empresa PIONEER OVERSEAS CORPORATION, INC, representada na Argentina pela PIONEER ARGENTINA S.R.L..

Essa medida visa fortalecer o desenvolvimento de novas tecnologias no setor agrícola, garantindo a proteção legal das criações fitogenéticas e promovendo a inovação no cultivo de soja.



AUSTRÁLIA

MERCADO PARA ACAÍ NA AUSTRÁLIA



26

Número: CAMB-06-2025

Data: 17/03/2025

Posto: Camberra/Austrália

Palavras-chave: exportação; açaí

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

SUMÁRIO: O mercado de açaí na Austrália cresce impulsionado pela demanda por alimentos saudáveis. O produto já é amplamente comercializado como polpa congelada, pó, suplementos e cosméticos premium, disponível em supermercados, lojas especializadas e e-commerce. Nos últimos anos, o consumo se diversificou, abrangendo desde consumidores tradicionais preocupados com saúde até jovens adeptos de tendências, impulsionando as Acai Bowls Shops, que movimentam US\$ 665,4 milhões em 2024. Apesar da isenção tarifária, as exigências sanitárias são rigorosas. O Brasil pode expandir sua presença promovendo a origem amazônica, fortalecendo a distribuição no varejo, garantindo qualidade sanitária e inovando em novos formatos de consumo. Eventos como Fine Food Australia 2025 e Naturally Good 2025 são oportunidades estratégicas para aumentar a visibilidade do açaí brasileiro.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



Açaí na Austrália

O mercado de açaí na Austrália tem se expandido ao longo das últimas duas décadas, impulsionado pelo crescente interesse dos consumidores por produtos saudáveis e pelo alto poder aquisitivo do público australiano. O açaí já é encontrado amplamente em supermercados, lojas de produtos naturais e plataformas de e-commerce na forma de pó, polpa congelada para smoothies, suplementos antioxidantes e cosméticos premium com propriedades antienvhecimento (FIGURA 1).

FIGURA 1: Exemplos de produtos de açaí encontrados no mercado australiano

			
Açaí em pó (Mix para smoothie)	Polpa de açaí congelada	Suplemento nutricional de açaí	Cosmético à base de açaí

Fonte: Sites dos fornecedores locais.

Além de suas características nutricionais, os produtos de açaí comercializados na Austrália frequentemente destacam sua procedência sustentável, sua conexão com a cultura alimentar tradicional da Amazônia e sua certificação orgânica e de comércio justo, fatores que agregam valor ao produto e reforçam sua aceitação no mercado.

Com uma tendência crescente de consumo de produtos naturais e funcionais, o açaí tem potencial para se consolidar como uma das principais commodities amazônicas na Austrália, a exemplo do que ocorreu com o café.

Perfil de Consumo e Dinâmicas de Mercado

O público tradicional do açaí na Austrália é composto por consumidores preocupados com a saúde, incluindo profissionais ativos e aposentados familiarizados com o conceito de superalimentos. No entanto, nos últimos anos, o produto passou a atrair um novo perfil de consumidores, especialmente jovens e usuários assíduos de redes sociais, que enxergam o açaí como uma opção saudável e versátil para o café da manhã, lanches e sobremesas.

O mercado de açaí na Austrália tem sido impulsionado pelo crescimento das chamadas 'Acai Bowls Shops', lojas especializadas em servir tigelas de açaí com acompanhamentos diversos, seguindo o modelo existente no Brasil, além de *smoothies* e sucos naturais (FIGURA 2). Segundo a IBISWorld, há 815 estabelecimentos desse tipo no país, contribuindo com aproximadamente 42,7% da receita do setor e movimentando cerca de US\$ 665,4 milhões em 2024 (FIGURA 3).

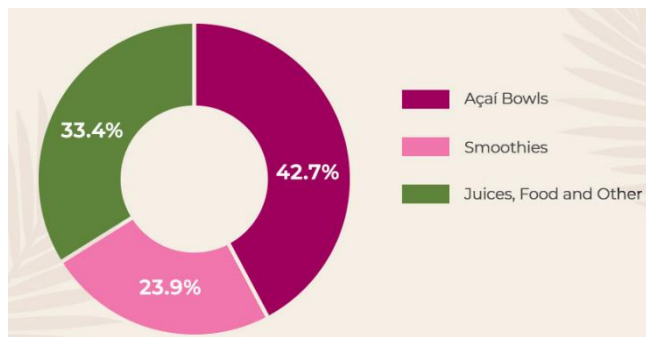
FIGURA 2: Estabelecimentos no varejo que comercializam açaí na Austrália



28

Fonte: Adidância Agrícola da Austrália.

FIGURA 3: Segmentação de produtos de açaí comercializados na Austrália







Fonte: IBISWorld, 2024.



O açaí também está presente nas grandes redes de supermercados, como Woolworths e Coles, que detêm 37,1% e 27,9% do mercado de varejo alimentar na Austrália, respectivamente. Nessas redes, os consumidores podem encontrar o produto em diversas formas, como sorbet (alternativa ao sorvete tradicional), pasta congelada misturada com guaraná, cubos de açaí e pó para preparações domésticas.

FIGURA 3: Exemplo de produtos de açaí prontos para consumo ou para uso doméstico encontrados em supermercados australianos

			
Acai Sorbet	Acai Blend frozen paste with Guarana	Acai Puree Pack	Acai Extract powder

Fonte: Sites dos supermercados locais.

Importação de Açaí pela Austrália

O açaí entra no país sob diferentes classificações tarifárias (HS 081190, HS 110630, HS 210690, HS200989, HS 130219 etc.), geralmente na forma de polpa congelada ou pó:

- **Polpa de Açaí Congelada:** É a principal forma de importação, sendo amplamente utilizada no setor de alimentos e bebidas. O produto é classificado sob o código HS 081190 (frutas e nozes congeladas, cruas ou cozidas), cujo valor total importado em 2023 foi de US\$ 132 milhões. No entanto, esse número engloba diversas frutas congeladas, o que dificulta a estimativa precisa da participação do açaí. O Brasil exportou aproximadamente US\$ 2,2 milhões desse produto para a Austrália em 2023.
- **Pó de Açaí:** Também é uma importante categoria de importação, com aplicações em alimentos e suplementos nutricionais. Esse produto é classificado sob o código HS 110630 (farinhas, pós e produtos similares de frutas e nozes), que registrou um volume total importado de US\$ 7,6 milhões em 2023. O Brasil exportou cerca de US\$ 0,2 milhão desse item para o mercado australiano no mesmo período.

Requisitos para Acesso ao Mercado

A importação de polpa de açaí congelada para a Austrália não requer licença específica, mas cada lote deve passar por um processo de congelamento adequado e estar acompanhado de um certificado sanitário emitido pelo Ministério da Agricultura e Pecuária do Brasil. Além disso, são exigidos



documentos como declaração de congelamento, lista de embalagem, declaração do fornecedor, certificado de exportação e nota fiscal.

O cumprimento das normas sanitárias Australianas é essencial para garantir a segurança alimentar. Em setembro de 2024, houve um episódio de contaminação por Salmonella em produtos de açaí no estado de New South Wales, resultando em um recolhimento de certos lotes de produto do mercado. O Departamento de Agricultura da Austrália notificou o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e a Agência de Vigilância Sanitária (ANVISA) no Brasil para acompanhamento e providências pertinentes.

Atualmente, não há tarifas aplicáveis à importação de frutas e nozes congeladas na Austrália.

Oportunidades e Desafios para as Exportações Brasileiras

O Brasil tem potencial para expandir sua participação no mercado australiano de açaí, explorando a crescente demanda por produtos naturais e funcionais. No entanto, é essencial atentar para fatores como:

- **Promoção da Origem Amazônica:** Destacar a sustentabilidade, a certificação orgânica e o impacto positivo na preservação da floresta.
- **Ampliação da Distribuição:** Buscar maior inserção nos grandes supermercados e nas redes de lojas naturais.
- **Atendimento às Normas Sanitárias:** Manter rigoroso controle de qualidade para evitar barreiras sanitárias e recalls.
- **Inovação e Diversificação:** Investir no desenvolvimento de novos formatos e aplicações do açaí, como snacks prontos para consumo e misturas para bebidas.

Principais Eventos para Promoção



FINE FOOD AUSTRALIA 2025 8-11 de setembro de 2025

Maior feira da indústria de alimentos na Austrália, voltada para o varejo, food service e distribuição. Conta com cerca de 900 expositores de 31 países e atrai 25 mil visitantes, sendo uma excelente oportunidade para exposição de novos produtos e networking.



NATURALLY GOOD 26-27 de maio de 2025

Maior feira australiana do setor de produtos naturais, orgânicos e saudáveis, reunindo varejistas, distribuidores e profissionais da indústria de alimentos e cosméticos. A edição de 2024 contou com 3.700 visitantes e 200 expositores.

Principais Contatos na Austrália para Exportadores Brasileiros



Principais agentes do mercado (compradores, importadores e distribuidores) de açaí na Austrália: Esta lista não é exaustiva e foi elaborada a partir de diversas fontes. Ela é atualizada conforme novas informações são encontradas. Esta lista não endossa nenhuma empresa para negociações comerciais e não assume qualquer responsabilidade por eventuais disputas comerciais que possam surgir em transações de negócios.

31

Nome da empresa/ Marca	Categoria (com base no uso do produto)	Categoria (com base na cadeia de distribuição)	Website/Link de contato
Amazonia (Amazonia Specialities Pty Ltd)	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://www.amazonia.com/
Tropical Brazil	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://tropicalbrazil.com.au
Mark well foods (Markwell Pacific Marketing Pty Ltd)	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://www.markwellfoods.com.au/
Entyce Food Ingredients Pty Ltd	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://entyce.com.au/
Nectar fruits	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://www.nectarfruits.com.au/
Acai Flow (bamsik holdings pty ltd)	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://acaiflow.com.au/our-products/
Nutradry Pty Ltd	Nutraceuticals	Marca do importador	https://nutradry.com.au/?s=acai
King's Acai	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://kingsacai.com.au/
QBS smoothies	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://qbsmoothies.com.au/
Amazon power	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://amazonpower.com.au/
Delicia distribution pty ltd	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://www.deliciaacaibar.com/
Brazuka Berry	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://www.instagram.com/brazukaberry
Antico Internationao PTY LTD	Alimento e bebidas	Importador/Atacadista	https://antico.com.au/
Australia fruits	Alimento e bebidas	Importador/Atacadista	https://www.austfruits.com.au/
Acai Brothers	Alimento e bebidas	Ponto de venda/Franquia	https://acaibrothers.com
BioMedica Nutraceuticals Pty Ltd.	Nutraceuticals	Saúde e bem-estar	https://www.biomedica.com.au/
DKelly Distributors	Alimento e bebidas	Distribuidor	https://kellysdistributors.com.au/

Eclipse Organics	Nutraceuticals	Loja online, alimentos orgânicos e produtos naturais	https://www.eclipseorganics.com.au/
Everest icecream	Alimento e bebidas	Fornecedor/Distribuidor	https://www.everest-icecream.com.au/range/core-range/sorbet-range/acai-sorbet-5l
Favco	Alimento e bebidas	Importador/Atacadista	https://www.favcoqld.com.au
Freezo Pty Ltd	Alimento e bebidas	Fornecedor/Distribuidor	https://freezo.com.au/
Freshmax	Alimento e bebidas	Importador/Atacadista	https://www.freshmax.group/
Froz Berries	Alimento e bebidas	Fornecedor/Distribuidor	https://frozberries.com.au
Glo Health	Nutraceuticals	Loja online, alimentos orgânicos e produtos naturais	https://www.glohealth.com.au/
Greenstorm Foods Pty Ltd	Alimento e bebidas	Importador/Atacadista	https://australherbs.com.au/
Hill Street Grocer	Alimento e bebidas	Ponto de venda/Franquia	https://sandybay.hillstreetgrocer.com/
Honest to Goodness	Nutraceuticals	Loja online, alimentos orgânicos e produtos naturais	https://www.goodness.com.au/
J B Metro	Alimento e bebidas	Fornecedor/Distribuidor	https://jbmetro.com.au
Kiah Organic & Wholefood warehouse	Nutraceuticals	Loja de saúde e bem-estar	https://kiahorganics.com.au
Koala Tea company Pty Ltd	Alimento e bebidas	Loja online, alimentos orgânicos e produtos naturais	https://koalatea.com.au/
Marrickville freezers foodservice	Alimento e bebidas	Fornecedor/Distribuidor	https://marrickvillefreezers.com.au/
Moco Food Services	Alimento e bebidas	Fornecedor/Distribuidor	https://mocofoods-services.com.au
Morlife	Nutraceuticals	Loja de saúde e bem-estar	https://morlife.com/
Natures Care Manufacture Pty Ltd.	Nutraceuticals	Fabricante e varejista de suplementos para a saúde	https://www.naturescare.com.au/

Natures Goodness Australia Pty Ltd	Nutraceuticals	Fabricante e varejista de suplementos para a saúde	https://naturesgoodness.com.au/
New Directions Australia Pty Ltd.	Nutraceuticals	Fabricante e varejista de suplementos para a saúde	https://www.newdirections.com.au/
Nowfoods	Nutraceuticals	Fabricante e varejista de suplementos para a saúde	https://www.nowfoods.com/
Nutra organics	Nutraceuticals	Fabricante e varejista de suplementos para a saúde	https://nutraorganics.com.au/
Oak berry	Alimento e bebidas	Ponto de venda/Franquia	https://oakberry.com.au/
Pemco Agencies	Alimento e bebidas	Fornecedor/Distribuidor	https://www.pemco.com.au/home.php
PharmaCare Laboratories Pty Ltd	Nutraceuticals	Fabricante e varejista de suplementos para a saúde	https://www.pharmacare.com.au/
Power Super foods	Nutraceuticals	Loja online, alimentos orgânicos e produtos naturais	https://powersuperfoods.com.au/
Quality Produce International	Alimento e bebidas	Fornecedor/Distribuidor	https://qpi.net.au/
Retail zoo	Alimento e bebidas	Ponto de venda/Franquia	https://www.retailzoo.com.au/our-brands/
Sambazon Acai	Alimento e bebidas	Marca do importador	https://www.sambazon.com.au
The Fair Trader	Nutraceuticals	Loja online, alimentos orgânicos e produtos naturais	https://www.thefairtraders.com.au/home.php
The Leaf Store	Alimento e bebidas	Ponto de venda/Franquia	https://online.theleafstore.com.au/
Tropeaka Australia	Nutraceuticals	Loja online, alimentos orgânicos e produtos naturais	https://tropeaka.com.au/

Fonte: Technavio, Trademo, SECOM Sydney (lista de out/2023) e internet

BANGLADESH

MERCADO DE CASTANHAS E NOZES



34

Número: DACA-05-2025

Data: 15/03/2025

Posto: DACA/BANGLADESH

Palavras-chave: oportunidades; exportação; castanhas; nozes

Responsável: Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

SUMÁRIO

O potencial de mercado de castanhas e nozes no Bangladesh decorre, em boa parte, da tradição do consumo desses produtos pela população muçulmana e que apresenta uma forte elevação durante o mês sagrado do Ramadã. O texto apresenta dados sobre as importações do país, que chegaram a US\$ 40 milhões em 2024, assim como informa das principais castanhas e nozes brasileiras exportadas e do potencial de exportação do Brasil ao Bangladesh. Ainda, comenta sobre as elevadas tarifas e apresenta sugestões de ações da Adidância Agrícola em Dacca, tais como a cooperação técnica, investimentos e negociações de cotas e tarifas que permitam o melhor acesso dos produtos brasileiros ao mercado local.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR/SERVIDORA DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



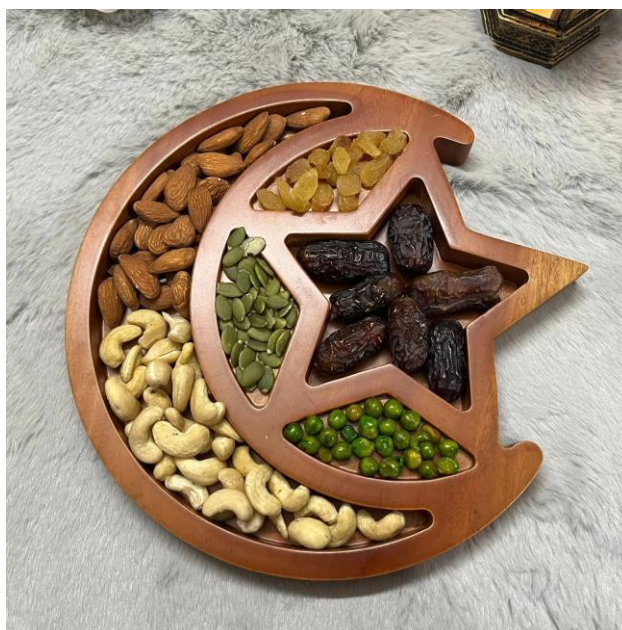
1. Introdução

O mês sagrado do Ramadan ocorre durante março de 2025 e é caracterizado pelo jejum ou *fasting* realizado pela população muçulmana entre o nascer e o pôr do Sol e leva cerca de 13 horas até a oração *Maghrib*, quando ocorre o *Iftar* e as famílias se reúnem para o jantar.

4:53 AM	<i>Fajr</i> – nascer do Sol e início do jejum
12:08 PM	<i>Dhuhr</i>
3:31 PM	<i>Asr</i>
6:07 PM	<i>Maghrib</i> – pôr do Sol e final do jejum
7:22 PM	<i>Isha</i>

Dentre os verdadeiros banquetes que são servidos, as castanhas e as nozes (Figura 1) são produtos que não podem faltar e, dessa forma é considerável o aumento da demanda por tais produtos, tradicionalmente bastante consumidos pela população.

Figura 1 – As castanhas e nozes não podem faltar na mesa do Iftar.



Fonte: Imagem do autor, janeiro de 2025

2. Contextualização

Considerando que a economia do país cresce a taxas de 6% ao ano, tendência que deve se manter pelos próximos anos, o consumo de castanhas e nozes deve se manter elevado, seja em função do crescimento da condição socioeconômica da população, da urbanização e de uma classe média de 34 milhões de habitantes.



35



Segundo divulgado na mídia local, a importação de nozes cresceu mais de três vezes nos últimos anos, sendo o Bangladesh um importador líquido de castanhas, amêndoas, cajus, pistaches, sendo os EUA e Hong Kong os principais fornecedores.

O setor de castanhas e nozes impulsiona uma indústria crescente de alimentos processados e embalados para venda direta ao consumidor e, também, utilizadas em produtos como cereais matinais, salgadinhos, alimentos saudáveis, bebidas e itens de confeitaria, entre outros.

As famílias possuem a forte tradição de comer fora de casa, o que gera uma elevada demanda desses produtos por hotéis, restaurantes, fabricantes de sorvetes e padarias, etc. Ainda, a população bangladense é extremamente jovem e valoriza cada vez mais a saúde e o bem-estar.

3. Potencial de comércio

Considerando o mercado local, a Adidância Agrícola em Dacca levantou as principais castanhas e nozes exportadas do Brasil ao mundo, que totalizaram R\$ 89.481.975,00 em 2024, e elaborou a Tabela 1, assim como relacionou os HS Code e as tarifas aplicadas pelo Bangladesh na Tabela 2.

Tabela 1 – Exportações de castanhas e nozes do Brasil em 2024

Produto	NCM	Valor US\$	Peso kg
Castanha de caju	080132	43,853,813.00	7.554.500,00
Castanha-do-Pará com casca	080121	13,281,710.00	5.724.601,00
Castanha-do-Pará sem casca	080122	26,302,536.00	3.260.707,00
Nozes macadâmia com casca	080261	1,771,427.00	723.071,00
Nozes macadâmia sem casca	080262	1,200,388.00	140.883,00
Nozes frescas/secas sem casca	080232	1,966,897.00	278.344,00

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

Tabela 2 – Importações do Bangladesh (2023) e tarifas aplicadas

Código HS	Valor US\$	Tarifa %
080132	9,519,000.00	48.0 a 94.32
080121	0	63.6 a 94.32
080122	0	63.6 a 94.32
080261	0	63.6 a 94.32
080262	0	63.6 a 94.32
080232	1,667,000.00	63.6 a 94.32

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

As tarifas aplicadas pelo Bangladesh podem ser consultadas no endereço eletrônico https://bangladeshcustoms.gov.bd/trade_info/duty_calculator, órgão do Governo do Bangladesh.



Algumas das companhias importadoras no país estão relacionadas a seguir.

- | | |
|-------------------------|---|
| • Madina Dates & Fruits | https://www.facebook.com/MadinaDatesAndFruits/ |
| • Khatungonj Trading | Md. Khairul Bashar khairulctg@gmail.com |
| • Payel Traders | Ashutosh Mohajon payeltradersbd@gmail.com |
| • Sonica Agri Foods | Mr. Syedhur Rahman |
| • Bengol Trading | Mr. Kulchhatra Agarwal btcs1g1@gmail.com |



37

A Bangladesh Agriculture Products Ltd, <https://www.linkedin.com/company/bangladesh-agriculture-products-ltd/?originalSubdomain=bd>, é uma empresa que poderia melhor informar do interesse na importação para processamento no país e reexportação regional.

Os produtos podem ser adquiridos *on-line* em endereços eletrônicos como o <https://somvranto.com/products/brazil-nuts-bangladesh>, onde a castanha-do-Pará está cotada a Tk 5,100.00 / kg, ou US\$ 42.00 / kg. Na Figura 2 observa-se a grande diversificação do mercado local.

Figura 2 – Oferta variada de castanhas em mercado de Daca



Fonte: Imagem do autor (2025).

Segundo o Bangladesh Bureau of Statistics (BBS) o país importou cerca de US\$ 40 milhões em 2021/2022, conforme dados que podem ser consultados no endereço eletrônico <https://bbs.gov.bd/site/page/58b1c0c8-34b9-45b5-954d-53a2737e7bb1/Foreign-Trade-Statistics> e constam da Tabela 3.





Tabela 3 – Importações do Bangladesh julho/21 a julho/22

Código HS	Produto	Valor Tk	Valor US\$	Qtde kg
0801		714,435,681.00	5,904,427.00	
08013210	Castanha de caju	22,082,396.00	182,499.00	21.606,00
08013290	Castanha de caju	350,472,949.00	2,896,470.00	2.159.366,00
0802		4,109,157,281.00	33,959,977.00	
08023210	Nozes sem casca	17,144.00	141.00	113,00
08023290	Nozes sem casca	9,383,780.00	77,551.00	57.915,00

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

3. Conclusão

Embora o elevado nível tarifário possa representar uma dificuldade inicial ao comércio, é importante conhecer o mercado e avaliar melhor o potencial, especialmente considerando a população do país de cerca de 180 milhões de habitantes.

A Adidância Agrícola em Dacca se coloca à disposição para discutir as condições de acesso ao mercado, assim como a negociação de cotas ou a diminuição de tarifas, principalmente considerando que o Brasil é um fornecedor confiável e pode oferecer cooperação técnica e investimentos.

Considerando a falta de uma indústria de processamento de caju, investimentos no país seriam uma boa oportunidade para empresas brasileiras interessadas em expandir suas atividades para a Ásia.

REFERÊNCIAS

ApexBrasil. Bangladesh. Perfil de comércio e investimentos. Julho de 2024. Disponível em: <https://apexbrasil.com.br/br/pt/solucoes/inteligencia/estudos-e-publicacoes/perfil-de-comercio-e-investimentos/perfil-de-comercio-e-investimentos-bangladesh-2024.html>. Acesso em: 15 jan. 2025.

Parvez, Sohel. Bangladesh se torna o maior importador de nozes dos EUA. *The Daily Star*. Publicado em 24 mai. 2019. Disponível em: <https://www.thedailystar.net/business/export/news/bangladesh-becoming-major-importer-us-nuts-1748185>. Acessado em 10 mar. 2025.

Shadleen's. *On-line market*. Disponível em: <https://shadleens.com/product-category/healthy-nuts/?srsltid=AfmBOoqGYH0LSGqWKspSY4bNzIDfv7yBQ2YATlpuHCJDnfQMGrYulvJH>. Acessado em 10 mar. 2025.

Ali, Shawkat. Bangladesh se prepara para entrar no mercado global de castanha de caju. *The Business Standard*. Publicado em 7 ago. 2021. Disponível em: <https://www.tbsnews.net/economy/bangladesh-moves-enter-global-cashew-nut-market-284584>. Acesso em: 11 mar. 2025.



CANADÁ

ELEVAÇÃO DA TARIFAS DE IMPORTAÇÃO DOS EUA TRAZ OPORTUNIDADES PARA PRODUTOS DE ORIGEM VEGETAL DO BRASIL

Número: OTT-06-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Ottawa, Canadá

Palavras-chave:

Responsável: Paulo Marcio M. Araujo

SUMÁRIO: Guerra tarifária entre EUA e Canadá pode aumentar a competitividade de café, chás, açúcar, suco de laranja, arroz, temperos e especiarias, frutas e legumes, chocolates e confeitos, óleos e cereais, bebidas alcoólicas e produtos do tabaco brasileiros no mercado canadense

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

No dia 4 de março de 2025, a ameaça do presidente dos EUA, Donald Trump, de impor uma tarifa de 25% sobre os produtos canadenses se tornou realidade. O anúncio americano foi respondido, pelos Canadenses, com a aplicação de tarifas retaliatórias de 25% sobre US\$ 30 bilhões em mercadorias importadas dos EUA. As contramedidas entraram em vigor imediatamente e permanecerão válidas até que os EUA eliminem suas tarifas contra o Canadá. O ambiente de negócios é de muita incerteza, uma vez que decisões têm sido tomadas do dia para a noite, mas a estratégia Canadense vem sendo desenhada com o objetivo de reduzir as importações de produtos dos EUA com o menor impacto inflacionário possível, e esta parece ser uma decisão de longo prazo, independentemente da eliminação das tarifas, que é esperada par acontecer a qualquer momento. O Canadá é o segundo mercado para as exportações agrícolas dos EUA, com vendas de US\$ 28,4 bilhões em 2023, segundo dados do Departamento de Agricultura dos EUA.

Dentre os produtos agropecuários incluídos na lista inicial de retaliações estão café, chás, açúcar, suco de laranja, arroz, temperos e especiarias, frutas e legumes, chocolates e confeitos, óleos e cereais, bebidas alcoólicas e produtos do tabaco. Merece destaque, ainda, a inclusão de produtos de panificação preparados, como pizzas, tortas, bolos e outros doces, além de sopas prontas e massas, aumentando a competitividade de produtos da indústria de alimentos brasileira.

A tabela abaixo traz um comparativo entre os volumes exportados pelos EUA e Brasil, em 2024, dos produtos de origem vegetal incluídos na lista inicial de retaliações canadense.

Importações Canadá 2024 (US\$ mil)	Brasil	EUA
Açúcar de cana	751.777	759
Café	247.029	493.073
Café Torrado	1.954	456.891
Suco de laranja congelado	68.005	23.267
Frutas e nozes	43.842	2.257.858
Cacau e derivados	11.896	1.202.723
Tabaco e derivados	11.619	24.872
Bebidas e destilados	3.795	3.058.406
Óleos e gorduras para cozinhar	2.528	590.824
Vegetais e legumes	2.373	2.220.987
Arroz	2.026	174.271
Produtos de padaria prontos	1.691	1.560.481
Temperos e especiarias	1.381	64.466
Chá	143	39.125
Condimentos	73	832.427
Massas	38	377.120
Outros açúcares e xaropes	9	290.214
Sopas	4	295.761
Feijões	2	25.946



CHILE

AMAZÔNIA NO MERCADO CHILENO: EXPLORANDO NOVOS HORIZONTES COMERCIAIS



41

Número: SANTI-06-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Santiago/República do Chile

Palavras-chave: açaí; produtos amazônicos; Espacio Food & Service 2025

Responsável: Rodrigo do Espírito Santo Padovani

SUMÁRIO: O comércio de açaí do Brasil para o Chile tem apresentado um crescimento expressivo nos últimos anos. Empresas brasileiras, pioneiras nesse mercado, têm introduzido produtos à base de açaí, como batidas, bowls e sorvetes. O crescente interesse dos consumidores chilenos pelo açaí pode abrir espaço para a introdução de outros produtos amazônicos e brasileiros, que complementem ou tenham sinergia com o açaí, como cupuaçu, castanha-do-Pará, guaraná, farinha de mandioca e polpas de frutas tropicais. Para consolidar a presença desses produtos no Chile, são necessárias ações estratégicas: estudos de mercado, parcerias locais, campanhas de marketing que promovam sustentabilidade, adequação regulatória, presença em feiras comerciais, e educação do consumidor. A feira "Espacio Food & Service 2025" surge como uma excelente plataforma para empresas brasileiras apresentarem sua biodiversidade ao mercado latino-americano, reforçando o apelo cultural e nutricional dos produtos amazônicos e contribuindo para sua visibilidade internacional.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO





42

a) Oportunidades para o comércio de outros Produtos Vegetais Amazônicos para o Chile: Um desafio a ser explorado.

O comércio de açaí do Brasil para o Chile tem apresentado um crescimento expressivo nos últimos anos. Empresas brasileiras, pioneiras nesse mercado, têm introduzido produtos à base de açaí, como batidas, bowls e sorvetes. Esses produtos utilizam matéria-prima proveniente de estados amazônicos brasileiros, obtida por meio de práticas sustentáveis que respeitam a floresta nativa e promovem o desenvolvimento socioeconômico da região.

A expansão dessas empresas, enquadradas no segmento de "fast food saudável", baseia-se em estratégias ambiciosas de negócios, incluindo a abertura de lojas em shoppings e centros comerciais movimentados, com preços acessíveis. Essa abordagem tem desempenhado um papel fundamental na popularização do consumo de açaí no mercado chileno.

O crescente interesse dos consumidores chilenos pelo açaí pode abrir espaço para a introdução de outros produtos amazônicos e brasileiros, que complementem ou tenham sinergia com o açaí. Entre esses produtos, destacam-se:

- **Cupuaçu:** Fruto amazônico utilizado em sobremesas e bebidas, atraente para consumidores interessados em sabores exóticos.
- **Castanha-do-Pará e derivados:** Rica em nutrientes, é um complemento ideal para tigelas de açaí e outros produtos saudáveis.
- **Guaraná:** Popular em bebidas energéticas e como adoçante natural, apresenta potencial no mercado chileno.
- **Farinha de mandioca:** Tradicional acompanhante do açaí, pode ser introduzida como um produto cultural e versátil.
- **Derivados de frutas tropicais:** Polpas de manga, maracujá e acerola, com alta demanda em mercados de alimentos saudáveis.

b) Estratégias para Expansão

A consolidação desses produtos no mercado chileno requer ações estratégicas, como:

1. **Estudo de Mercado:** Análise detalhada das preferências dos consumidores e identificação de nichos como alimentos saudáveis, orgânicos ou exóticos.
2. **Parcerias Locais:** Colaborações com distribuidores, supermercados, lojas de produtos naturais e plataformas de e-commerce para ampliar o acesso ao público-alvo.
3. **Campanhas de Marketing:** Divulgação dos produtos ressaltando seus benefícios nutricionais, origem sustentável e ligação cultural com a Amazônia, utilizando mídias sociais, influenciadores e eventos.
4. **Certificações e Qualidade:** Adequação às exigências regulatórias chilenas, com certificações internacionais, como orgânico e comércio justo.

5. **Feiras e Eventos:** Participação em feiras comerciais no Chile, para apresentar os produtos e estabelecer contatos com potenciais compradores.
6. **Educação do Consumidor:** Investimento em materiais informativos, degustações e workshops para promover os produtos e educar o público.
7. **Valorização da Sustentabilidade:** Destacar a história e a origem amazônica dos produtos, enfatizando o apoio às comunidades locais e às práticas sustentáveis.



c) Espacio Food & Service 2025

Nesse contexto, destaca-se a realização da feira "Espacio Food & Service 2025", de 30 de setembro a 2 de outubro, em Santiago, Chile. Desde 2021, o evento tem sido um espaço estratégico para encontro e negócios, reunindo empresas, fornecedores, entidades públicas e profissionais da indústria alimentar. Considerado o principal evento do setor no Chile e uma referência na América Latina, atraiu, em sua última edição, mais de 25 mil visitantes. As empresas brasileiras que participaram da edição anterior relataram um volume estimado de US\$ 40 milhões em negócios gerados.

A ApexBrasil organizará a participação brasileira na feira "Espacio Food & Service 2025". Serão disponibilizadas 25 vagas para empresas interessadas em expor seus produtos, com cinco categorias de preços, de acordo com a estrutura do estande selecionado. Conforme critérios de seleção divulgados pela Agência, três dessas vagas serão destinadas a cooperativas ou empreendimentos da agricultura familiar. Mais informações podem ser acessadas no site oficial: [ApexBrasil - Espacio Food & Service 2025](#). As inscrições estarão abertas até o dia 31 de março de 2025.

Essa iniciativa representa uma excelente oportunidade para empresas brasileiras do ramo alimentício se inserirem no mercado chileno, que tem demonstrado crescente interesse por produtos saudáveis e sustentáveis. Pequenas empresas, em especial aquelas que comercializam Produtos Vegetais Amazônicos, podem se destacar ao oferecer itens de alta qualidade, com apelo nutricional e cultural, contribuindo para ampliar a visibilidade internacional da biodiversidade brasileira.



CHINA



44

A PRESENÇA DO CAFÉ BRASILEIRO NA CHINA. CENÁRIO E OPORTUNIDADES

Número: PEQ-06-2025

Data: 10/03/2025

Posto: Pequim/China

Palavras-chave: China; café; exportação; cenário; mercado

Responsável: Jean Felipe Celestino Gouhie

SUMÁRIO: O mercado chinês de café cresce rapidamente devido à urbanização, aumento do poder aquisitivo e popularização da cultura cafeeira. Em 2023, a China se tornou o sexto maior importador de café brasileiro. Apesar do sucesso no fornecimento de café verde (não torrado), o Brasil enfrenta concorrência de países asiáticos no mercado de café torrado e solúvel, influenciada por tarifas preferenciais dos países da ASEAN. Para superar tais desafios, é essencial investir em cafés especiais, fortalecer parcerias estratégicas e promover intensivamente os produtos brasileiros em eventos e feiras comerciais.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

Brasil e China – Um brinde histórico ao café

As relações diplomáticas entre Brasil e China foram formalmente estabelecidas em 15 de agosto de 1974, marcadas por um gesto simbólico que permanece na memória histórica dos dois países: **um brinde com xícaras de café**. Autoridades brasileiras e chinesas celebraram o início de uma parceria que, cinco décadas depois, se consolidou em diversas áreas, com destaque para o agronegócio.

Desde esse gesto simbólico, o café continuou desempenhando um papel central nas relações comerciais entre Brasil e China. Ao longo das décadas, o consumo da bebida no país asiático cresceu exponencialmente, criando oportunidades para os exportadores brasileiros. Esse crescimento culminou, em 2024, na assinatura de um memorando de entendimento pelo vice-presidente Geraldo Alckmin com a maior rede de cafeterias da China, a Luckin Coffee, reforçando o compromisso de ampliar a presença do café brasileiro no mercado chinês.

A China, tradicionalmente conhecida por sua cultura milenar do chá, tem experimentado um crescimento acelerado no consumo de café. Historicamente, o chá desempenhou um papel central na sociedade chinesa, sendo não apenas uma bebida, mas um elemento fundamental da cultura e da medicina tradicional. No entanto, as mudanças nos hábitos de consumo, impulsionadas pelo aumento do poder aquisitivo, urbanização e popularização das cafeterias, especialmente nas grandes cidades, têm favorecido a inserção do café no cotidiano dos consumidores chineses.

Em 2024, o mercado chinês de café movimentou aproximadamente US\$ 23,6 bilhões, com uma taxa de crescimento de 15% ao ano, segundo dados do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA). Esse avanço reflete não apenas a influência da cultura ocidental, mas também a diversificação do paladar chinês, que agora inclui o café como uma opção sofisticada e moderna no seu dia a dia.

Figura 1: Brinde, com café, entre o Ministro das Relações Exteriores do Brasil, Azeredo da Silveira, e o Vice-Ministro do Comércio Exterior da China, Chen Jie, em 15 de agosto de 1974



Fonte: Manchete (RJ), 1974

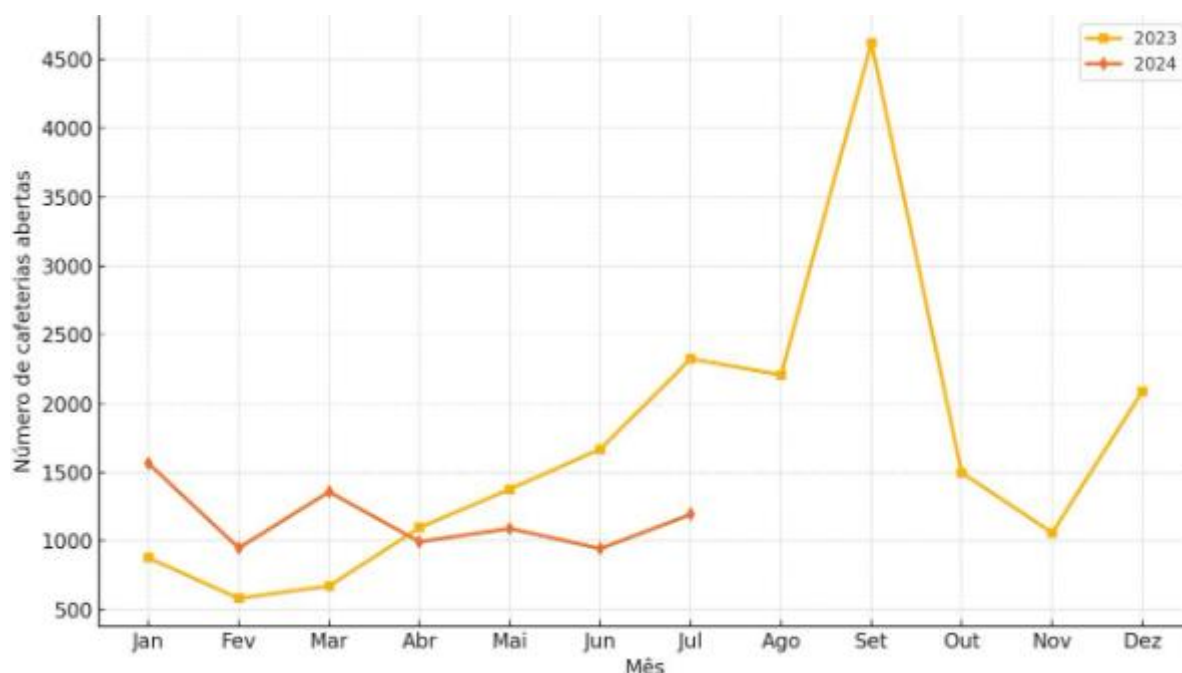


Consumo de café na China

Na última década, o consumo de café subiu 150% no país asiático, podendo chegar a 6,3 milhões de sacas na safra 2024/25, segundo o USDA. Com isso, os chineses passam a ocupar o sexto posto mundial no consumo, atrás de mercados como União Europeia, Estados Unidos e Brasil. Caso essa tendência se mantenha, a China pode se aproximar dos maiores mercados consumidores de café nos próximos anos.

É possível observar também um crescimento vertiginoso do setor de cafeterias, impulsionado pela expansão de redes domésticas e pela forte presença de marcas estrangeiras. A China já ultrapassou os Estados Unidos, tornando-se o país com o **maior número de cafeterias de marca no mundo**, superando a marca de 50 mil lojas. Grandes cadeias internacionais como Starbucks e Luckin Coffee competem lado a lado com redes locais emergentes, como Cudi Coffee, que expandem suas operações para cidades menores e oferecem bebidas adaptadas ao paladar chinês. Projeções indicam que o mercado chinês de cafeterias poderá atingir mais de 86 mil lojas até 2028.

Gráfico 1: Número mensal de cafeterias abertas na China (2023 – 2024)



Fonte: [Yangzhou Ausmen, Ltd](#) (Coffee Cloud), dezembro de 2024

Alguns fatores específicos têm impulsionado significativamente o crescimento desse mercado, como a rápida urbanização e a adoção de estilos de vida ocidentais pelos chineses, levando-os a incorporar o café no cotidiano. Além disso, o aumento da classe média e seu poder aquisitivo maior proporcionam uma maior disposição para experimentar novos produtos, incluindo o café. O crescimento do e-commerce e as plataformas digitais também desempenham um papel importante, facilitando o acesso ao café através de sites como Tmall e JD.com.



46

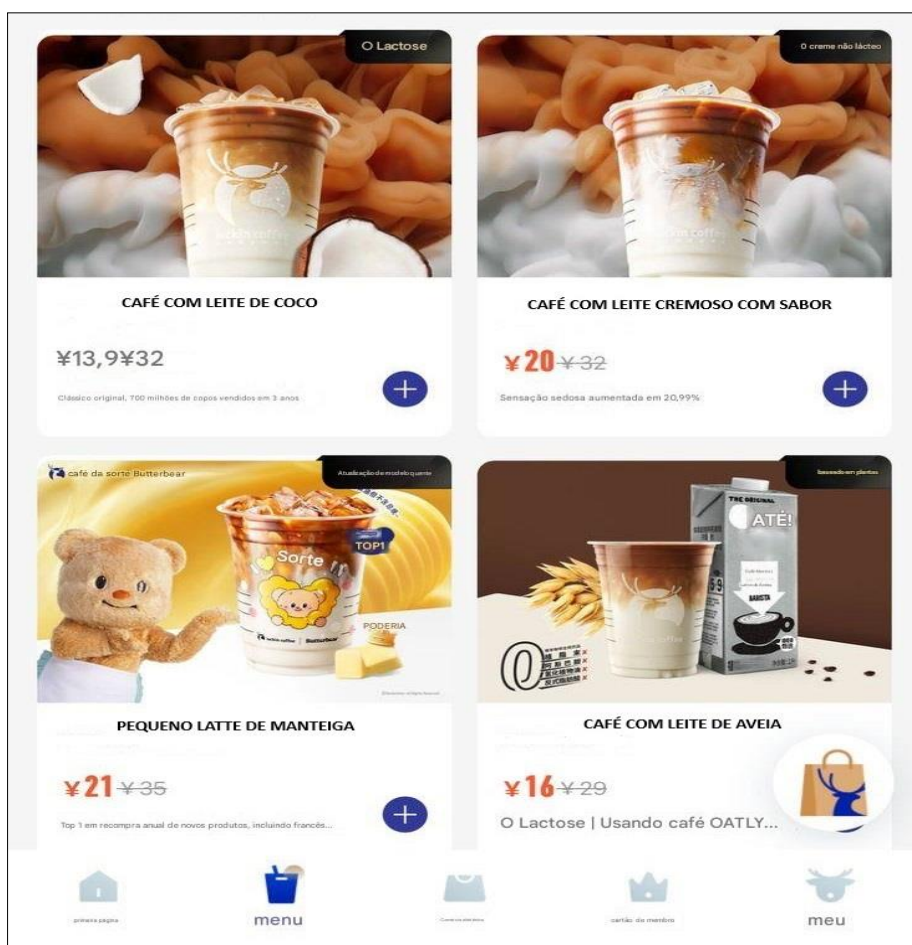


47

Para terem sucesso neste mercado altamente competitivo e dinâmico, as marcas estrangeiras precisam ir além do prestígio, adaptando-se às preferências locais, especialmente às exigências do público jovem, que valoriza saúde, conveniência e novidades. Além disso, é essencial compreender profundamente a cultura chinesa, particularmente o conceito de "guanxi", que representa redes de relacionamentos pessoais e comerciais fundamentais na China. Uma filosofia baseada em relevância local, inovação contínua, comunidade genuína e conveniência absoluta é crucial para o sucesso no mercado chinês.

A presença digital também é determinante. Aplicativos como *WeChat* e *Meituan* dominam o setor de pedidos, entregas e pagamentos, transformando a experiência de consumo. Mídias sociais como *Dianping* e *Xiaohongshu* influenciam fortemente o comportamento dos jovens, tornando cafeterias espaços atraentes para produção de conteúdo. Redes internacionais como a *Blue Bottle Coffee* têm aproveitado essa tendência, oferecendo experiências premium e integrando tradição local em seus produtos e design das lojas. Sabores inovadores e colaborações inusitadas com marcas locais, como lattes saborizados com frutas e produtos tradicionais chineses, são estratégias eficazes para conquistar a geração Z.

Figura 2: Tela de plataforma online de rede de cafeteria chinesa (traduzida)



Fonte:

Luckin Coffee, captura de tela com tradução livre, em março de 2025

Nas grandes cidades, como Pequim, Xangai, Cantão e Shenzhen, observa-se uma crescente preferência por cafés especiais, métodos de preparo sofisticados e produtos premium. Já nas cidades menores, o café instantâneo e bebidas saborizadas desempenham papel importante na introdução da bebida ao público local. O crescimento das cafeterias locais também desempenha papel essencial na democratização e diversificação da oferta, ajudando a criar uma cultura própria do café na China, combinando elementos tradicionais e contemporâneos.



Tabela 1: Principais cafeterias chinesas em atividade (setembro 2023)

Marca	Número de lojas	Cidades cobertas
<i>Luckin Coffee</i>	12500	307
<i>Starbucks</i>	6713	260
<i>Cudi Coffee</i>	5621	314
<i>Lucky Coffee</i>	2905	296
<i>Nowwa Coffee</i>	647	162
<i>Manner Coffee</i>	851	33
<i>Tims Hortons</i>	750	55
<i>Costa Coffee</i>	379	38
<i>M Stand</i>	182	17
<i>Café do Pacífico</i>	131	44

Fonte: [Guanyan Tianxia](#) (Beijing) Information Consulting Co., Ltd

Por fim, o aumento da popularidade do café gelado e produtos prontos para beber (RTD) reflete uma demanda crescente por conveniência, especialmente entre jovens e trabalhadores urbanos, consolidando o mercado chinês como uma grande oportunidade para exportadores que buscam inovação e adaptação às preferências locais.

Figura 3: Station Coffee Festival, evento para promoção de café realizado em um shopping de Pequim, em julho de 2024



Produção Interna de Café

A província de Yunnan é responsável por 98% da produção de café na China, com as principais áreas produtoras localizadas em Baoshan, Dehong e Menglian, em Pu'er. A infraestrutura para processamento e comercialização ainda está em desenvolvimento na região, limitando a competitividade do café chinês. O governo local e empresas do setor vêm investindo em tecnologia e capacitação para superar essas barreiras e fortalecer a produção interna.

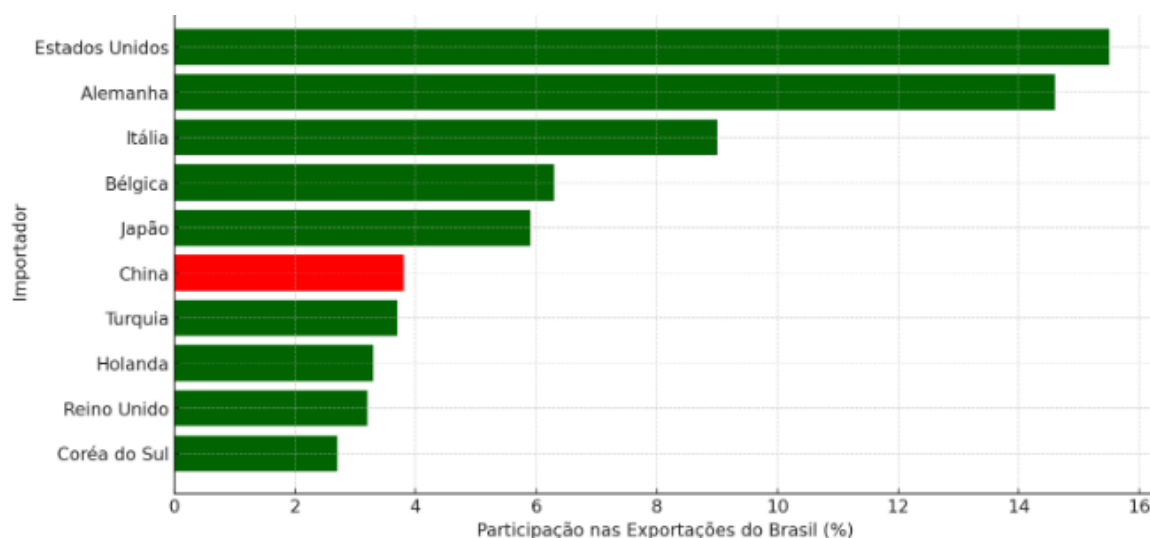
A produção chinesa, basicamente de café arábica, fica próxima de 2 milhões de sacas, o que confere ao país o 13º posto no ranking mundial, segundo a FAO (Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura), **insuficiente para atender à crescente demanda**, cuja previsão de consumo já alcança 6,3 milhões de sacas, com tendência de aumento.

Importação de café na China

De acordo com o USDA, o consumo de café na China apresentou um crescimento expressivo, passando de 300 mil sacas anuais em 2009 para 6 milhões de sacas em 2023. Neste mesmo ano, as exportações brasileiras para o mercado chinês ultrapassaram, pela primeira vez, a marca de 1 milhão de sacas, tornando a China o sexto maior importador de café do Brasil.

Projeções indicam que o mercado chinês de café deverá continuar crescendo a uma taxa anual composta de 22%, alcançando o valor estimado de 219 bilhões de RMB (aproximadamente US\$ 32 bilhões) até 2025.

Gráfico 2: Parcela das exportações brasileiras de café do Brasil em 2023, por importador



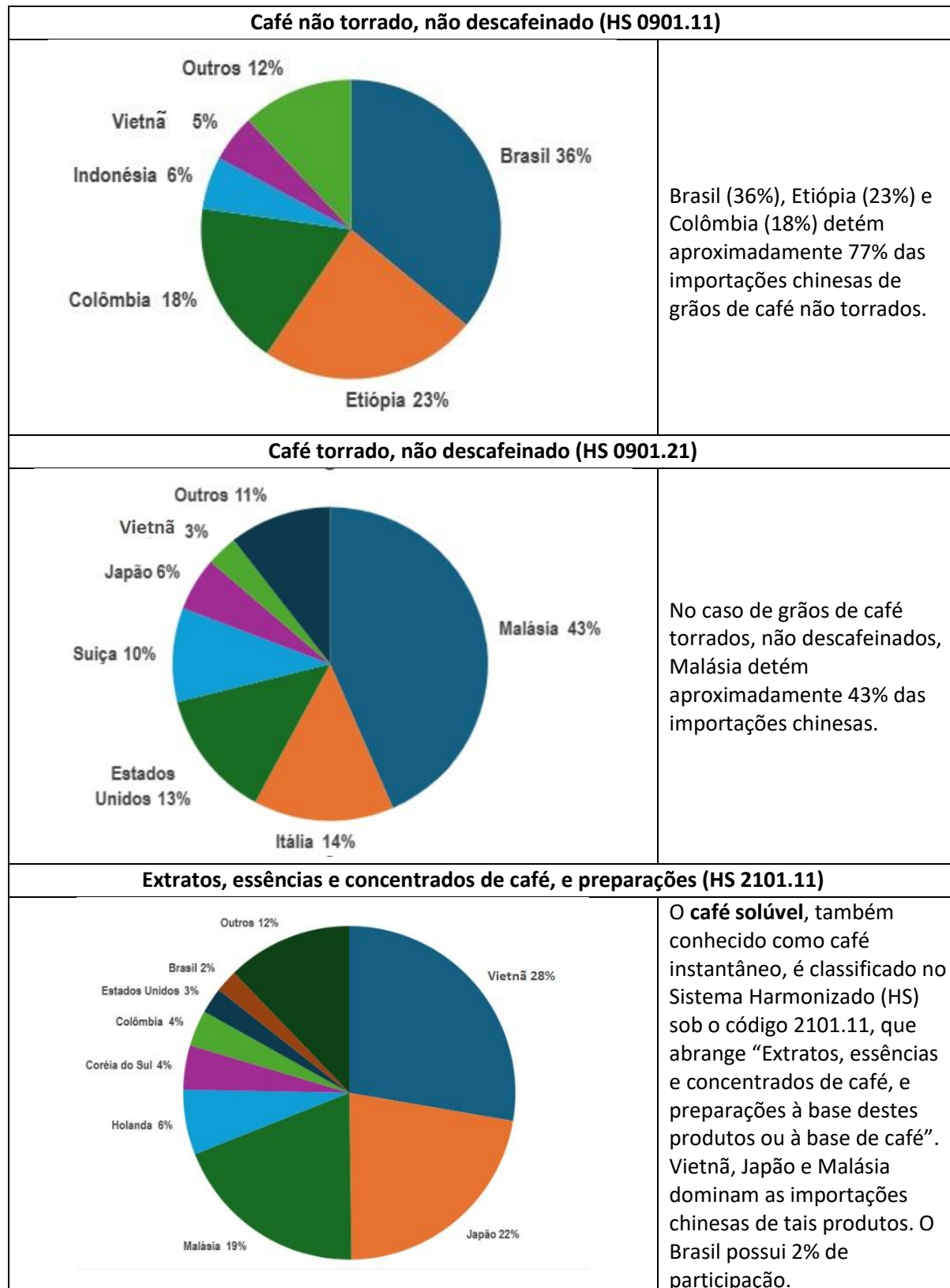
Fonte: TradeMap, 2025



Gráfico 3: Principais fornecedores de Café para a China, em 2023, por código harmonizado



50



A demanda crescente por café na China tem beneficiado especialmente fornecedores de café não torrado, em especial o café arábica, enquanto no segmento de café solúvel e torrado a competição é liderada por países asiáticos.



Desafios e oportunidades para o Brasil

O crescimento expressivo do consumo de café na China oferece ao Brasil grandes oportunidades para ampliar sua participação nesse importante mercado, especialmente diante da crescente valorização por cafés diferenciados e pela expansão das redes de cafeterias.

Já sendo o principal fornecedor de café não torrado variedade arábica para a China, o Brasil pode fortalecer ainda mais sua presença oferecendo cafés com certificação de origem e outros atributos de qualidade amplamente valorizados pelos consumidores chineses. Neste contexto, as tarifas são um fator determinante nesse mercado competitivo. A China aplica tarifas específicas para diferentes categorias de café importado: café não torrado, não descafeinado (código HS 0901.11) está sujeito a uma tarifa de 8%; já o café torrado (tanto descafeinado quanto não descafeinado – códigos HS 0901.21 e HS 0901.22, respectivamente) enfrenta tarifas mais altas, de 15%. Especificamente em relação ao café solúvel (classificado sob o código HS 2101.11), aplica-se uma tarifa de 12%. Além dessas tarifas de importação, incide sobre o café importado um Imposto sobre Valor Agregado (IVA) de 13%, aplicável a produtos manufaturados.

Tabela 2: Tarifas de importação aplicadas pela China para importação de Café não torrado, não descafeinado (HS 0901.11), Café torrado, não descafeinado (HS 0901.21) e Extratos, e preparações (café solúvel) (HS 2101.11) para alguns países

Código HS	Brasil / Colômbia		Vietnã / Malásia / Indonésia		Etiópia	
0901.1	8%	MFN	5%	CAFTA, RCEP	0%	Acordo de Zero Tarifa para países menos desenvolvidos
0901.21	15%	MFN	5%	CAFTA	0%	
2101.11	12%	MFN	0%	CAFTA	0%	

RCEP - Regional Comprehensive Economic Partnership

CAFTA - China-ASEAN Free Trade Area

MFN - Most Favoured Nation

Fonte: [MOFCOM](#), 2025

Essas tarifas apresentam um desafio para o café brasileiro, especialmente quando se considera o acordo de zero tarifa para países menos desenvolvidos, como no caso da Etiópia, e países da Associação das Nações do Sudeste Asiático (ASEAN), como o Vietnã, beneficiam-se de tarifas reduzidas devido a acordos com a China. Tal contexto cria uma competição por preço muito acirrada,



demandando do Brasil uma estratégia diferenciada que priorize atributos de qualidade, sustentabilidade, certificação de origem e rastreabilidade, valorizados pelo consumidor chinês.

Apesar dessa barreira tarifária elevada, o café solúvel permanece um importante porta de entrada para o mercado chinês, sobretudo em regiões onde a cultura do café ainda está em desenvolvimento inicial. Cafés solúveis adoçados ou misturados a ingredientes populares locais representam oportunidades para atender a demanda do consumidor chinês, oferecendo praticidade e sabores familiares.

Figura 3: Encomendas aguardando a busca por entregador de plataforma eletrônica, em cafeteria de rede de origem japonesa (% Arabica), na cidade de Pequim



Fonte: Autor, março 2025



Paralelamente, é importante fortalecer parcerias estratégicas com grandes redes de cafeterias internacionais como Starbucks e Luckin Coffee, e marcas locais emergentes como Cudi Coffee e Manner Coffee, para ampliar a visibilidade do café brasileiro. Feiras estratégicas, tais como [SIAL](#), [CIIE](#) e a [COFAIR](#), por exemplo, também desempenham um papel crucial na promoção comercial, consolidando relacionamentos e permitindo a demonstração da qualidade diferenciada dos produtos brasileiros ao público chinês.



COFAIR 2025

A cidade de Kunshan, na província de Jiangsu, anualmente se torna o epicentro das discussões sobre o setor cafeeiro na China com a realização da [COFAIR 2025 \(China Kunshan International Fair for Coffee Industry\)](#). Localizada próxima a Xangai, um dos principais centros financeiros da China, Kunshan oferece uma localização estratégica para conexões comerciais com investidores e grandes importadores. O evento, que neste ano ocorre entre **16 e 18 de maio de 2025**, contará com mais de 300 expositores internacionais e deve atrair cerca de 15.000 visitantes comerciais.

A feira abrange toda a cadeia produtiva do café, desde a produção até a comercialização de produtos prontos para consumo. O evento já se consolidou como uma das feiras mais relevantes do setor na Ásia, criando um ambiente propício para que o Brasil expanda sua participação no mercado chinês e estabeleça novas alianças comerciais.

Figura 4: China Kunshan International Fair for Coffee Industry, Maio 2024



Fonte: COFAIR, 2024

Conclusão

Em 2023, o Brasil consolidou sua posição como principal fornecedor de café não torrado para a China, enquanto no segmento de café solúvel e torrado prevalecem países asiáticos, muitos dos quais possuem tarifas preferenciais concedidas como membros da ASEAN. O Brasil, como maior produtor e exportador mundial, tem a oportunidade de ampliar sua participação por meio de participação em feiras, parcerias com redes de cafeterias, distribuidores e plataformas de e-commerce. O fortalecimento dessas relações comerciais, aliado à promoção da qualidade do café brasileiro, será fundamental para consolidar o país como o principal fornecedor de café para o mercado chinês nos próximos anos.



COLÔMBIA



55

ANÁLISE SITUACIONAL DO MERCADO DE BIOINSUMOS NA COLÔMBIA E RELATO DE POSSÍVEL OPORTUNIDADE DECORRENTE DO ATUAL MOMENTO VIVIDO NA PRODUÇÃO AGROPECUÁRIA NO PAÍS

Número: BOG-05-2025 (Vegetal)

Data: 14/02/2025

Posto: Bogotá/Colômbia

Palavras-chave: bioinsumos; exportações; produção agropecuária; dinâmica de mercado; comércio internacional; projeção de oportunidade

Responsável: Clóvis Augusto Versalli Serafini

SUMÁRIO:

Dentre os países da América do sul, América Central e Caribe, a Colômbia possui a maior população, depois do Brasil. O país possui papel estratégico na economia sul-americana e tem apresentado relevante crescimento econômico nos últimos anos, o que propicia a melhoria no padrão e o aumento do consumo de alimentos de toda a população local. As políticas públicas nacionais vêm sendo fortemente direcionadas para o incremento das áreas cultivadas; melhoria da produtividade; e diversificação das culturas vegetais no país, como ferramentas para o alcance da segurança e autossuficiência dos alimentos consumidos internamente, o que acarreta maior demanda por alimentos para animais, maquinários e insumos, como um todo. Estes fatos, somados às estratégias governamentais para incentivar o uso de bioinsumos no país, são sinais da necessidade, ainda maior, da oferta de bioinsumos para a utilização na agropecuária colombiana.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



RELATÓRIO:

Dentre os países da América do sul, América Central e Caribe, a Colômbia possui a maior população, depois do Brasil. O país possui papel estratégico na economia sul-americana e tem apresentado relevante crescimento econômico nos últimos anos, o que propicia a melhoria no padrão e o aumento do consumo de alimentos de toda a população local. Poderá tornar-se, em alguns anos, a segunda economia da América do Sul em paridade do poder de compra (PPC), ultrapassando a Argentina.

As políticas públicas nacionais vêm sendo fortemente direcionadas para o incremento das áreas cultivadas; melhoria da produtividade; e diversificação das culturas vegetais e animais no país, como ferramentas para o alcance da segurança e autossuficiência dos alimentos consumidos internamente. Esta estratégia é claramente um fator importante na dinâmica comercial local, já que a demanda por alimentos para animais, maquinários e insumos é uma realidade nos últimos anos. Deve-se registrar que diversos interlocutores colombianos ainda parecem desconhecer o potencial que os fluxos comerciais e a cooperação com o Brasil poderiam ter para alavancar a expansão agrícola da Colômbia (o país aproveita menos de 8 milhões de hectares de um total de quase 40 milhões de hectares cultiváveis).

Em consonância com a necessidade crescente de maior oferta de insumos estão as estatísticas sobre o aumento de áreas exploradas pela agricultura e o crescimento das principais culturas na Colômbia. Este incremento pode ser observado na tabela abaixo, que detalha em que áreas da produção agropecuária as principais culturas colombianas aumentaram nos últimos anos:

Grupo de culturas	Área cultivada (ha)		
	2022	2023	Variação (%)
Alimentos	2.992.447	3.085.203	3,1
Cereais	1.191.624	1.232.784	3,5
Frutas	1.068.760	1.092.222	2,2
Raízes e tubérculos	459.240	419.313	7,0
Hortaliças	130.971	131.732	0,6
Leguminosas	141.852	137.152	-3,3
Outros cultivos	2.369.046	2.420.556	2,2
Culturas tropicais tradicionais	1.647.664	1.653.498	0,4
Oleaginosas	721.382	767.058	6,3
Total	5.361.493	5.505.759	2,7

Fonte: UPRA 2023

Grupo de culturas	Área cultivada (ha)		
	2023	2024	Variação (%)
Alimentos	3.079.839	3.112.578	1,1
Cereais	1.231.971	1.253.839	1,8
Frutas	1.091.408	1.103.014	1,1
Raízes e tubérculos	491.142	499.537	1,7
Hortaliças	128.901	129.374	0,4
Leguminosas	136.417	126.815	-7,0
Outros cultivos	2.420.621	2.445.745	1,0
Culturas tropicais tradicionais	1.653.498	1.665.857	0,7
Oleaginosas	762.842	775.586	1,7
Temperos, medicinais e aromáticas	4.281	4.303	0,5
Total	5.500.460	5.558.323	1,1

Fonte: UPRA 2024

A clássica dinâmica da menor oferta e maior demanda vem desencadeando correções nos preços de muitos destes produtos fundamentais para as cadeias produtivas no campo colombiano. Como resultado do aumento abrupto nos preços dos insumos e as disfunções nas cadeias de produção e de distribuição, o setor agroindustrial mundial enfrenta um panorama desafiador. Por um lado, o preço dos fertilizantes tem sofrido incremento em cifras de até três dígitos, quando se compara com os valores utilizados em 2020. As cotações internacionais da Ureia, Fosfato Diamônico (DAP) e Cloreto de Potássio (KCl) estão próximos ao topo histórico, com valores similares aos recordes até então registrados, que tinham sido em 2008.

A Colômbia é um país considerado importador líquido de fertilizantes e de pesticidas. Os valores atuais estrondosos destes insumos agrícolas no mercado mundial têm sido, particularmente, preocupantes para o desempenho e perspectivas do setor agrícola do país. Além dos altos custos, os pesticidas



56



podem possuir altos níveis de toxicidade e o seu uso inadequado oferece riscos para a fauna, flora, aquíferos e, conseqüentemente, poderiam acarretar riscos à saúde humana.

O atual cenário mundial de altos preços, somado à crescente preocupação com o uso prudente e equilibrado de insumos agropecuários, vêm contribuindo para a consolidação dos bioinsumos, especialmente quando se trata da agropecuária tropical. A Colômbia representa atualmente 0,9% do mercado global de bioinsumos. A produção no país tem tido uma expansão importante nos últimos anos.

Segundo os dados publicados pelo Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), a produção de bioinsumos no país no ano de 2020 foi de mais de 2.040 toneladas. No período entre 2013 e 2019 foi registrado um crescimento médio anual na produção de bioinsumos na Colômbia na ordem de 39%. Em confluência com este importante incremento anual na produção nacional, ainda segundo o ICA, no acumulado desde 2013 ocorreu um incremento de 419,8% no volume produzido anualmente no país. Esta tendência de crescimento está alinhada com o entendimento global para a adoção de práticas agrícolas sustentáveis. Em contrapartida, a produção local de bioinsumos no ano de 2019 representava apenas 1,1% do mercado total de fertilizantes e pesticidas consumidos na Colômbia. Deve-se registrar que em 2012 esta proporção era bem menor (0,5%), o que denota também o aumento histórico e gradativo na proporção do consumo destes produtos.

Quanto ao panorama comercial, a autoridade fitossanitária da Colômbia afirma, com base em dados da FAO, que em 2019 as exportações de bioinsumos do país foram 2,5 vezes maiores do que em 2013, quase a mesma proporção (2,4x) que as importações do país também cresceram naquele período. Segue tabela com informações sobre o tema:

Tabla 1. Tamaño del mercado de bioinsumos en Colombia (Kg)

Año	Producción	Importaciones	Exportaciones
2013	392.878	25.000	9.721
2014	656.385	18.324	10.867
2015	1.252.012	40.272	9.421
2016	1.509.842	61.074	1.528
2017	1.868.910	29.465	3.473
2018	2.173.289	29.981	51.855
2019	2.405.919	61.952	25.742
2020	2.042.291	26.663	10.132

Fuente: ICA, FAO. Cálculos: Corficolombiana

Ao final do ano de 2024, o governo colombiano publicou que existiam 304 registros de empresas trabalhando com bioinsumos no país, entre produtores e importadores desta categoria. Há registros para utilização destes produtos em 135 alimentos, atualmente, no país. Estão entre as culturas que reportam o maior uso de insumos biológicos: arroz; tomate; rosas; café; algodão; e soja.

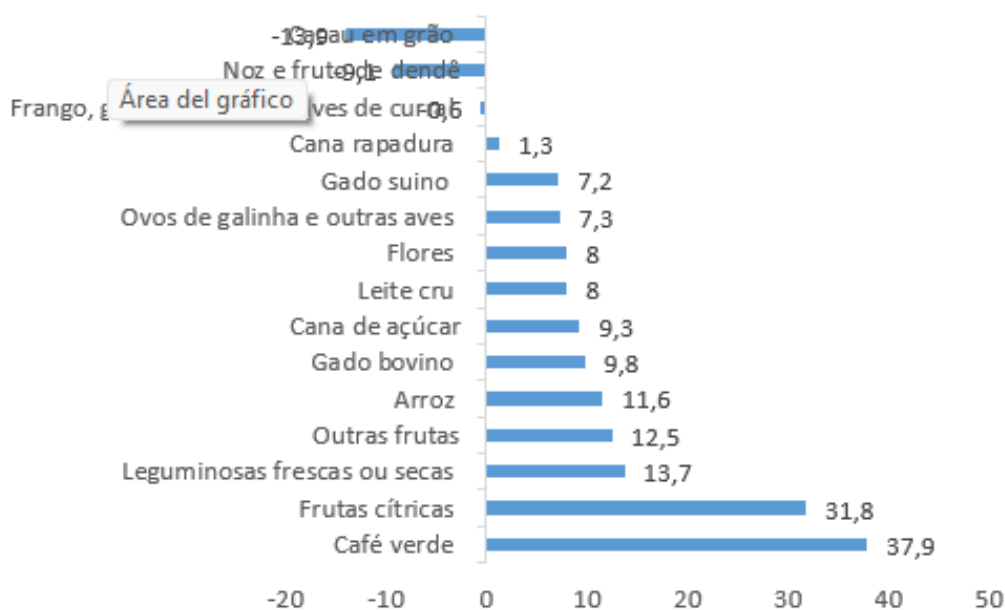
Os procedimentos de registro dos bioinsumos são regulamentados pela Resolução n°00375, de 27 de fevereiro de 2004. O ato normativo define o processo de registro para as empresas produtoras e importadoras de bioinsumos. A norma abrange os insumos biológicos e os extratos vegetais de uso



agrícola, quando produzidos na Colômbia ou importados, assim como as suas matérias-primas. Para a obtenção de registro de venda de bioinsumos de uso agrícola no país, o interessado deve apresentar solicitação de registro de venda do produto no formato estabelecido pela autoridade responsável pelo controle oficial e registro na Colômbia, o ICA. Os registros de produtos enquadrados como extratos vegetais e como substâncias bioquímicas não requerem licença ambiental por parte da ANLA (Autoridade Nacional de Licenças Ambientais), conforme previsto na Circular Externa nº1/2024.

Além dos registros de aumento considerável das áreas cultivadas nos últimos anos na Colômbia, é evidente que em 2024 ocorreu o aumento dos índices nacionais que mensuram o crescimento de culturas animais e vegetais em comparação com o ano anterior, destacaram-se o incremento de café verde; frutas cítricas e leguminosas. Na sequência consta um gráfico com estas informações:

Comportamento da produção principais produtos agrícolas e pecuarios. Taxa de crescimento anual (%). Terceiro trimestre 2024/2023.



Há registros de estratégias governamentais para incentivar o uso e produção de bioinsumos na Colômbia. O Governo Nacional aprovou, em 6 de janeiro de 2022 a Lei nº 2.183, a qual instituiu o Sistema Nacional de Insumos Agropecuários da Colômbia (SINIA). Trata-se de um mecanismo que busca identificar e determinar estratégias para o uso eficiente, competitivo, racional e sustentável dos insumos agropecuários no país, com foco especial nos bioinsumos. Portanto, são sinais que confluem para a conclusão de que a demanda por bioinsumos na agricultura colombiana será cada vez maior, o que pode caracterizar uma oportunidade para esta categoria de produtos provenientes do Brasil.



COREIA DO SUL

O MERCADO DE ETANOL NA COREIA DO SUL: DADOS GERAIS, TARIFAS, QUOTAS TARIFÁRIAS DA OMC E QUOTAS EMERGENCIAIS

Número: SEUL-06-2025

Data: 15/03/2025

Posto: SEUL/COREIA DO SUL

Palavras-chave: etanol; mercado; tarifas; quotas

Responsável: Ricardo Zanatta Machado - Adido Agrícola em Seul, Rodrigo Braune Wanderley – Assistente técnico da adidância agrícola

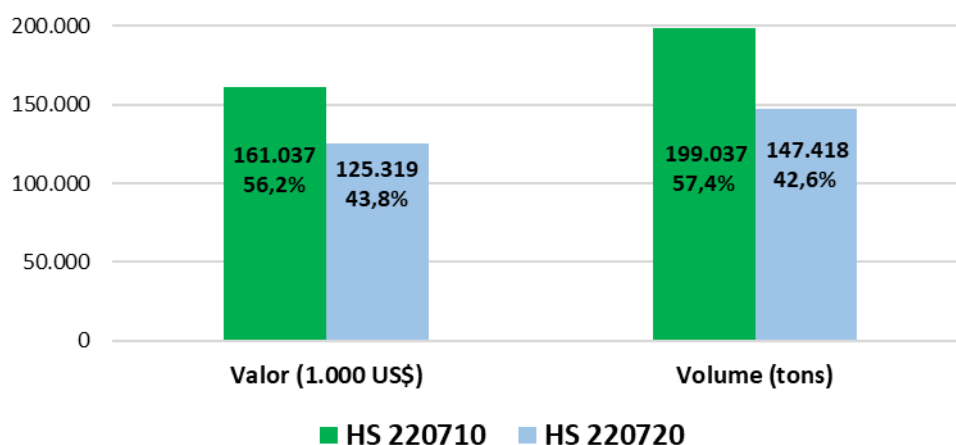
SUMÁRIO: Em 2024, a Coreia do Sul importou US\$ 286 milhões (346.456 toneladas) de etanol (HS 2207). Os principais fornecedores para o mercado coreano foram o Brasil e os EUA. Enquanto o primeiro dominou o mercado de etanol dos códigos tarifários 2207.10.1000 e 2207.10.9010, o segundo foi o principal exportador dos códigos 2207.10.9090 e 2207.20. No caso do etanol do código 2207.10.9010, existem quotas tarifas da OMC com volume de 10.333,8 kl e tarifas *intraquota* de 30% e *extraquota* de 270%. Adicionalmente, para o todo o ano de 2025, o governo sul-coreano estabeleceu uma quota tarifária emergencial de 160.000 kl para o etanol do código HS 2207.10.1000, com tarifa de 0%.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR/SERVIDORA DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

Em 2024, a Coreia do Sul importou US\$ 286 milhões e 346.456 toneladas de etanol do código HS2207, que incluem os álcoois etílicos não desnaturados com um teor alcoólico de 80%, ou mais, em volume (HS 220710)); bem como os álcoois etílicos e aguardentes, desnaturados, com qualquer teor alcoólico (HS 220720).



Gráfico 1. Importações coreanas de etanol, em 2024, por código HS (Valor (mil dólares) e volume (toneladas))

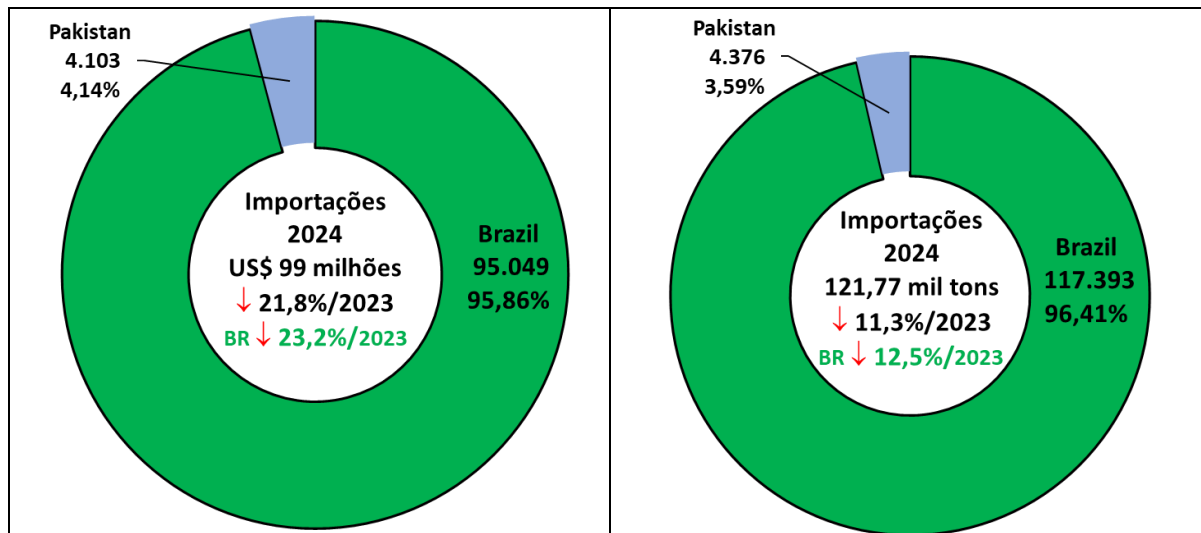


Fonte: Trademap (2025)

Os EUA e o Brasil foram responsáveis por fornecer 72% desse volume total importado. Entretanto, as suas participações são bastante distintas a depender do tipo de etanol importado pelos sul-coreanos. Enquanto o Brasil domina o mercado de etanol dos códigos tarifários 2207.10.1000 (97,5% de participação) (ver gráfico 2) e 2207.10.9010 (82,5% de participação) (ver gráfico 3), os EUA dominam a exportação dos códigos tarifários 2207.10.9090 (88% de participação) (ver gráfico 4) e HS 2207.20 (88% de participação) (ver gráfico 5).

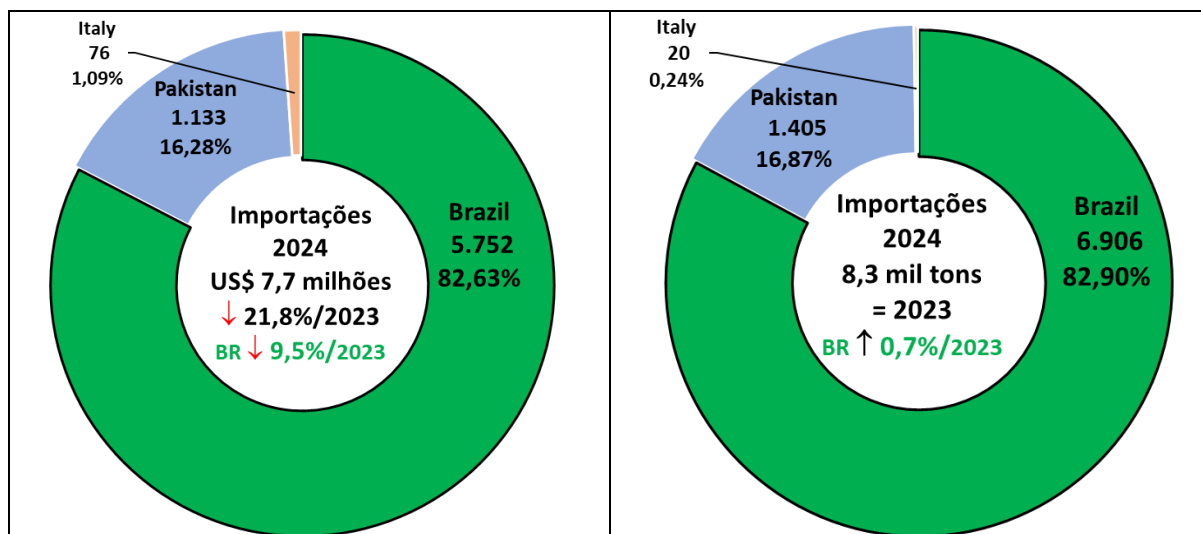


Gráfico 2. Importações coreanas de etanol, código tarifário coreano 2207.10.1000¹



Fonte: Trademap (2025)

Gráfico 3. Importações coreanas de etanol, código tarifário coreano HS 2207.10.9010²

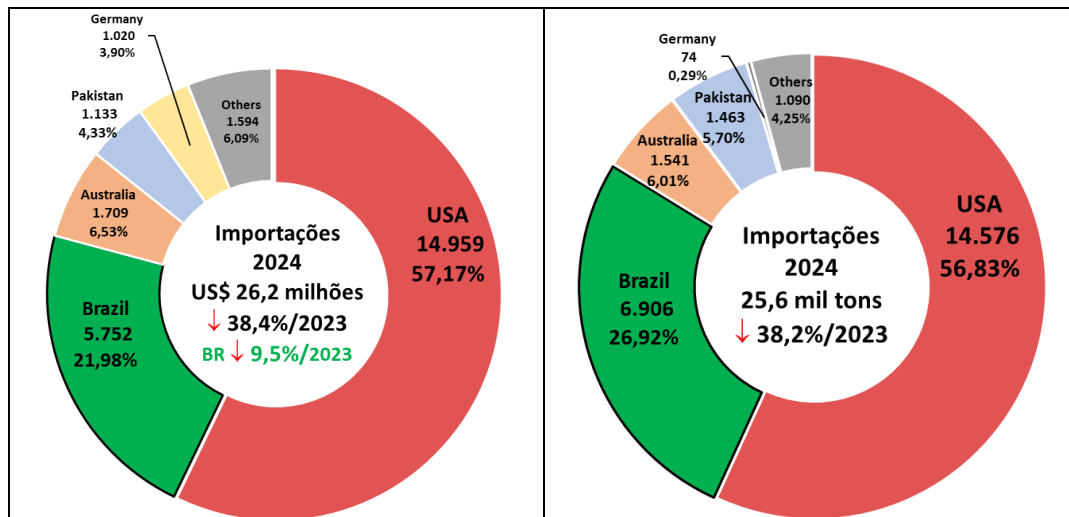


Fonte: Trademap (2025)

¹ Código tarifário coreano 2207.10.1000: Álcool etílico não desnaturado, com teor alcoólico, em volume, igual ou superior a 80% vol. > Com um teor de água inferior ou igual a 1% vol.

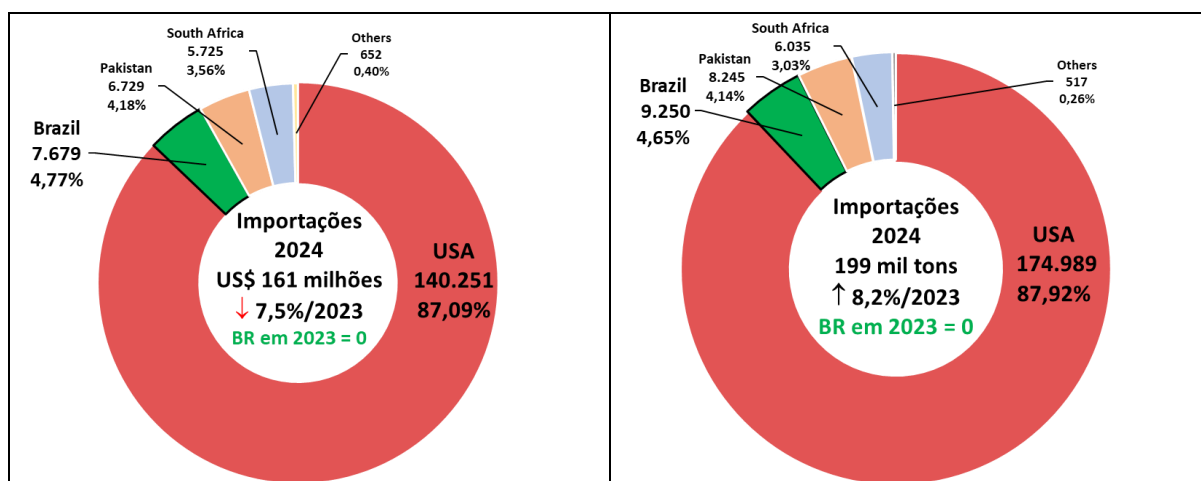
² Código tarifário coreano HS 2207.10.9010: Álcool etílico não desnaturado, com um teor alcoólico, em volume, igual ou superior a 80% vol. > Outros > Álcool para fabricação de bebidas alcoólicas

Gráfico 4. Importações coreanas de etanol, código tarifário coreano HS 2207.10.9090³



Fonte: Trademap (2025)

Gráfico 5. Importações coreanas de etanol, código tarifário coreano HS 2207.20⁴



Fonte: Trademap (2025)

A maior ou menor competitividade do Brasil na exportação de cada um dos tipos de etanol, depende fortemente da tarifa MFN (nação mais favorecida) definida pelos sul-coreanos para cada código tarifário, já que os EUA, por possuírem ALC com a Coreia, possuem grandes preferências tarifárias. Na

³ Código tarifário coreano HS 2207.10.9090: Álcool etílico não desnaturado, com um teor alcoólico, em volume, igual ou superior a 80% vol. > Outros (que não com teor de água inferior a 1% vol.) > Outros (que não álcool para fabricação de bebidas alcoólicas)

⁴ Código tarifário coreano 2207.20: Álcool etílico e aguardentes, desnaturados, com qualquer teor alcoólico



tabela 1, a seguir, encontram-se as tarifas aplicadas ao etanol brasileiro (tarifa NCM) e a tarifa aplicada aos principais concorrentes brasileiros que possuem ALC.

Tabela 1. Tarifas aplicadas para etanol, de diversos códigos da classe 2207

Código HS	Tarifa MFN	Tarifas dos principais concorrentes que possuem ALC
2207.10.1000	10%	USA 1,3%
2207.10.9010	Intraquota 30% Extraquota 270% Volume 10.333,8 kl	USA 0% (até 684 ton) ou 104% (acima desse volume) Austrália 0%; 24%
2207.10.9090	30%	US 0% ASEAN 0% Austrália 24% União Europeia 0%
2207.20	8%	USA 0% Austrália 2,1%

Fonte: Customs Korea

Conforme informado na tabela acima, para o etanol do código 2207.10.9010, existem quotas tarifas estabelecidas como parte dos compromissos a Coreia do Sul junto à OMC. Nesse caso, até o volume de 10.333,8 kl, a tarifa incidente (intraquota) é de 30% e, acima disso, a tarifa incidente (extraquota) é de 270%. Os detalhes dessa quota tarifária da OMC podem ser encontrados na tabela 2.

Tabela 2. Detalhes da quota tarifária da OMC, para os produtos do código tarifário HS 2207.10.9010

Produto (tarifa intra/extraquota)	Volume de acesso ao mercado	Entidade que administra a quota	Método de alocação da quota	Requisitos
Etanol 30/270	10.333,8 kl	Associação da indústria de bebidas da Coreia	De acordo com a capacidade e performance de produção	Possuir licença para produzir bebidas alcoólicas

Fonte: MAFRA

É importante destacar, ainda, que o governo sul-coreano estabeleceu, no início de 2025, uma quota tarifária emergencial de 160.000 kl para o etanol (código HS 2207.10.1000), com tarifa de 0%, para quantidades dentro desse limite. 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.

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 etanol do país. A lista pode ser acessada através do link: https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/relacoes-internacionais/adidos-agricolas/coreia-do-sul/2024_Lista_de_importadores_Etanol.pdf.



COSTA RICA

O ARROZ BRASILEIRO NA COSTA RICA



Número: SAO/05/2025

Data: 14/03/2025

Posto: São Jose- Costa Rica

Palavras-chave: arroz; oportunidade de mercado; diversificação

Responsável: Priscila Rech Pinto Moser

SUMÁRIO: O arroz é um alimento muito consumido na Costa Rica, sendo um dos principais ingredientes da culinária do país. Em 2024, o valor do comércio bilateral entre o Brasil e a Costa Rica atingiu o valor recorde de 722 milhões de dólares, sendo o arroz, o produto principal exportado pelo Brasil na balança comercial total, contribuindo com 16,74% das exportações totais brasileiras e atingindo o valor de 97 milhões de dólares. Em 2023, 70% do arroz importado pela Costa Rica era de origem brasileira. A redução da tarifa proporcionada pela “rota do arroz” beneficia o arroz do Brasil e é uma oportunidade para manutenção ou aumento do *market share* brasileiro.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO





Em 2024, o valor do comércio bilateral entre o Brasil e a Costa Rica atingiu o valor recorde de 722 milhões de dólares, verificando-se um aumento das exportações brasileiras de 4%, que se elevaram de 558 milhões de dólares para 583 milhões de dólares. Em geral, a Costa Rica é um dos países que mais depende da importação de grãos básicos, como o feijão, o milho e o arroz. O arroz foi o principal produto exportado pelo Brasil na balança comercial total, sendo que contribuiu com 16,74% das exportações totais brasileiras, atingindo o valor de 97 milhões de dólares. Em 2023, 70% do arroz importado pela Costa Rica era de origem brasileira.

O arroz, assim como o feijão, é um alimento muito consumido na Costa Rica, sendo um dos principais ingredientes da culinária do país. Os costarriquenhos consomem principalmente o arroz com o feijão preto, usado em pratos tradicionais. A combinação de feijão e arroz é um prato muito popular e é consumida no café da manhã e no almoço, com nomes tradicionais como “Gallo Pinto” e “Casado”. A culinária da Costa Rica é semelhante à brasileira e à mexicana, e inclui outros ingredientes como milho, abacate e banana da terra. Os pratos típicos também são muito apreciados em restaurantes locais. Adicionalmente, existe um movimento gastronômico no país em querer valorizar os pratos tradicionais em restaurantes de alto nível.



Foto 1: Prato típico “Casado”.



Foto 2: Prato típico “Gallo Pinto”.

O consumo do arroz é realizado através das redes de supermercados, comprados em pacotes de variadas quantidades. A adidância observou na rede de supermercados pacotes de 400 g, 500g, 1 kg, 1,9kg, 3kg, 4kg, 5 kg, 10kg e 23kg. Também é vendido a granel ou pacotes nas feiras de agricultores locais. Os pacotes de arroz vendidos nos supermercados são fortificados e as suas embalagens indicam a porcentagem de arroz inteiro, atributo notado e valorizado pelo consumidor final, conforme fotos abaixo. Destaca-se que esta adidância identificou em supermercados algumas marcas comercializando o arroz brasileiro e indicando no rótulo “ORIGEM: BRASIL”.





Foto 3: Pacote de arroz vendido nas grandes redes de supermercados locais, contendo porcentagem de arroz inteiro de 99%.

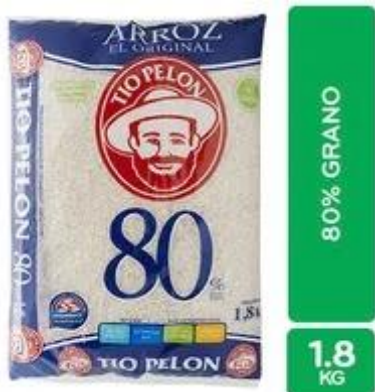


Foto 4: Pacote de arroz vendido nas grandes redes de supermercados locais, contendo porcentagem de arroz inteiro de 80%.



Foto 5: Pacote de arroz vendido nas grandes redes de supermercados locais, contendo porcentagem de arroz inteiro de 99,5%.



Foto 6: Pacote de arroz orgânico “livre de pesticida” vendido nas grandes redes de supermercados locais, contendo porcentagem de arroz inteiro de 95%.



Foto 7: Pacote de arroz vendido nas grandes redes de supermercados locais, contendo porcentagem de arroz inteiro de 91%.



Foto 8: Pacote de arroz vendido nas grandes redes de supermercados locais, contendo porcentagem de arroz inteiro de 99%.

O arroz vendido ao consumidor é fortificado. O Ministério da Saúde da Costa Rica regulamenta a fortificação do arroz beneficiado nacional e importado por meio de decretos. O objetivo é garantir que o arroz contenha os nutrientes que faltam na dieta da população. Um laboratório autorizado emite um certificado de conformidade certificando que o arroz está em conformidade com os níveis de fortificação. Os Decretos relacionados à fortificação do arroz são: o Decreto nº 30.031 de 2002 que regulamenta o enriquecimento mínimo do arroz beneficiado com 105 µg de selênio e o Decreto Executivo 33124 de 2006 que reforma o Regulamento para Fortificação do Arroz. O Regulamento para Fortificação do Arroz N° 30031, está acessível no link abaixo.

http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?nValor1=1&nValor2=47679

Imbróglgio tarifário: Rota do Arroz

Em 3 de agosto de 2022, o governo Chaves Robles assinou o Decreto 43642 MAG-MEIC-COMEX, que reduziu a tarifa de importação de arroz de 35% para 4% no caso do arroz beneficiado e de 35% para 3,5% no caso do arroz em casca. No entanto, em novembro de 2022, um grupo de produtores de arroz entrou com uma ação judicial contra o decreto que reduziu esta tarifa de importação do arroz.

O Tribunal Administrativo e Cível da Fazenda Pública acatou medida cautelar solicitada por um grupo de produtores de arroz em novembro de 2022 e ordenou a suspensão do referido decreto. Adicionalmente, em 9 de novembro de 2022, um grupo organizado de produtores de arroz das regiões

do Pacífico e Brunca, na Costa Rica, entrou com uma ação judicial perante a Corte contra o decreto que reduziu a tarifa de importação do arroz, argumentando que o setor nacional de arroz estava sendo desmantelado. Um ano e cinco meses depois, o Tribunal decidiu aceitar a medida cautelar definitiva solicitada pelos produtores e ordenou a suspensão dos efeitos do Decreto Executivo 43642, mas em junho de 2024, após uma apelação apresentada pelo Estado, a diminuição das tarifas voltou a vigorar.



Tarifas- Oportunidades

O Brasil não possui acordo comercial ou tratado de livre comércio com a Costa Rica, portanto, não recebe nenhum benefício fiscal ou regime especial de tarifa para a importação de produtos brasileiros, sendo necessário pagar o total dos impostos de entrada.

Os países e regiões que mantêm um acordo de livre comércio com a Costa Rica, possuem exonerações parciais ou totais no pagamento de tarifas ou impostos. Alguns desses países são: China, Estados Unidos, Canadá, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Guatemala, Panamá, U.K., México, Singapura, Coreia do Sul, República Dominicana, Equador, Colômbia, Peru, e países da União Europeia e da European Free Trade Association (EFTA).

O arroz brasileiro é reconhecido pela sua qualidade e está em condições de cumprir os requisitos de qualidade exigidos pela Costa Rica. A redução da tarifa proporcionada pela "rota do arroz" coloca o arroz brasileiro em melhores condições de concorrência com o arroz proveniente dos países com os quais a Costa Rica possui acordos comerciais. Desta forma, esta medida representa uma excelente oportunidade para manter ou aumentar o "marketshare" do produto brasileiro no país.



EGITO

MERCADO DO GERGELIM NO EGITO – DEMANDA EM ALTA

Número: CAI-05-2025

Data: 17/03/2025

Posto: Cairo/Egito

Palavras-chave: gergelim; exportação; mercado; demanda; oportunidades

Responsável: Rafael Mohana de Carvalho Refosco

SUMÁRIO: As importações egípcias de gergelim representaram 2,2% das importações mundiais do produto no ano de 2023. O Egito é o nono maior importador mundial de gergelim. Atualmente existe apenas um restrito conjunto de países fornecedores de gergelim ao Egito. Sudão, Índia, Chade e Paquistão se apresentam como os maiores concorrentes do Brasil no fornecimento de gergelim ao Egito, sendo que o Sudão, que em 2023 detinha 77% do mercado egípcio, perdeu expressiva fatia deste mercado devido à guerra civil que assola o país desde o início do ano de 2023. Os produtores e exportadores brasileiros podem aproveitar a diminuição da oferta sudanesa de gergelim para incrementar as suas vendas ao Egito, um mercado de US\$ 100 milhões em 2023. As exportações de gergelim do Brasil ao Egito registraram crescimento nos últimos anos (2022 a 2024).

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR (A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASIL



O mercado egípcio de gergelim oferece oportunidades para o incremento da penetração do produto brasileiro, tendo em vista o restrito conjunto de países fornecedores. O Sudão e a Índia apresentam-se como os maiores concorrentes do Brasil para o fornecimento de gergelim ao Egito. Segundo fontes do setor industrial egípcio, as sementes de gergelim provenientes da Índia geralmente apresentam uma cor mais clara e são mais macias do que as sementes de outras origens (p. ex.: Brasil e Sudão), e também são conhecidas neste mercado como sementes possuidoras de um sabor mais adocicado. Estas características do gergelim indiano contrastam com as sementes de gergelim importadas do Sudão, que normalmente têm uma cor creme.

Escopo

SH6	DESCRIÇÃO SH6
120740	Sementes de gergelim, mesmo trituradas

Mercado do gergelim no Egito

1 – Produção

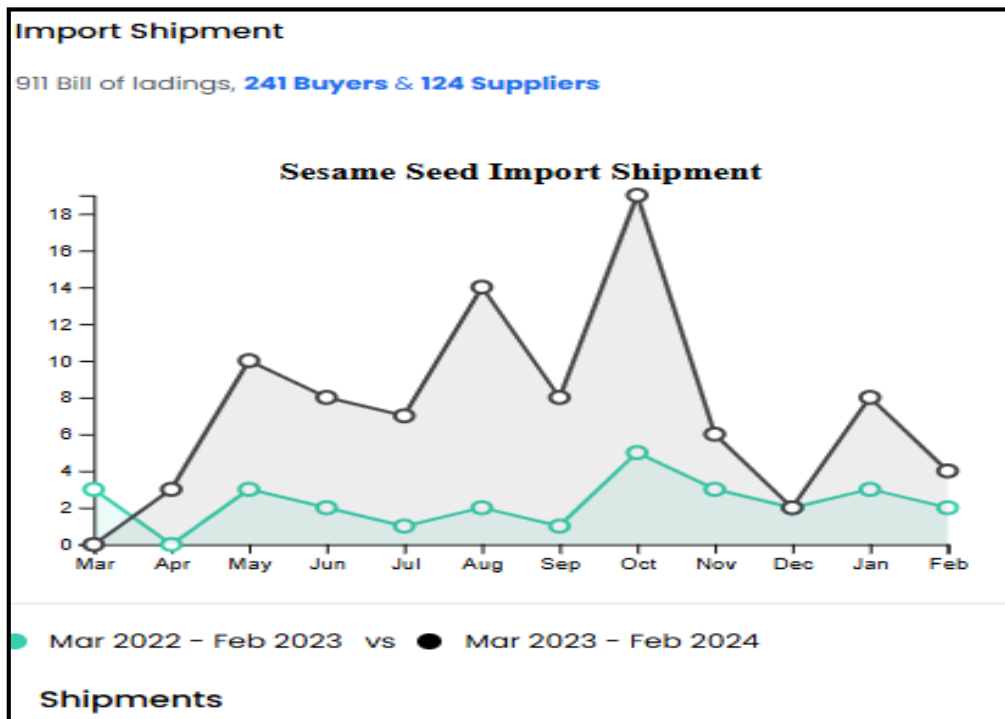
O gergelim é considerado uma das culturas oleaginosas mais importantes do Egito, por ser bem cultivado em terras amarelas, claras, pesadas e arenosas que foram recentemente recuperadas. A pesquisa técnico-científica egípcia tem envidado esforços para desenvolver soluções que visem superar os problemas relativos ao aumento da produção de gergelim neste país.

Recentemente se constatou que os agricultores têm sido relutantes em cultivar gergelim no Egito, ao optarem por cultivar culturas mais lucrativas. Isto é atribuído à existência de alguns problemas de produção e comercialização enfrentados pelo cultivo do gergelim, bem como à baixa taxa de autossuficiência e às baixas áreas cultivadas.

2 – Importação e exportação

De acordo com os dados de importação do Egito da Volza™, o país importou 89 carregamentos de sementes de gergelim entre os meses de março de 2023 e fevereiro de 2024 (Figura 1). Estas importações foram supridas por 37 exportadores estrangeiros a 39 compradores egípcios, marcando uma taxa de crescimento de 230% em comparação com os doze meses anteriores. Neste período, somente em fevereiro de 2024, o Egito importou 4 carregamentos de sementes de gergelim. Isto marca um crescimento anual de 100% em comparação com fevereiro de 2023, e um aumento sequencial de 50% a partir de janeiro de 2024. O Egito importa a maior parte das suas sementes de gergelim da Índia, Sudão e Brasil (Figura 2).

Figura 1 – Número de carregamentos de gergelim importados pelo Egito.

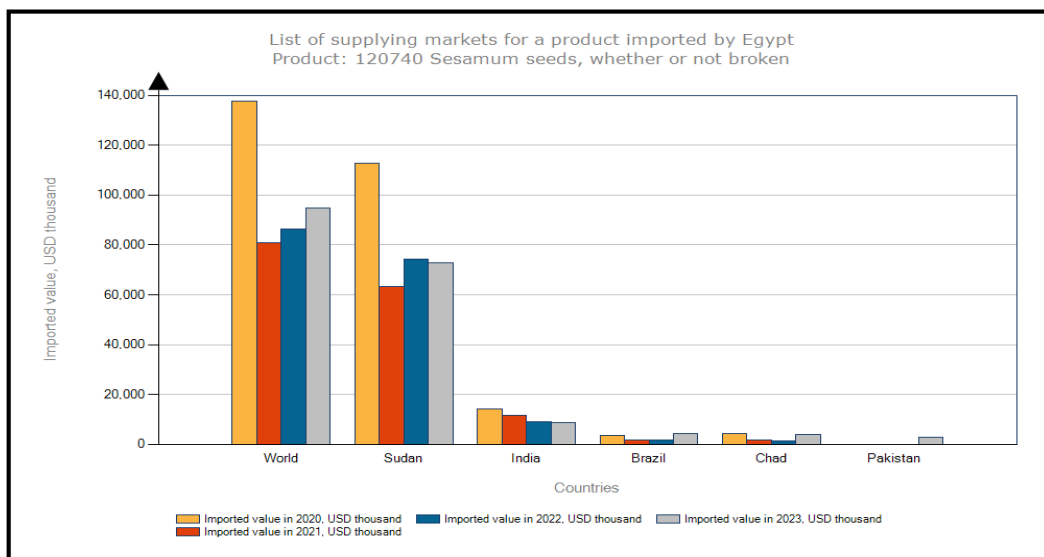


Fonte: <https://www.volza.com/p/sesame-seed/import/import-in-egypt/>

Volumes de comércio por produto (em toneladas). 2019 a 2023.							
Código SH	Descrição	Fluxo de comércio	2019	2020	2021	2022	2023
120740	Sementes de gergelim, mesmo trituradas	Importação	42.290	71.755	43.307	38.583	39.213
		Exportação	13.970	28.656	33.323	29.219	22.478

Valor de comércio por produto (em milhares de dólares). 2019 a 2023.							
Código SH	Descrição	Fluxo de comércio	2019	2020	2021	2022	2023
120740	Sementes de gergelim, mesmo trituradas	Importação	89.263	137.77	80.891	86.265	94.759
		Exportação	30.874	46.388	55.120	54.378	51.533

Figura 2 – Lista dos principais países fornecedores de gergelim ao Egito. 2020 a 2023.



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

Questões comerciais

1 – Tarifas de importação

Tarifas de importação para pulses no Egito (2024)				
Código SH	Descrição	Tarifa padrão	Acordo Mercosul - Egito	Tarifa após desgravação tarifária (setembro de 2021)
120740	Sementes de gergelim, mesmo trituradas	0%	Categoria A	0%

2 – Comércio de gergelim entre o Brasil e o Egito

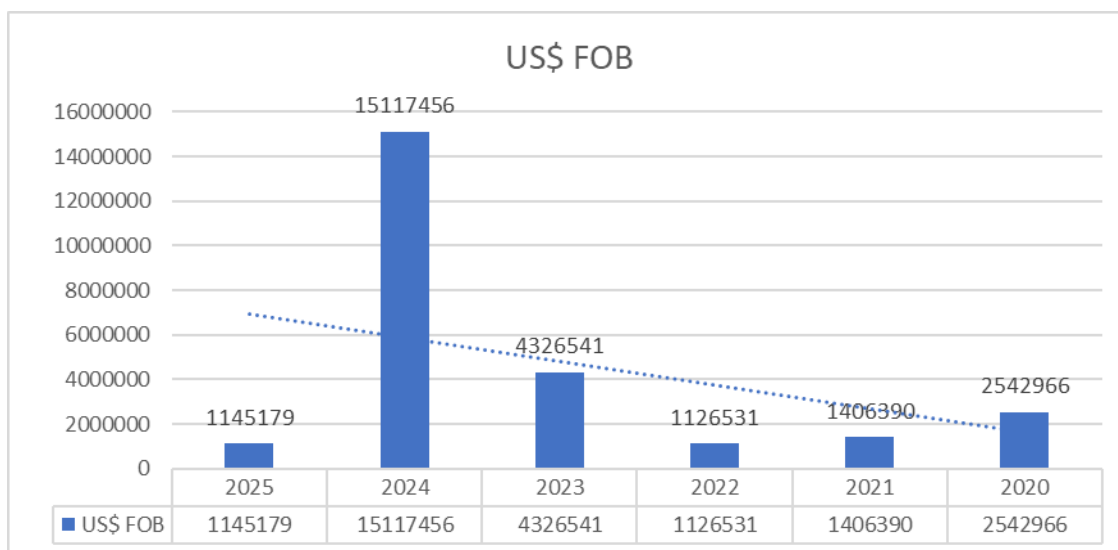
De acordo com dados obtidos junto à plataforma *Comex Stat* (<https://comexstat.mdic.gov.br/en/geral>), o Egito, ao longo de todo o ano de 2024 e no mês de janeiro deste ano, posicionou-se como o 7º principal país de destino do gergelim brasileiro.

Ao término do ano de 2023 o Egito foi o 8º maior importador do gergelim de origem brasileira.

Nos anos anteriores a 2023 o Egito importou quantidades menores de gergelim do Brasil (Figura 3).

Figura 3 – Importações egípcias de gergelim do Brasil. 2020 a 2025 (parcial) (em US\$, FOB).





Fonte: CAPMAS (<https://www.capmas.gov.eg/HomePage.aspx>).

Conclusões

O Egito aplica tarifa zero ao gergelim de todas as origens. Assim, os principais fatores que afetam a competitividade são a **qualidade** e o **preço**, especialmente se levarmos em conta que o principal objetivo da importação de gergelim pelo Egito é para utilizá-lo como matéria prima para a produção de alimentos típicos da cultura árabe, tais como o “*tahine*” e o “*halawa spread*”.



Tahine



Halawa spread

EMIRADOS ARABES UNIDOS

ORGÂNICOS BRASILEIROS NOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS: SAÚDE E SUSTENTABILIDADE

Número: ABUD-05-2025

Data: 14/03/2025

Posto: Abu Dhabi/Emirados Árabes Unidos

Palavras-chave: Emirados Árabes Unidos; produtos orgânicos; sustentabilidade; certificação

Responsável: Vanessa Medeiros de Jesus

SUMÁRIO: Os Emirados Árabes Unidos têm demonstrado um crescimento significativo na demanda por produtos orgânicos. O consumo de orgânicos é impulsionado por fatores como maior conscientização do consumidor; população expatriada crescente e preferência por produtos alimentícios saudáveis e produzidos de forma sustentável. O Brasil, como um importante produtor de alimentos orgânicos, possui uma oportunidade estratégica para expandir sua presença nesse mercado. Apesar da concorrência internacional e desafios logísticos, o Brasil pode se destacar pela qualidade de seus produtos e capacidade de atender às exigências locais por certificações reconhecidas globalmente. Recomenda-se investir em promoção comercial, parcerias locais e logística eficiente para consolidar a presença brasileira no mercado emirático.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



1. Panorama do Mercado Global de Produtos Orgânicos

O mercado global de alimentos orgânicos foi avaliado em US\$ 177 bilhões em 2023 e deve crescer para US\$ 529 bilhões até 2032, exibindo uma taxa de crescimento anual composta (CAGR) de 12,99% durante o período. A Europa dominou o mercado de alimentos orgânicos com uma participação de mercado de 44% em 2023. Além disso, o mercado de alimentos orgânicos nos Estados Unidos deverá crescer significativamente, atingindo um valor estimado de US\$ 185 milhões até 2032, impulsionado pela elevada preocupação com a saúde entre a população do país, aliada ao crescente lançamento de produtos alimentares orgânicos.

1.1 Importações e Consumo nos EAU

Os Emirados Árabes Unidos (EAU) têm demonstrado um crescimento significativo na demanda por produtos orgânicos, impulsionado por fatores como maior conscientização do consumidor; população expatriada crescente e preferência por produtos alimentícios saudáveis e produzidos de forma sustentável. O Brasil, como um importante produtor de alimentos orgânicos, possui uma oportunidade estratégica para expandir sua presença nesse mercado.

O mercado de alimentos orgânicos dos Emirados Árabes Unidos foi avaliado em US\$ 44,67 milhões em 2024 e deve crescer para US\$ 51,23 milhões até 2030 com uma CAGR de 4,62% durante o período previsto.

1.2 Principais Fornecedores para os EAU

Os principais fornecedores de produtos orgânicos para os EAU são Índia, Estados Unidos e União Europeia. O Brasil ainda possui uma participação modesta nesse mercado, mas tem potencial para crescer devido à qualidade dos produtos brasileiros e à capacidade de atender nichos específicos.

2. Oportunidades Estratégicas para o Brasil

2.1 Expansão no Segmento Premium

Produtos orgânicos premium têm alta aceitação nos EAU devido ao poder aquisitivo elevado da população local e expatriada. Frutas tropicais brasileiras como manga e abacaxi podem ser posicionadas como produtos diferenciados.

2.2 Certificação Orgânica Internacional

Investir em certificações reconhecidas globalmente, como *USDA Organic* ou *EU Organic Certification*, pode aumentar a credibilidade dos produtos brasileiros no mercado emirático.

2.3 Hub Logístico Regional

Os EAU funcionam como um hub logístico estratégico para redistribuição de produtos orgânicos a mercados secundários no Golfo e na Ásia.



3. Desafios no Mercado Emirático

3.1 Concorrência

Países como Índia e Estados Unidos dominam o mercado devido à proximidade geográfica e/ou tradição em produção orgânica. Há que se observar, ainda, a existência de políticas e incentivos governamentais locais que apoiam a agricultura sustentável e orgânica, como, por exemplo, a produção de hortaliças em fazendas verticais, com uso de hidroponia.

3.2 Preços Mais Altos

O modo de produção faz com que os produtos orgânicos geralmente tenham preços mais altos em comparação às alternativas convencionais, o que representa um desafio para a adoção generalizada entre consumidores sensíveis a preços.

3.3 Regulamentações Sanitárias

Os EAU possuem exigências rigorosas em relação à rastreabilidade e à certificação orgânica, exigindo conformidade total dos exportadores brasileiros.

3.4 Logística

O transporte aéreo e rotas marítimas mais ágeis são essenciais para garantir a qualidade dos produtos frescos brasileiros.

Conclusão

O mercado de produtos orgânicos nos Emirados Árabes Unidos oferece oportunidades estratégicas para o Brasil expandir suas exportações agrícolas, especialmente em frutas tropicais, grãos integrais e vegetais frescos certificados como orgânicos. Apesar da concorrência internacional e dos desafios logísticos, o Brasil pode se destacar pela qualidade dos seus produtos e pela capacidade de atender nichos premium no mercado emirático. Para potencializar essas oportunidades, sugere-se:

1. Promoção Comercial: Participar ativamente em feiras, como *Gulfood Green* ([Organic & Natural Food Expo Dubai - Gulfood Green 2026](#)), para destacar os produtos orgânicos brasileiros diretamente aos compradores locais.
2. Certificações Internacionais: Investir em certificações reconhecidas globalmente para atender às exigências locais.
3. Parcerias Locais: Estabelecer alianças com distribuidores emiráticos, especialmente redes de supermercados e lojas especializadas, para melhorar a penetração no mercado.
4. Investimento em Logística: Garantir transporte eficiente para preservar a qualidade dos produtos frescos.
5. Marketing Direcionado: Desenvolver campanhas focadas em saúde e sustentabilidade para atrair consumidores.



ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

PREÇO E CONSUMO DE CAFÉ NOS EUA



Número: WAS-06-2025

Data: 14/03/2025

Posto: WASHINGTON/ESTADOS UNIDOS DA AMÉRICA

Palavras-chave: Estados Unidos, Consumo, Preços, Oferta, Sustentabilidade.

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

SUMÁRIO: O mercado de café nos Estados Unidos continua em ascensão, impulsionado pelo forte consumo e pela crescente demanda por cafés especiais. No entanto, os preços do café moído registraram um aumento significativo de 21,64% em um ano, reflexo das condições climáticas adversas que reduziram a oferta global. Além do impacto climático no Brasil, Colômbia e Vietnã, fatores como câmbio, custos logísticos e mudanças nos hábitos de consumo também pressionam os preços. A tendência é de manutenção dos valores elevados no curto prazo, com impactos diretos para consumidores e redes de cafeterias. A valorização do café abre oportunidades para exportadores que investem em qualidade e rastreabilidade.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO





78

1. Mercado em Ascensão e Pressão nos Preços

O consumo de café nos Estados Unidos continua sólido, consolidando o país como um dos maiores consumidores globais da bebida. No entanto, os preços do café moído vêm registrando alta significativa ao longo do último ano. Em março de 2024, o preço médio de uma libra de café moído era de US\$ 5,96, enquanto em março de 2025 o valor saltou para US\$ 7,25, um aumento de 21,64%. Esse aumento se deve às persistentes condições climáticas adversas que reduziram a oferta e diminuíram os estoques globais, fazendo com que os preços do café bruto disparassem.

Os choques nos preços do café bruto levam cerca de um ano para impactar os consumidores, enquanto os efeitos residuais duram pelo menos quatro anos, de acordo com um relatório publicado pela Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO).

De acordo com a FAO, cerca de 80% desses aumentos de preços serão repassados aos consumidores ao longo de 8 meses nos Estados Unidos.

2. Principais fornecedores ao mercado americano

O Brasil se mantém como o principal exportador de café para os Estados Unidos, seguido por Colômbia, Guatemala, Honduras e Peru. Entre 2023 e 2024, as exportações brasileiras para o mercado americano registraram um expressivo crescimento, com um aumento de 45% em valor e 32% em volume, refletindo a forte demanda e a valorização do produto no cenário internacional.

País de Origem	2023		2024		Variação Valor (%)	Variação Volume (%)
	Valor (US\$)	Volume (toneladas)	Valor (US\$)	Volume (toneladas)		
Brasil	\$1.347.465	343.297	\$1.957.859	452.983	45	32
Colômbia	\$1.311.543	247.782	\$1.414.465	262.363	8	6
Guatemala	\$456.717	76.422	\$435.374	79.207	-5	4
Honduras	\$462.123	95.865	\$422.069	85.975	-9	-10
Peru	\$261.222	53.778	\$367.592	70.550	41	31
Total	\$5.924.572	1.276.027	\$6.634.853	1.348.037	12	6

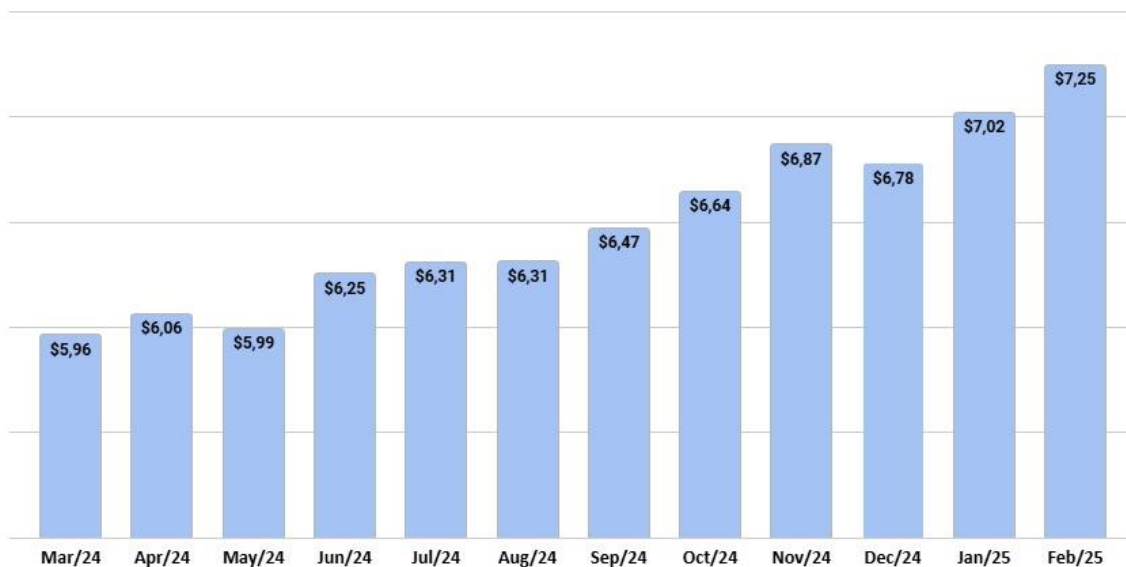
Fonte: GATS/USDA.

Em 2023, os americanos gastaram, em média, 13% de suas despesas totais com alimentação, totalizando aproximadamente US\$ 9.986 por família. Este percentual representa um aumento em relação a 2022, quando os gastos com alimentação correspondiam a 11,3% da renda disponível. Vale destacar que famílias de menor renda destinam uma parcela maior de seus rendimentos à alimentação.



79

Preço do Café Moído, por libra (454g) nos EUA - Últimos 12 meses



Fonte: U.S. Bureau of Labor Statistics - Coffee, 100%, ground roast, all sizes, per lb. (453.6 gm) in U.S. city average, average price, not seasonally adjusted

O Brasil, maior produtor mundial de café, enfrentou desafios climáticos que comprometeram significativamente a safra. A escassez de chuvas em regiões produtoras-chave, como Minas Gerais e São Paulo, combinada com ondas de calor intensas, resultou em estresse hídrico para as plantas, afetando a floração e reduzindo o volume e a qualidade dos grãos. Além disso, geadas atípicas registradas em períodos críticos do ciclo produtivo causaram danos adicionais aos cafezais, impactando não apenas a safra atual, mas também as futuras. Esse cenário reduziu a oferta do produto no mercado global, pressionando os preços e intensificando a volatilidade no setor.

Além disso, a valorização do real frente ao dólar impacta diretamente o preço do café exportado pelo Brasil, tornando-o mais caro para importadores americanos.

A Colômbia e o Vietnã, dois dos maiores exportadores mundiais de café, também enfrentaram reduções significativas na oferta devido a uma combinação de fatores climáticos e logísticos. Na Colômbia, chuvas excessivas ligadas ao fenômeno La Niña afetaram a floração e a maturação dos grãos, comprometendo a produtividade e a qualidade da safra. Em janeiro de 2025, houve ameaças de imposição de tarifas dos EUA sobre as importações de café da Colômbia, terceiro maior produtor mundial, gerando instabilidade no setor e nos preços.

Já no Vietnã, maior produtor de café robusta, períodos de seca prolongada impactaram as lavouras, reduzindo a produção e elevando os custos para os cafeicultores. Além dos desafios climáticos, dificuldades logísticas, como escassez de contêineres e custos elevados de transporte marítimo, agravaram o cenário, restringindo a exportação e pressionando ainda mais os preços no mercado internacional.



3. Perspectivas para o Setor

Os preços devem continuar pressionados no curto prazo, principalmente devido à volatilidade da produção e custos logísticos. O consumo do café fora de casa voltou a subir após a pandemia, especialmente em cafeterias e redes premium, onde os preços são naturalmente mais elevados. Mas o mercado americano está cada vez mais atento à origem e ao impacto ambiental do café, abrindo espaço para certificações como *Fair Trade* e *Rainforest Alliance*.

Além disso, os novos formatos de consumo de café, como cafés em cápsula e bebidas geladas, seguem ganhando espaço e ampliando o mercado consumidor. A valorização do café no mercado americano reforça a importância do Brasil como fornecedor estratégico e sinaliza oportunidades para produtores e exportadores que investirem em qualidade, rastreabilidade e diferenciação de produto.

4. Impacto nos Consumidores e no Mercado

Consumidores americanos já sentem o impacto desses aumentos, com cafeterias e redes como Starbucks e Dunkin' anunciando ajustes nos preços de suas bebidas.

Especialistas preveem que os preços do café podem continuar elevados nos próximos meses, dependendo das condições climáticas e das políticas comerciais globais, frente a ameaça de imposição de tarifas.

5. Conclusão

O mercado de café nos Estados Unidos continua em expansão, impulsionado pelo alto consumo e pela crescente demanda por produtos de maior qualidade e certificação. No entanto, a pressão nos preços tem sido um desafio para consumidores e redes de cafeterias, refletindo os impactos da redução da oferta global, das adversidades climáticas e das dificuldades logísticas enfrentadas pelos principais países produtores.

A valorização do café no mercado americano reforça a posição estratégica do Brasil como principal fornecedor, abrindo oportunidades para exportadores que investirem em qualidade, rastreabilidade e diferenciação de produto. Ao mesmo tempo, a continuidade da volatilidade dos preços dependerá da recuperação da produção global, das condições climáticas e de possíveis mudanças nas políticas comerciais dos EUA, especialmente no que diz respeito a tarifas sobre importações.

Diante desse cenário, o setor precisa se adaptar a um ambiente desafiador, onde a busca por eficiência, sustentabilidade e inovação no consumo pode ser determinante para a competitividade e o crescimento da indústria cafeeira nos próximos anos.





81

ETIÓPIA

FLORES

Número: ADIS-03-2025-VEG

Data: 15/03/2025

Posto: Adis Abeba/ Etiópia

Palavras-chave: Etiópia. Floricultura. Horticultura. Exportação.

Responsável: Fabiana Villa Alves

SUMÁRIO:

A Etiópia é o quinto maior produtor e exportador mundial de flores, com os principais destinos sendo Países Baixos, Alemanha, Reino Unido, Japão, Emirados Árabes Unidos e Arábia Saudita. O setor representa o segundo maior produto de exportação da Etiópia, com cerca de 15% das exportações totais do país. É, portanto, um pilar importante da economia nacional e faz parte do Plano de Crescimento e Transformação, que visa tornar o país uma economia de renda média até 2025. O plano busca atrair investidores estrangeiros, oferecendo incentivos como isenção de impostos, empréstimos e serviços subsidiados, para criar empregos e reduzir a pobreza. Nos últimos dez anos, o setor de exportação de flores cresceu significativamente, beneficiado pelo clima favorável, mão de obra barata e abundante, e logística aérea facilitada. No entanto, ainda enfrenta grandes desafios como escassez de moeda estrangeira, instabilidade política, falta de infraestrutura adequada, escassez de informações de mercado, ausência de insumos fundamentais e sustentabilidade.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR/SERVIDORA DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



As primeiras empresas de flores na Etiópia surgiram no início dos anos 1990. Com o apoio das políticas governamentais, investidores estrangeiros foram atraídos pela isenção fiscal de cinco anos, isenção de impostos para importação de maquinário, fácil acesso a empréstimos bancários e a disponibilidade de mão de obra fácil de treinar. Rapidamente, o produto se consolidou como uma das cinco principais *commodities* fontes de geração de divisas do país.

Atualmente, o setor de floricultura da Etiópia está em forte expansão, posicionando o país como o segundo maior produtor e exportador de flores da África, atrás apenas do Quênia, e o quinto maior fornecedor global de rosas. Além de investimentos significativos em infraestrutura e incentivos fiscais, a topografia e o clima do país, com altitudes de até 2.000 metros acima do nível do mar, oferecem condições ideais para a produção de flores de alta qualidade, constituindo uma importante vantagem competitiva para a indústria floricultora local (Figura 1).



Figura 1. Cultivo de flores na Etiópia. Fonte: <https://africabusinessnetworking.com/ethiopia-becomes-africas-second-largest-flower-exporter/>

Os principais polos produtores estão localizados nas regiões de Adis Abeba, Oromia (Holta, Bishoftu, Sebeta, Ejera, Woliso, Welkite, Dawit e Sendafa) e Amhara (com destaque para Bahir Dar).

O setor emprega mais de 100.000 pessoas, sendo a maioria mulheres, distribuídas em cerca de 100 empresas, que ocupam aproximadamente 3.500 ha, e geram receitas anuais com exportação superiores a US\$ 300 milhões, equivalente a cerca de 80% da receita da horticultura da Etiópia (Quadro 1). Não há uma estimativa exata sobre o volume total de flores produzidas anualmente (em termos de peso ou unidades), mas acredita-se que cerca de 90 a 95% do volume produzido é exportado.

Quadro 1. Crescimento das exportações de flores da Etiópia (2015-2023)





Ano	Volume Exportado (toneladas)	Receita (US\$ milhões)
2015	40.000	180
2017	50.000	220
2019	65.000	260
2020	80.000	300
2023	95.000	350

Fonte: Ethiopian Horticulture Producer Exporters Association (EHPEA)

As principais flores produzidas são as rosas (85% da produção), seguidas por cravos, lírios, gérbérias, crisântemos, *Hypericum*, *Gypsophila*, *Achillea*, *Astrantia*, *Campanula*, *Daucus* e *Eryngium*.



Figura 1. Fazenda produtora de rosas na Etiópia. Fonte: Associação de Produtores e Exportadores de Horticultura da Etiópia (EHPEA).

Embora muitas das fazendas possuam certificações para padrões voluntários internacionais, como *Milieu Programma Sierteelt* (MPS-ABC e MPS-SQ), *Fair Flower Fair Plants* (FFP), *Fairtrade*, *Ethical Trade Initiative* (ETI) e *GlobalGAP*, e nacionais, como *Code of Practice for Sustainable Flower Production* (EPHEA-CoP), que garantem altos padrões de qualidade e melhores práticas em aspectos ambientais, sociais e de governança (ESG), a questão da sustentabilidade ainda não foi totalmente resolvida. O setor depende fortemente do uso intensivo de água, pesticidas, fertilizantes químicos e energia, gerando problemas ambientais e sociais.



A Etiópia conseguiu estruturar um dos maiores hubs logísticos para floricultura na África, cujo Aeroporto Internacional de Adis Abeba oferece transporte aéreo diário para mercados europeus e do Oriente Médio. Porém, a total dependência deste tipo de transporte representa um grande desafio para o país, conjuntamente às flutuações cambiais, que impactam os custos, e às crescentes exigências fitossanitárias de seus principais mercados-alvo.

Quadro 3. Distribuição das exportações de flores da Etiópia por destino

País	Percentual das Exportações (%)
Holanda	40
Alemanha	20
Reino Unido	15
Emirados Árabes	10
Outros	15

Fonte: Ministério da Agricultura da Etiópia.

Recentemente, a União Europeia introduziu novos requisitos fitossanitários, mais rigorosos, para as rosas cortadas importadas da África, incluindo a Etiópia, com o objetivo de combater a disseminação da falsa traça da maçã (*Thaumatotibia leucotreta*), uma das maiores ameaças à floricultura do país. Essas novas regras entrarão em vigor em 26 de abril de 2025. Em resposta, a Associação de Produtores e Exportadores de Horticultura da Etiópia (EHPEA), em parceria com a Autoridade Agrícola da Etiópia (EAA), tomou medidas proativas, como o treinamento de mais de 20.000 trabalhadores de fazendas de flores para identificar e gerenciar infestações em seus cultivos. Além disso, foi aprimorada a capacidade de inspeção no Aeroporto da capital e campanhas de conscientização e compartilhamento de conhecimentos foram implementadas.

Mercado e Oportunidades para o Brasil

A indústria de flores da Etiópia experimentou uma diversificação rápida e bem-sucedida, posicionando o país como um dos principais produtores e exportadores de flores na África. A combinação de políticas agrícolas voltadas para a exportação, incentivos fiscais atrativos, crescente estabilidade macroeconômica e disponibilidade de mão de obra abundante tem sido fundamental para a competitividade do setor.

Com boas condições climáticas e baixos custos de transporte, a Etiópia tornou-se uma excelente opção para investidores estrangeiros, atraídos, também, por incentivos financeiros vantajosos, como isenções de impostos por cinco anos, taxas zeradas para importações de maquinários e acesso facilitado ao financiamento bancário.





O setor é dominado por grandes empresas, como a *Sher Etiópia*, considerada a maior produtora de flores do país e uma das líderes globais (Figura 2). A empresa tem uma vasta operação nas regiões de Holeta e Bishoftu, com destaque para a produção de rosas de alta qualidade, sendo uma das maiores exportadoras da Etiópia. Outra grande produtora é a *AQ Roses*, especializada na produção de rosas de alta qualidade, com uma forte presença no mercado europeu, especialmente na Holanda. A *Red Fox Etiópia*, por sua vez, se especializou em flores tropicais e ornamentais, com grande diversidade de produtos e foco em mercados europeus e asiáticos. Já a *Esmeralda Farms* é uma exportadora significativa para mercados da Europa e Ásia, com um portfólio diversificado que inclui rosas e outras flores de corte, também de alta qualidade. A *Afriflora*, localizada em Ziway, é uma das maiores produtoras de rosas da Etiópia e se destaca pela sua grande produção voltada para o mercado europeu, especialmente a Holanda. Por fim, o *Grupo Bellaflor*, que opera tanto na Etiópia quanto no Equador, cultiva uma ampla variedade de flores de corte, incluindo rosas, *gypsophila* e flores de verão, atendendo aos mercados globais com foco na Europa, América do Norte e Ásia. Empresas recentes, como a *Hibret Floriculture*, localizada em Bishoftu, já possui uma base forte de produção e exportação de flores de alta qualidade, com foco principal na produção de rosas para mercados como a África do Sul e a Arábia Saudita. Também a *Mekerere Roses*, que produz rosas de corte e outras flores de luxo, de alto valor agregado, que atende tanto à demanda local quanto aos mercados internacionais. Por fim, a *Mount Kenya Flowers*, que possui grandes plantações no país e se concentra na produção de rosas, para mercados como Reino Unido e a África Ocidental.



Figura 2. Fazenda da empresa Sher, em Ziway, Etiópia. Fonte: <https://sherethiopia.com/about-us-sher/our-company/sher-ziway/>.



Apesar dos incentivos governamentais para exportação, a indústria de flores etíope enfrenta mudanças de rumo em sua cadeia produtiva. Um dos fenômenos recentes é a crescente demanda interna por flores, especialmente nas grandes cidades, como Adis Abeba. Essa mudança nas preferências de consumo local impulsionou a criação de lojas de presentes e floriculturas, que oferecem não apenas flores frescas, mas também serviços personalizados de arranjos e decoração para eventos, algo inovador no país. Contudo, essa demanda interna tem gerado um impacto direto na quantidade de flores destinadas ao mercado externo, especialmente para os mercados europeus, que historicamente foram o principal destino das exportações etíopes.

De fato, áreas, tradicionalmente voltadas para a produção e exportação de flores, estão cada vez mais voltadas para atender à crescente demanda doméstica, com algumas fazendas adaptando suas operações para atender a esse mercado em expansão. Cabe ressaltar que, assim como ocorre com o café, a legislação etíope não permite a venda de flores de qualidade superior, destinadas para exportação, no mercado local, mantendo um controle rígido sobre a proporção de vendas destinadas ao mercado local e à exportação.

Assim, as flores vendidas no mercado local são frequentemente de qualidade inferior, com vida útil curta e, em grande parte, produtos que seriam descartados ou compostados por não atenderem padrões internacionais de qualidade. Embora as vendas internas representem uma oportunidade adicional para os produtores, a consolidação desse mercado pode impactar negativamente a geração de receitas, prejudicando a balança comercial do país, altamente dependente das exportações de produtos agrícolas. Ademais, tal fenômeno pode mascarar e ratificar ineficiências ou falhas no cultivo, desacelerando o progresso qualitativo e quantitativo do setor.

A dependência do setor de floricultura de alguns mercados específicos, como o europeu, e a falta de diversificação nos produtos, são pontos críticos para a sustentabilidade da cadeia produtiva. Além disso, a ausência de estratégias modernas de comunicação, *marketing* e comércio representa uma limitação significativa, que impede o pleno aproveitamento do potencial do mercado global de flores.

Ao analisar a experiência do Brasil com horticultura e, especificamente, com floricultura de corte, vê-se que existem diversas oportunidades de comércio entre os dois países, como fornecimento de insumos, maquinários e tecnologia, à exemplo de fertilizantes, bioinsumos e defensivos agrícolas. Além disso, o setor brasileiro pode compartilhar seu vasto conhecimento em bioinsumos e sistemas de produção sustentáveis, o que poderia agregar valor significativo à indústria de flores etíope. O Brasil também é capaz de auxiliar a Etiópia a desenvolver novas variedades de flores e troca de *expertise* em pesquisa e desenvolvimento (P&D) e certificação fitossanitária poderia acelerar a inovação no setor. A troca de experiências também é algo a ser explorado.



FILIPINAS



OPORTUNIDADES PARA O BRASIL NO MERCADO DA SOJA NAS FILIPINAS

Número: MAN-06-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Manila/Filipinas

Palavras-chave: soja; soja em grãos; farelo de soja; importações; alimentação animal; oportunidades

Responsável: Virgínia Arantes Ferreira Carpi

SUMÁRIO: Este artigo analisa o panorama do mercado filipino de soja em grãos e farelo de soja, identificando desafios e oportunidades para o Brasil expandir sua participação. As Filipinas representam um mercado relevante para produtos agropecuários, especialmente aqueles destinados à alimentação animal. A soja em grãos e o farelo de soja desempenham um papel fundamental na nutrição animal, setor essencial para a pecuária, a piscicultura e a carcinocultura, contribuindo para o abastecimento interno do país. As Filipinas são altamente dependentes da importação de produtos do complexo soja, estando o país na lista dos principais importadores de farelo de soja do mundo. No entanto, o Brasil ainda tem uma presença limitada no fornecimento desses produtos para o mercado filipino. Tendo em vista que o Brasil é o maior exportador mundial de soja em grãos e de farelo de soja, e que possui plenas condições de atender aos requisitos dos mais diversos mercados, vislumbram-se excelentes oportunidades para aumentar a presença dos produtos brasileiros do complexo soja nas Filipinas.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO





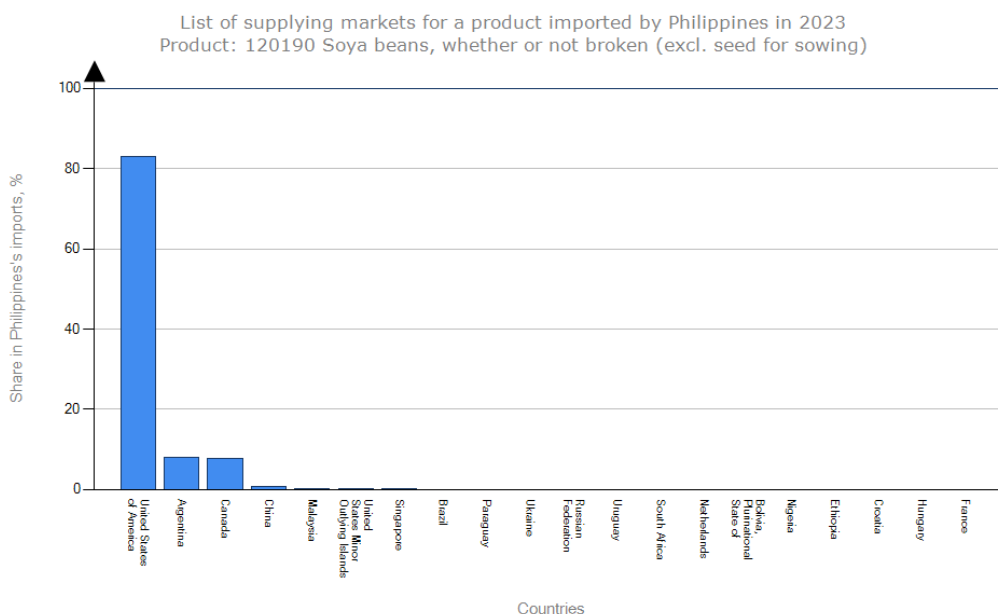
A soja em grãos e o farelo de soja são amplamente utilizados na nutrição de aves, suínos e pescados, portanto insumos de grande importância na cadeia de produção de proteína animal, o que é essencial para a atividade agropecuária filipina e abastecimento interno do país. O mercado de soja nas Filipinas é amplamente dependente de importações, uma vez que a produção doméstica desse grão é insignificante. Atualmente, as importações se concentram majoritariamente na forma de farelo de soja, utilizado na formulação de rações para a indústria de proteína animal.

Embora o Brasil tenha ampliado sua participação no mercado filipino de proteína animal e também de produtos oriundos da reciclagem animal para fins de produção de rações, o país ainda tem uma presença muito limitada no fornecimento dos produtos do complexo soja para as Filipinas. Este artigo busca fornecer um panorama sobre o mercado filipino para a soja em grãos e farelo de soja, destacando desafios e oportunidades para ampliação da participação brasileira.

Panorama do Mercado de Soja nas Filipinas

As Filipinas importam volumes significativos de soja, principalmente na forma de farelo para fabricação de ração animal, tendo sido o quarto país importador deste produto em 2023, segundo informações consolidadas do Trade Map (ITC, 2025). O país depende fortemente de importações, uma vez que sua produção doméstica de soja é insignificante. Em 2023, os Estados Unidos dominaram o fornecimento tanto de soja em grãos quanto de farelo de soja para as Filipinas, respondendo por mais de 80% das importações do país para tais produtos (Gráficos 1 a 4).

Gráfico 1: Lista de países fornecedores de soja em grãos para as Filipinas, por percentual de participação no mercado, em 2023.

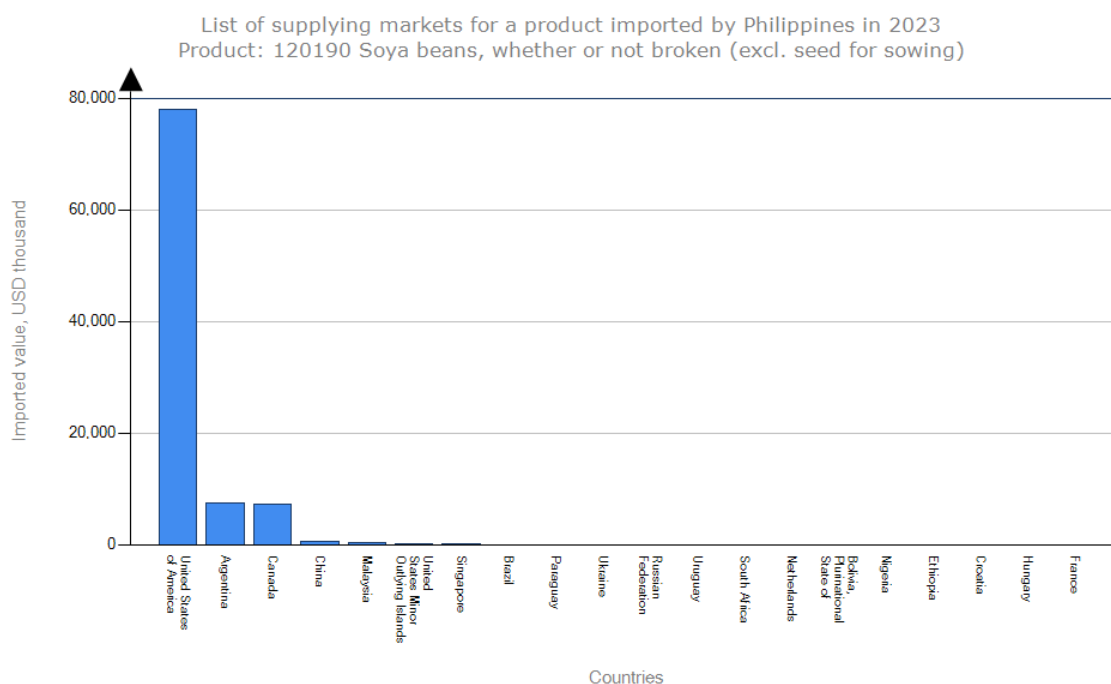


Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

Gráfico 2: Lista de países fornecedores de soja em grãos para as Filipinas, por valor importado em milhares de dólares americanos, em 2023.



89



Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

A Argentina e o Canadá também possuem alguma participação nas importações de soja em grãos, sendo que a Argentina foi o segundo fornecedor dos dois produtos às Filipinas em 2023.

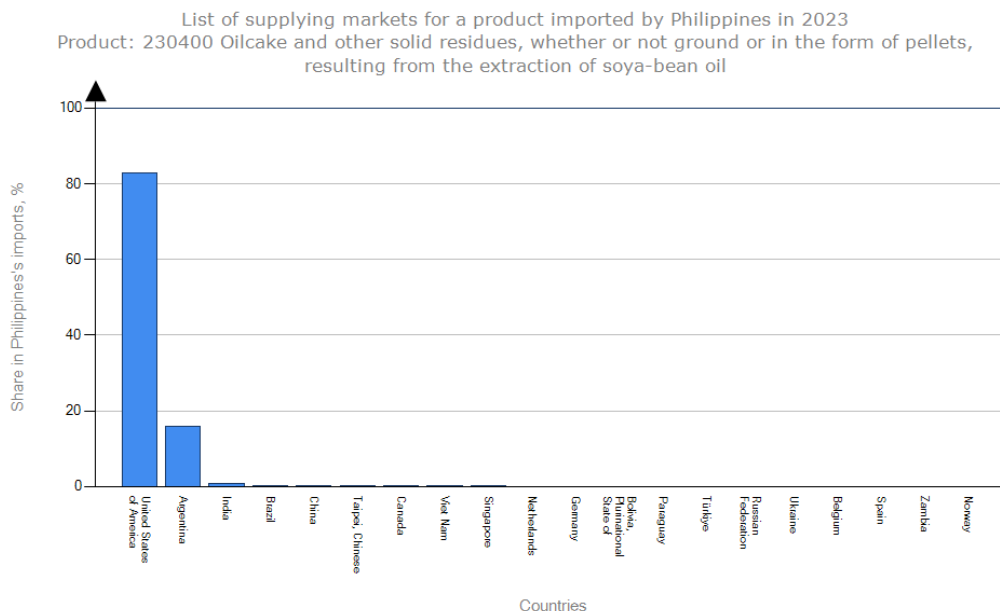
Destaca-se que, conforme a consulta realizada na ferramenta disponibilizada pelo *International Trade Centre* (ITC), não constam importações filipinas de grãos de soja do Brasil para o ano de 2023. Já quando são avaliadas as informações sobre as importações de farelo de soja, o Brasil figura em quarto lugar, porém com uma participação muito pequena em relação ao valor e volume importados pelas Filipinas.

A preferência pelos Estados Unidos se deve a fatores como a proximidade geográfica, a logística favorável e as condições de acesso a mercado. Além disso, as características do país e da indústria filipina favorecem a importação de farelo em detrimento ao produto em grãos, tendo em vista a capacidade limitada de esmagamento e processamento pela indústria local. Isso restringe a demanda por soja em grãos e contribui para o comércio direto do farelo, como um insumo já processado.

Gráfico 3: Lista de países fornecedores de farelo de soja para as Filipinas, por percentual de participação no mercado, em 2023.

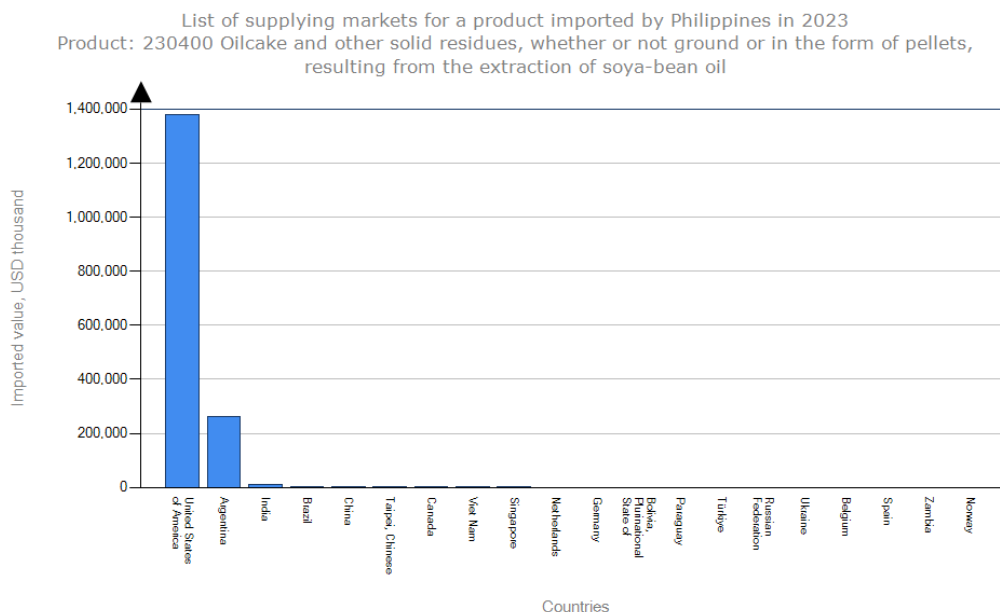


90



Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

Gráfico 4: Lista de países fornecedores de farelo de soja para as Filipinas, por valor importado em milhares de dólares americanos, em 2023.

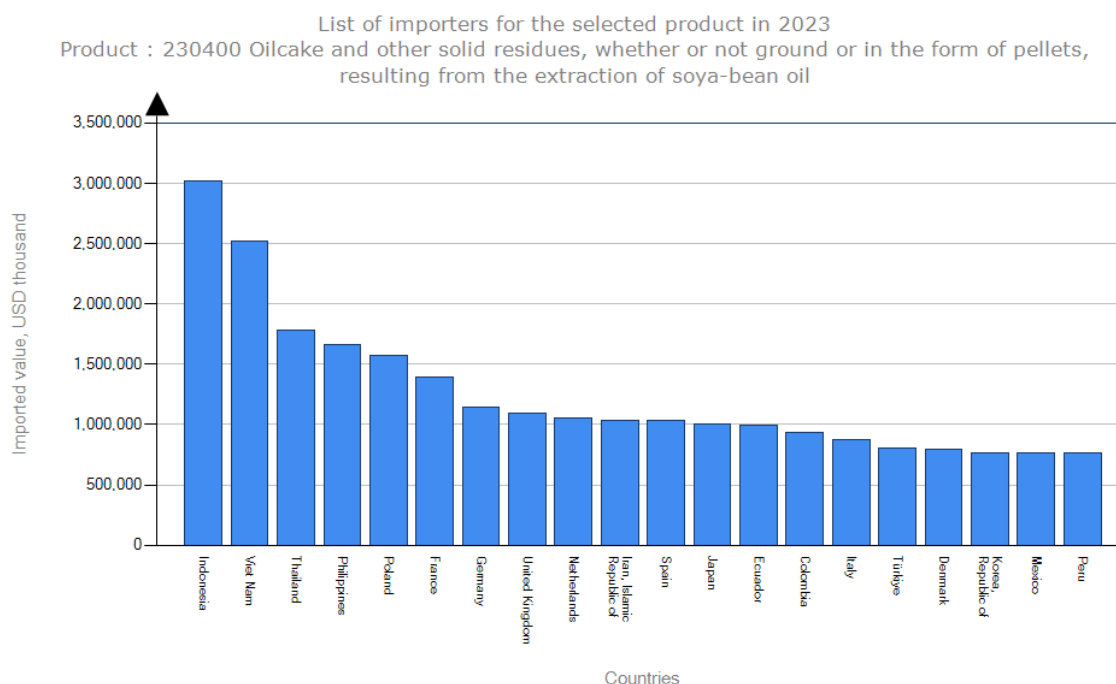


Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

Em 2023, as Filipinas importaram o equivalente a USD 93,7 milhões e cerca de 137,7 mil toneladas de grãos de soja. Em relação ao farelo de soja, as importações do país ultrapassaram USD 1,6 bilhões e 2,8 milhões de toneladas, de maneira que as Filipinas ocuparam a posição do quarto mercado para este produto no ano em questão.



Gráfico 5: Lista de países importadores de farelo de soja, com base no valor importado, em milhares dólares americanos, em 2023.



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

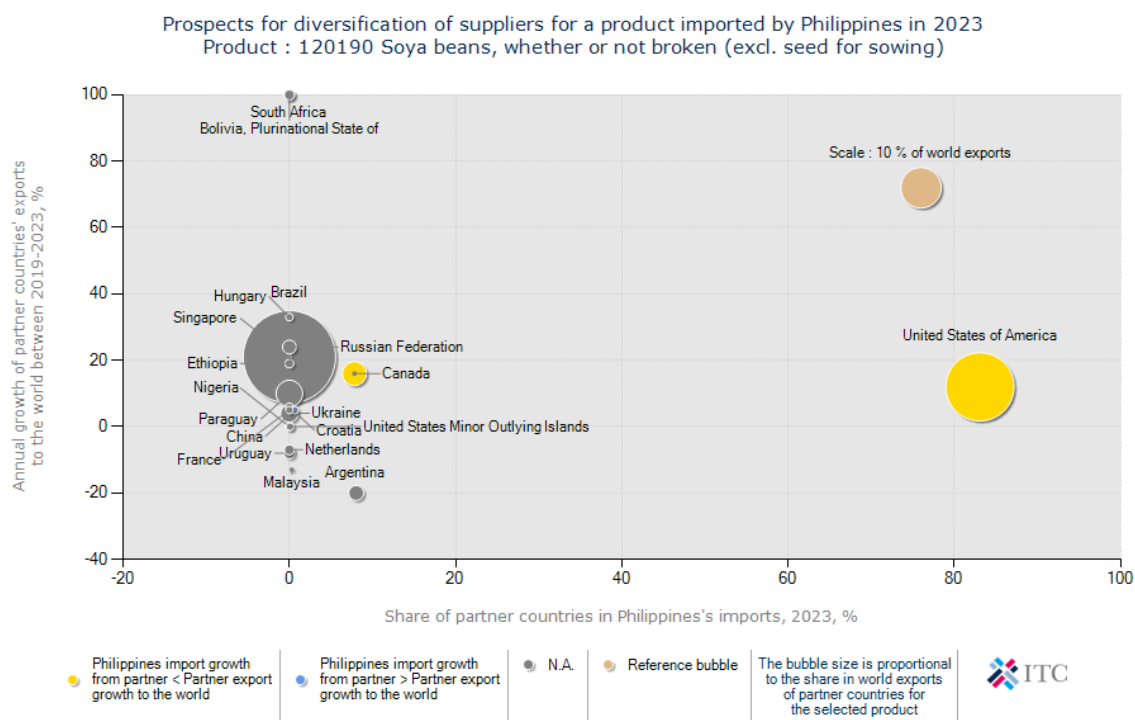
Embora as Filipinas não constem entre os principais países importadores de soja em grãos, o que provavelmente se deve a sua capacidade limitada de processamento dos grãos pela indústria doméstica, o Gráfico 6 apresenta as perspectivas de diversificação de fornecedores de soja em grãos importada pelas Filipinas em 2023, evidenciando que os Estados Unidos são o principal fornecedor do país, e o crescimento de suas exportações para as Filipinas acompanha a tendência global de expansão da demanda. No entanto, o gráfico também destaca a presença de outros fornecedores em menor escala, como o Canadá, a Rússia e o Brasil, que aparecem com participação reduzida, mas com potencial de crescimento. O Brasil, apesar de ser um dos maiores exportadores mundiais de soja, ainda tem uma presença quase insignificante nas importações filipinas, o que pode indicar desafios em termos de competitividade e acesso ao mercado. Países como a Rússia e o Canadá mostram maior dinamismo no crescimento de suas exportações para as Filipinas, o que pode indicar um espaço para diversificação da origem do produto importado pelo país. No topo do gráfico, algumas nações como a Bolívia e a África do



Sul apresentam taxas elevadas de crescimento nas exportações globais de soja, mas sem uma presença significativa no mercado filipino. O tamanho das bolhas reflete a participação desses países no comércio global de soja, evidenciando que, apesar do domínio norte-americano, há margem para o Brasil explorar oportunidades e buscar maior inserção nesse mercado.



Gráfico 6: Perspectivas de diversificação de fornecedores de soja em grãos importada pelas Filipinas em 2023.



Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

Oportunidades para o Brasil

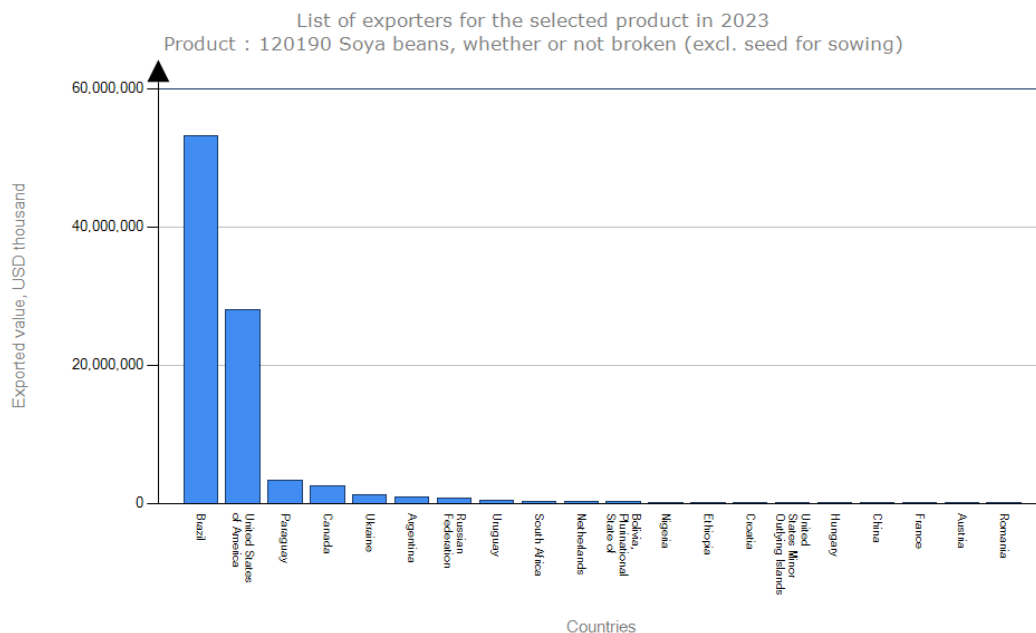
Apesar da predominância dos Estados Unidos e da Argentina, o Brasil possui vantagens competitivas que podem ser exploradas para ampliar sua presença no mercado filipino de soja e derivados. A começar pela liderança mundial nas exportações dos produtos do complexo soja, conforme evidenciado nos gráficos a seguir, que apresentam a lista de países exportadores de soja em grãos (Gráfico 7) e farelo de soja (Gráfico 8) em 2023, com base no valor informado em milhares de dólares americanos.



Gráfico 7: Lista de países exportadores de soja em grãos em 2023, por valor em dólares americanos.

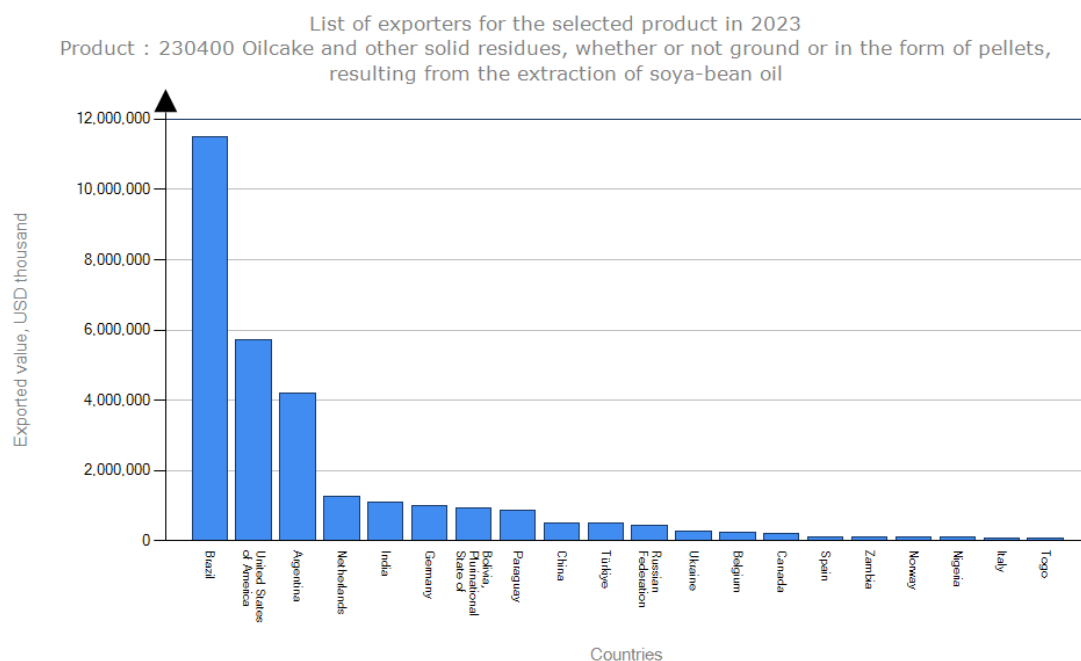


93



Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

Gráfico 8: Lista de países exportadores farelo de soja em 2023, por valor em dólares americanos.



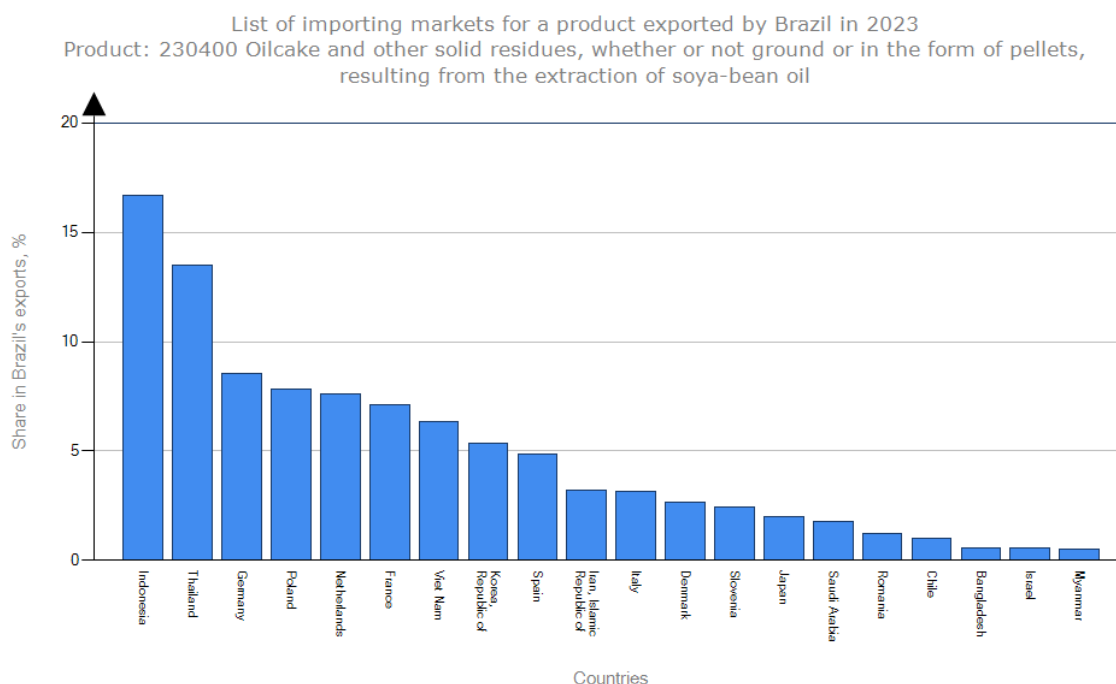
Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

Competitividade do Farelo de Soja Brasileiro

O Brasil é o maior exportador mundial de farelo de soja, tendo como principais mercados a Ásia e a União Europeia. O produto brasileiro se destaca pela qualidade e pelo preço competitivo, devido à alta produtividade do setor agropecuário. Além disso, a crescente demanda por proteínas animais nas Filipinas pode impulsionar a necessidade de importações adicionais de farelo de soja, abrindo espaço para exportadores brasileiros.

Em 2023, o Brasil exportou quase USD 11,5 bilhões e 22,4 milhões de toneladas de farelo de soja, tendo Indonésia (16,7%) e Tailândia (13,5%) como principais destinos deste produto. A lista dos principais destinos das exportações de farelo de soja do Brasil em 2023 é apresentada no Gráfico 9.

Gráfico 9: Lista de países importadores farelo de soja do Brasil em 2023, em percentual de exportações.



Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

Uma estratégia para aumentar a participação brasileira nesse segmento envolve o fortalecimento das relações comerciais com processadores filipinos, bem como a negociação de condições mais favoráveis. Atualmente, as tarifas de importação estabelecidas pela tabela NMF, aplicadas ao produto brasileiro são de zero por cento. Nesse sentido, a questão tarifária atual é



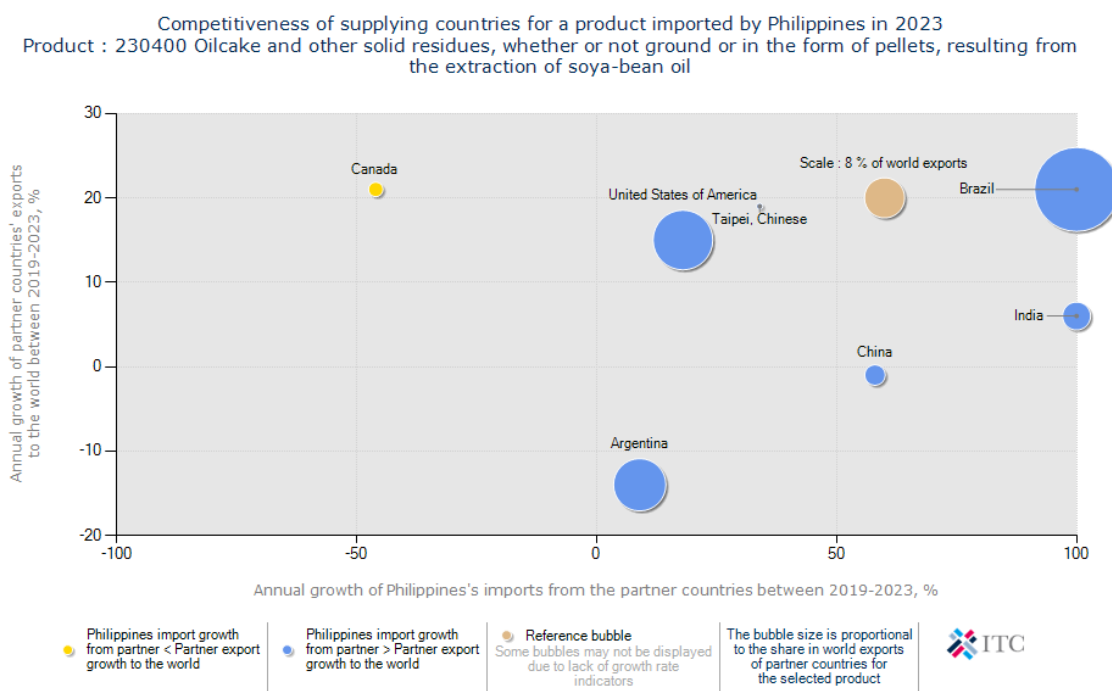
94



benéfica às exportações. Considerando que os principais importadores do farelo de soja brasileiro também são países do Sudeste Asiático, as questões logísticas também não devem ser o fator limitante ao crescimento da participação do Brasil neste mercado, que foi o 24º destino das exportações brasileiras de farelo de soja em 2024, segundo dados do Sistema Agroatat (MAPA, 2025).

O Gráfico 10 mostra a competitividade dos países fornecedores de farelo de soja para as Filipinas em 2023, analisando o crescimento anual das exportações desses países para o mundo entre 2019 e 2023 e o crescimento das importações filipinas desses fornecedores no mesmo período. O Brasil se destaca como o principal exportador mundial do produto e apresenta uma forte expansão das exportações para as Filipinas, com um crescimento expressivo das importações filipinas provenientes do Brasil. Os Estados Unidos e Argentina também são players relevantes, mas apresentam crescimento menor nas exportações globais e na penetração no mercado filipino. O Canadá aparece como um exportador em crescimento, embora sua participação no mercado filipino ainda seja limitada. A China e a Índia também têm alguma presença, mas com variações na taxa de crescimento. O gráfico indica que o Brasil tem uma posição competitiva forte no mercado de farelo de soja das Filipinas, com perspectivas de expansão contínua.

Gráfico 10: Competitividade dos países fornecedores de farelo de soja importado pelas Filipinas em 2023.



Fonte: Trade Map (ITC), 2025.

Em termos de requisitos, o farelo de soja é um produto bastante seguro: é classificado como Classe 1 de risco fitossanitário pela Convenção Internacional para Proteção dos Vegetais (CIPV ou IPPC – *International Plant Protection Convention*). Isso significa que é considerado um produto de baixo risco fitossanitário, pois passou por um processamento industrial (como a extração do óleo e o aquecimento), o que reduz significativamente a viabilidade de pragas associadas ao grão de soja *in natura*.

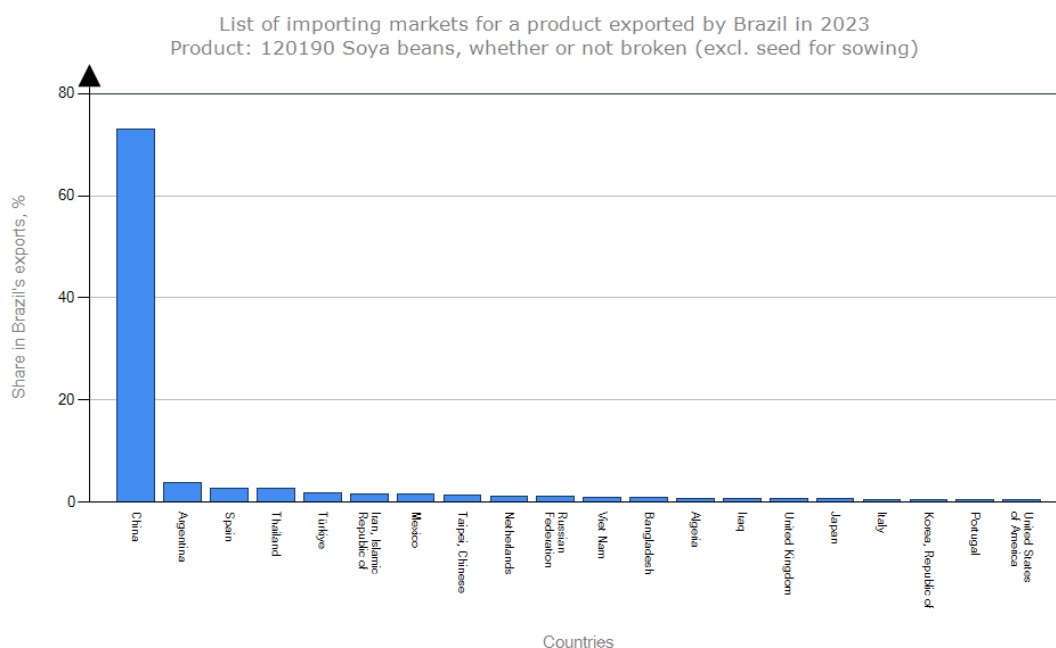
Essa classificação geralmente facilita as exigências fitossanitárias para importação, tornando o comércio do farelo de soja menos restritivo em comparação à soja em grãos, que pode ser considerada de maior risco fitossanitário (Classe 2 ou superior, dependendo do país importador e das regulamentações específicas).

Possibilidades na Exportação de Soja em Grãos

Embora a demanda por soja em grãos seja limitada devido à baixa capacidade de esmagamento pela local, há oportunidades no longo prazo. Investimentos na infraestrutura de processamento nas Filipinas podem criar um mercado mais favorável para os grãos brasileiros. Além disso, as Filipinas podem buscar diversificação de fornecedores para reduzir a dependência dos Estados Unidos, o que representaria uma oportunidade estratégica para o Brasil.

Atualmente, a China é o principal destino dos grãos de soja brasileiros. Em 2023, as exportações do produto pelo Brasil ultrapassaram USD 52,3 bilhões e 101,8 milhões de toneladas. Estima-se que mais de 73% deste volume tenha sido destinado à China (Gráfico 11).

Gráfico 11: Lista de países importadores de soja em grãos do Brasil em 2023, em percentual de exportações.



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

Também para a soja em grãos, a questão tarifária não seria um entrave às exportações brasileiras, uma vez que as Filipinas aplicam a tarifa de 1% às importações deste produto, conforme a tabela de NMF. Considerando que a China é o principal importador dos grãos brasileiros, considera-se que as questões logísticas não devem constituir um fator limitante para a ampliação da participação do Brasil neste mercado.



Perspectivas e Considerações Finais

Nos últimos anos, os Estados Unidos dominaram o fornecimento de soja em grãos para as Filipinas, respondendo por cerca de 80% das importações do país, seguidos da Argentina e do Canadá. A preferência pelos Estados Unidos se deve a fatores como a proximidade geográfica, a logística favorável e as condições preferenciais de acesso a mercado, que conferem competitividade aos produtos norte-americanos. Além disso, a estrutura do mercado filipino privilegia a importação de farelo em vez de grãos, dado que a capacidade de esmagamento pela indústria local é limitada. Isso restringe a demanda por soja em grãos e favorece o comércio direto de farelo.

Apesar da predominância dos Estados Unidos e da Argentina, o Brasil possui vantagens competitivas que podem ser exploradas para ampliar sua presença no mercado filipino de soja e derivados. No segmento de farelo de soja, o Brasil se destaca como o maior exportador mundial, tendo como principais mercados a União Europeia e a Ásia. O farelo brasileiro é reconhecido por sua qualidade e preço competitivo, resultado da elevada produtividade do setor agropecuário e da disponibilidade de matéria-prima. O crescimento da demanda por proteínas animais nas Filipinas pode impulsionar as importações de farelo de soja, abrindo espaço para exportadores brasileiros. Para ampliar sua participação nesse segmento, o Brasil pode fortalecer relações comerciais com processadores filipinos e negociar condições mais favoráveis, considerando que a tarifa de importação não representa um fator limitante para a competitividade do produto brasileiro frente a fornecedores tradicionais.

Como maior exportador global de farelo de soja, o Brasil tem total condição para o atendimento dos requisitos de qualidade e sanidade vegetal estabelecido para este produto, tanto que já o exporta às Filipinas. É notável, porém, que há um potencial ainda não explorado para este mercado.

No caso da soja em grãos, embora a demanda seja atualmente restrita devido à baixa capacidade de processamento desse insumo pela indústria local, há oportunidades de longo prazo. Investimentos na infraestrutura de processamento nas Filipinas poderiam criar um mercado mais favorável para os grãos brasileiros, especialmente se o país buscar diversificação de fornecedores para reduzir sua dependência dos Estados Unidos. Esses fatores podem representar uma alternativa viável para a entrada do Brasil nesse segmento, considerando que há uma crescente demanda por esse tipo de produto na indústria de alimentos e ração animal.

Também como líder na exportação global de soja em grãos, o Brasil tem plenas condições de atender aos requisitos para certificação do produto, tanto quanto aos aspectos fitossanitários quanto aos aspectos de qualidade, visando o atendimento das exigências filipinas e a solução de possíveis discrepâncias regulatórias.

Para que o Brasil amplie sua participação no mercado filipino de soja em grãos e de farelo de soja, alguns desafios precisam ser superados. Em primeiro lugar, uma maior aproximação do setor exportador das Filipinas, a fim de conhecer as demandas deste mercado. Outro fator essencial é o fortalecimento do relacionamento comercial com processadores locais e distribuidores, uma estratégia que pode facilitar o acesso ao mercado e consolidar a presença do Brasil como fornecedor estável e confiável. Inclusive considerar a possibilidade de realização de investimentos logísticos para tornar seu produto mais acessível e competitivo nas Filipinas.

As Filipinas representam um mercado com significativo potencial para diversos produtos agropecuários brasileiros, uma vez que são um país populoso, em crescimento econômico, de perfil fortemente importador, em busca da segurança alimentar e do controle da inflação. O Brasil pode explorar oportunidades no segmento do complexo soja, especialmente diante da crescente demanda por insumos para a produção animal, aproveitando sua competitividade no setor.



ÍNDIA

AAHAR INDIA 2025 – A MAIOR FEIRA DE ALIMENTOS E HOSPITALIDADE DO SUBCONTINENTE



Número: DELHI-005-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Delhi/Índia-Butão

Palavras-chave: Índia; promoção comercial; HORECA; feira; AAHAR

Responsável: Angelo de Queiroz Mauricio

SUMÁRIO: A feira AAHAR India, oficialmente conhecida como International Food & Hospitality Fair, é uma das mais renomadas feiras de alimentos e hospitalidade do Sul da Ásia. Reúne em um só espaço-tempo todas as áreas do segmento HORECA, compreendendo os setores de alimentos e bebidas, hotelaria, restaurantes, indústria de processamento, maquinário e serviços correlatos, entre outros. O Brasil participa ativamente desta feira todos os anos por meio do Pavilhão Brasil, sendo disponibilizado a empresas e instituições brasileiras a oportunidade de expor seus produtos e serviços bem como realizar rodadas de negócios, encontros de networking e visitas técnicas. Com apoio do MAPA, ApexBrasil e MRE, esta é a porta de entrada para todos que desejam fazer negócios com a Índia.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



A Feira:

A AAHAR 2025, oficialmente conhecida como International Food & Hospitality Fair, é uma das mais renomadas feiras de alimentos e hospitalidade do Sul da Ásia. Em sua 39ª edição, o evento este ano foi realizado entre 4 e 8 de março de 2025, no centro de convenções Pragati Maidan, em Nova Delhi. Organizada pela India Trade Promotion Organization (ITPO), a feira reúne, anualmente, representantes da indústria hoteleira, restaurantes, serviços de catering e turismo, importadores, compradores e distribuidores, não somente de alimentos e bebidas, mas de maquinário, acessórios e todos os materiais correlacionados aos segmentos envolvidos. Segundo os organizadores, a edição de 2025 contou com a participação de cerca de 1.500 expositores e mais de 120 mil visitantes, destacando-se como uma plataforma essencial para negócios no setor de alimentos e bebidas no subcontinente indiano. Produtos e serviços tanto da área animal quanto vegetal podem ser explorados no contexto da feira AAHAR.

A respeito da feira, ressaltam-se os seguintes aspectos considerados importantes para o desenvolvimento dos trabalhos de Promoção comercial na Índia: (a) Possibilidade de participação na forma de país parceiro (partner/focus country), com visibilidade destacada na entrada do hall, exibição da logo do país em todos os materiais promocionais e campanhas de publicidade, participação em todos os eventos de divulgação e promocionais, incluindo espaço na abertura; (b) Hosted Buyer Program, executado pelos organizadores e dedicado a promover de maneira orientada o matchmaking e fechamento de negócios; (c) segmentação específica para os chamados *superfoods* e *plant-based products*; (d) possibilidade de participação de segmentos indiretamente relacionados à indústria alimentícia e hoteleira, tais como cutelaria, embalagens, utensílios & equipamentos, mobiliário, decoração & design, floricultura, maquinário, vestuário e moda incluindo couros e produtos têxteis para cama-mesa-banho.

A participação brasileira:

O Brasil, reconhecendo a importância estratégica do mercado indiano, marcou presença significativa na AAHAR 2025. A participação brasileira este ano foi fruto de uma parceria entre o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA) e a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (ApexBrasil). Juntas, essas instituições organizaram o Pavilhão Brasil, oferecendo às empresas nacionais uma estrutura completa para exposição de produtos, incluindo recepcionistas bilíngues, catálogos institucionais, espaços adequados para reuniões com potenciais compradores, bem como visitas técnicas e eventos laterais de promoção comercial, degustações, cooking shows e networking.

Participaram do Pavilhão Brasil como expositores mais de 20 empresas brasileiras, incluindo instituições privadas como o IBRAFE e públicas como Invest Paraná. O estado do Paraná teve destaque especial nesta edição, cuja participação foi coordenada pela Invest Paraná, a qual representou 11 empresas locais dos segmentos de alimentos e bebidas. Entre as participantes do estado estavam:

- Amafil
- Certano
- Buschle Alimentos



- Carob House
- Coamo
- SL Alimentos
- Coasul
- Erva Mate Paraná
- GranoMax
- Pennacchi
- Qualinova

As empresas paranaenses apresentaram uma grande variedade de produtos, desde alimentos processados até bebidas típicas como a Erva Mate, evidenciando a diversidade e a qualidade do agronegócio do estado.

Além da Invest Paraná, as seguintes empresas estavam também representadas na 39ª edição da AAHAR em 2025:

- IMG Brasil Industria de Maquinas para Gastronomia (equipamentos industriais)
- Pajuçara Alimentos (Biscoitos, confeitos e pasta)
- Frooty Açaí (Açaí)
- Jucarepa Comércio de Produtos Amazônicos Ltda (Produtos da Biodiversidade Amazonica)
- Companhia Müller de Bebidas (Cachaça)
- Castelo Alimentos S/A (Conservas, vinagres, pimentas, palmitos)
- The Açaí Spot (Açaí)
- Sebraz Agribusiness (Pulses e especiarias)
- Essenciale Bee Products (Produtos apícolas)
- Alca Foods (Cereais e suplementos)
- Petruz Açaí (Açaí)
- Isis Importação e Exportação LTDA (Mel e produtos apícolas)
- Plantus (Extratos e Produtos da Biodiversidade Amazonica)
- AIA Amazon Instant Food (Alimentos liofilizados, vatapá, cupuaçu, tacaca)
- CABRUCA Consortium Exportacao (Chocolates)
- Aliança Internacional das Mulheres do Café (Cafés especiais)
- MAX Special Coffee (Cafés Especiais)
- Reis de Ouro Alimentos
- Abufari Amazonian Products (Castanhas e nozes)
- IBRAFE (Pulses)

A participação brasileira na AAHAR 2025 reflete a estratégia de ampliar a presença do país no mercado indiano, o qual tem se mostrado cada vez mais relevante para as exportações nacionais. A feira oferece uma oportunidade ímpar para as empresas brasileiras estabelecerem parcerias, expandirem seus negócios na Índia e fortalecerem a imagem dos produtos nacionais no cenário internacional. Ressalta-se que podem ser objeto de participação na feira tanto produtos de origem animal quanto vegetal, serviços e demais setores correlatos.



INDONÉSIA

IMPORTAÇÕES DE UVAS PELA INDONÉSIA

102

Número: JAC-05-2025

Data: 14/03/2025

Posto: Jacarta/Indonésia

Palavras-chave: Indonésia; uvas;

Responsável: Bruno Breitenbach, Christian Silwanus

SUMÁRIO: Este relatório analisa o mercado de uvas importadas pela Indonésia, segundo maior importador de uvas de todo o continente Asiático com volume financeiro de importações superior a US\$ 400 milhões de dólares anuais.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

A Indonésia emergiu como um grande importador de uvas frescas de mesa no Sudeste Asiático, apresentando um crescimento significativo nas importações desse produto na última década. De 2011 a 2023, o valor das uvas importadas aumentou de US\$ 100,9 milhões para US\$ 400,1 milhões, refletindo um aumento anual constante impulsionado por uma classe média em expansão e uma mudança para hábitos alimentares mais saudáveis.

Destaque-se e que a Indonésia foi o segundo maior importador de uvas de toda a Ásia em 2023 com USD 400 Milhões - atrás apenas da China - superando destinos mais óbvios e visados pelos exportadores brasileiros quando pensam em Ásia.

Tabela 1. Importações de frutas frescas (HS 080610) por países asiáticos em 2023 em ordem decrescente

País importador	Valor (milhões de US\$)	Quantidade (tons)	Preço médio CIF (USD/Ton)
China	484	166.704	2.904,00
Indonésia	400	116.282	3.441,00
Hong Kong	307	111.846	2.752,00
Tailândia	283	136.711	2.073,00
Vietnam	145	54.453	2.667,00
Filipinas	127	62.490	2.035,00
Coréia	124	33.261	3.730,00
Malásia	107	47.261	2.281,00

Fonte: Trademap

Os principais fornecedores de uvas frescas para a Indonésia em 2023 foram China, Austrália, Peru, Estados Unidos e Chile, sendo as variedades de uvas vermelhas, roxas e verdes sem sementes as mais populares entre os consumidores.

País exportador	Valor (milhões de US\$)	Quantidade (tons)	Share nas importações Indonésias	Preço Médio CIF (USD/Ton)
Total	400	116.282	100%	3.246,00
China	265	81.861	66,4%	3.785,00
Austrália	86	22.858	21,6%	4.268,00

Peru	19	4.617	4,9%	4.766,00
EUA	10	2.136	2,5%	3.612,00
Chile	10	2.815	2,5%	3.985,00
África do Sul	4	990	1%	3.226,00

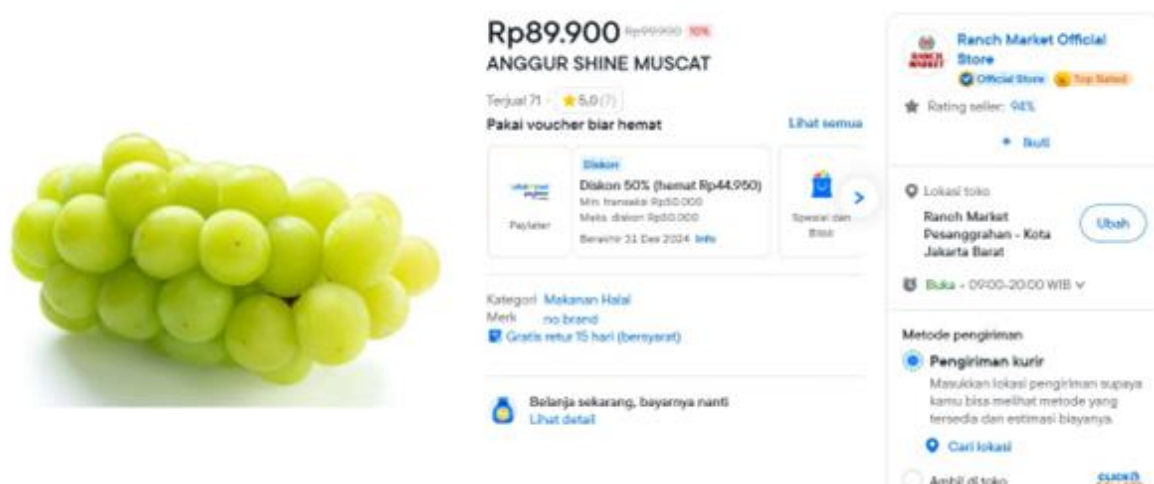
104

Fonte: Trademap

O apelo das frutas importadas, incluindo uvas, como produtos premium cresceu substancialmente entre os consumidores indonésios, principalmente em centros urbanos como Jacarta, Surabaya e Medan. A ascensão das plataformas de varejo online e do comércio eletrônico de supermercados aumentou ainda mais a acessibilidade a uvas de alta qualidade para um público mais amplo.

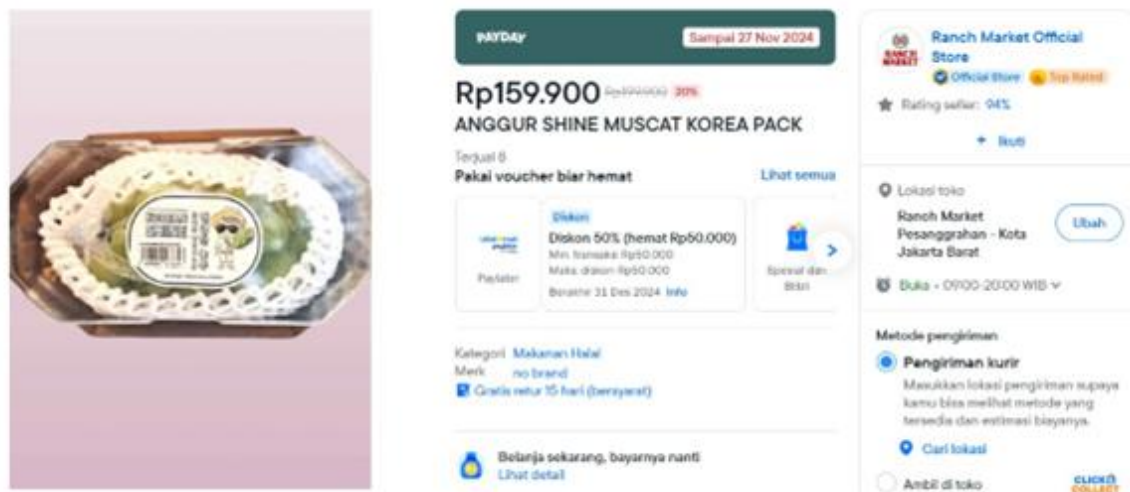
Vários tipos de uvas frescas estão disponíveis em supermercados e lojas de conveniência em toda a Indonésia. Com base em nossa pesquisa, a variedade Shine Muscat da China e da Coreia está atualmente em alta demanda. No entanto, diferenças significativas de preço tornam o Shine Muscat da China mais popular do que seu homólogo coreano.

Figura 1- Uva shine muscat encontrada no supermercado Ranch Market



Nos supermercados, as uvas Shine Muscat da China (figura 1) custam IDR 89.900 por quilo (aproximadamente US\$ 5,66), enquanto a mesma variedade da Coreia custa IDR 159.900 por quilo (cerca de US\$ 10,07) quase o dobro do preço da variante chinesa, conforme mostrado na figura 2.

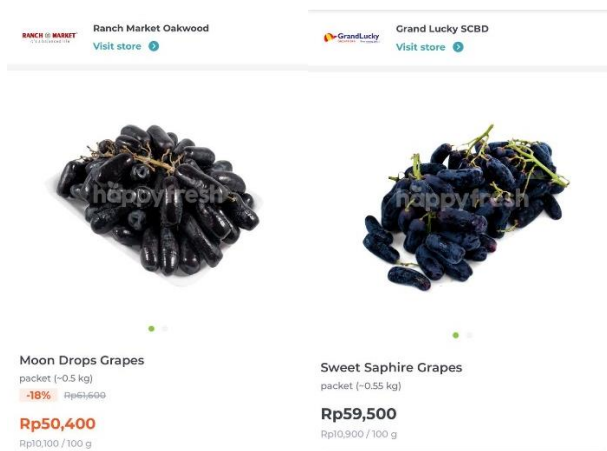
Figura 2- Shine Muscat coreana.



Além disso, nossas observações revelam que a diferença de preço entre as uvas dos EUA e as da China, Egito ou outros países asiáticos pode variar de US\$ 2 a 3 por quilo. Como resultado, as uvas de origem americana atendem a um nicho de mercado de alto padrão e são encontradas principalmente em supermercados sofisticados. Enquanto isso, as variedades chinesas são mais encontradas em supermercados de baixo custo e lojas de conveniência.

Variedades premium de uvas, como Sweet Sapphire e Moon Drops, são bastante populares nos supermercados de alto padrão na Indonésia e são comercializadas a valores entre IDR 59.500 por 500g (aprox. USD 3,97) para a Sweet Sapphire e IDR 50.500 por 500g (aprox. USD 3,37).

Figuras 3 e 4 – Uvas Moon Drops e Sweet Sapphire



Tarifas

A Indonésia impõe uma tarifa de 5% sobre as uvas de mesa (HS 080610) do Brasil. Em contraste, a Indonésia aplica tarifas zero sobre as importações da China, Austrália, Chile e Índia devido a acordos de livre comércio com esses países.

Órgãos regulatórios importantes

Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) ou The Food and Drug Supervisory Agency, uma instituição governamental não ministerial, é uma autoridade administrativa semelhante à ANVISA. É responsável por supervisionar a regulamentação de medicamentos e alimentos na Indonésia. As funções e deveres desta agência são comparáveis aos da Food and Drug Administration (FDA) dos EUA e da Agência Europeia de Medicamentos (EMA). O principal objetivo do BPOM é garantir a segurança de medicamentos, alimentos e bebidas consumidos pelo público.

Badan Karantina Indonesia (Barantin) ou Agência de Quarentena da Indonésia é uma instituição governamental não ministerial, porém equivalente a um Ministério, encarregada de serviços de quarentena para animais, peixes e plantas. Seu objetivo é implementar medidas sanitárias para proteger os recursos agrícolas, aquícolas e pecuários de pragas e doenças, além de supervisionar e promover sistemas para reduzir os riscos de contaminação de alimentos e melhorar a qualidade dos alimentos, facilitando o comércio nacional e internacional.

Kementerian Pertanian Republik Indonesia (Kementan RI) ou Ministério da Agricultura da República da Indonésia é um ministério governamental responsável por formular, estabelecer e implementar políticas relacionadas à infraestrutura agrícola, melhoria da produção de commodities, segurança alimentar, processos pós-colheita e comercialização e cadeia de valor de produtos agrícolas. Também fornece orientação técnica e supervisão nessas áreas. O papel desse ministério é análogo ao do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA),

porém sua participação nos assuntos fitossanitários ficou bastante reduzida desde o início de 2024.

107

Requisitos Gerais de Importação aplicáveis aos importadores na Indonésia

O Brasil está atualmente em processo de negociação de acesso ao mercado para uvas frescas na Indonésia. Essas discussões são cruciais à medida que buscamos estabelecer uma posição nesse mercado promissor.

Posteriormente ao acordo do protocolo bilateral, será necessário que os importadores obtenham um certificado de análise (laboratorial) para uvas frescas. Este certificado deve ser emitido por um laboratório brasileiro que tenha sido acreditado pela Indonésia. Atualmente, o Decreto indonésio que reconhece alguns laboratórios brasileiros está em fase de republicação e o produto uvas frescas deverá ser incluído no escopo.

Além disso, uma Aprovação de Importação também deve ser obtida pelos importadores a partir do Ministério do Comércio da República da Indonésia. Conforme especificado no Regulamento do Ministro do Comércio nº 8 de 2024. Essa aprovação, contudo, aplica-se aos importadores e não gera necessidade de ação pelos exportadores brasileiros.

Requisitos sanitários

Os requisitos sanitários para a importação de uvas para a Indonésia ainda não estão disponíveis, pois o Brasil e a Indonésia ainda estão em fase de negociação para estabelecer um acordo bilateral que permita a comercialização.

Aplicar-se-ão Limites Máximos de Resíduos (LMRs) para pesticidas, conforme descrito no Regulamento do Ministério da Agricultura Número 53 de 2018 sobre Segurança e Qualidade de Alimentos Frescos à Base de Plantas. Além disso, a contaminação por metais pesados é rigidamente regulamentada, sendo o chumbo o foco principal. O limite permitido para chumbo nas uvas é limitado a 0,2 mg/kg. Também existem padrões de segurança microbiana, exigindo que os níveis de *Escherichia coli* permaneçam abaixo de 20 unidades formadoras de colônias por grama e exigindo a ausência completa de *Salmonella* sp. em uma amostra de 25 gramas.

Potenciais Importadores

O quadro seguinte apresenta uma lista ilustrativa dos potenciais importadores atualmente envolvidos no mercado da importação de frutos frescos 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	Email	Local na rede Internet
Grupo Segar Indonésia		https://segargroupindonesia.com/
PT Indomarine Internusa Group		
PT Agro Nusantara Sakti Frutas	info@ansfruit.com	https://ansfruit.com/id/
PT. Ridho Sribumi Sejahtera		https://www.ridhosribumisejahtera.com/
CV Ivan Buah	info@ivanbuah.com Telefone: +62 897 935 0000 (China) +62 812 8070 8707 (no exterior)	https://ivanbuah.com/
Indofresh	info@indofresh.co.id import@indofresh.co.id	https://indofresh.co.id/

Conclusão

A Indonésia representa um mercado promissor para exportadores de uvas, com demanda crescente por produtos premium e uma rede de importadores bem estruturada. No entanto, desafios como tarifas, barreiras sanitárias e certificações rigorosas ainda limitam a participação de novos fornecedores, incluindo o Brasil. O avanço do processo de negociação dos requisitos fitossanitários é fundamental para viabilizar a entrada das uvas brasileiras nesse mercado.

IRÃ

AQUISIÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS POR EMPRESAS ESTATAIS IRANIANAS

109

Número: TEERA-06-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Teerã/Irã

Palavras-chave: importação; commodities (soja e seus produtos, milho, açúcar e carne); empresas estatais; Brasil; Irã

Responsável: Marlos Schuck Vicenzi

SUMÁRIO: Este Agroinsight explora o papel de grandes organizações estatais iranianas no comércio agrícola. Empresas como a Government Trade Company (GTC), a State Livestock Affairs Logistics (SLAL), e a Jahed Investment and Service Co. (JISCO) são fundamentais para a importação de produtos essenciais, como soja e seus produtos, milho, açúcar e carne. A partir do exemplo da JISCO são fornecidos insights e orientações críticas para exportadores brasileiros que desejam acessar o mercado iraniano.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

A maioria das transações comerciais entre o Brasil e o Irã é realizada por meio de empresas privadas. No entanto, grandes empresas estatais, como a Government Trade Company (GTC) e a State Livestock Affairs Logistics (SLAL), e empresas semi-governamentais como a Modalal Company e Khuzestan Sugar Cane Complex, também estão ativamente envolvidas no comércio entre os dois países. A SLAL, afiliada ao Ministério da Agricultura Jihad, é a principal importadora de produtos, tornando-se uma parceira-chave para os exportadores brasileiros.

Estrutura e Atuação das Empresas Estatais

A Jahed Investment and Service Co. (JISCO), subsidiária do Instituto Jihad Esteghlal—braço executivo do Ministério da Agricultura Jihad—é exemplar no modo de operação das empresas estatais iranianas. A JISCO destaca-se nas importações globais, especialmente alimentos, utilizando chamadas de propostas abertas ao público para adquirir grandes volumes de produtos.

Recentemente, a empresa conduziu chamadas para a compra de 70.000 toneladas de açúcar cru do Brasil, estipulando rigorosamente o preço e condições de liquidação. Ver exemplo da chamada pública no site: <https://en.j-i-s-co.com/post-29>

A JISCO emprega chamadas de aquisição de carne fresca e congelada de países como Austrália e Brasil, constituindo um canal importante para empresas brasileiras. Também participa de negociações para ovinos vivos para engorda

Outro exemplo de chamada pública potencialmente interessante para empresas brasileiras pode ser visto no site da GTC, o qual convidava apresentação de ofertas para a compra de 60 mil toneladas de óleo de soja:

<https://en.gtc.ir/index.aspx?siteid=7&fkeyid=&siteid=7&pageid=1273&newsview=29923>

Modelo de Operações e Chamadas para Propostas

As operações de compra são organizadas por meio de chamadas públicas detalhadas, que especificam quantidade, origem e preço, além de prazos e datas de avaliação. Nos sites da JISCO e GTC as informações sobre as chamadas públicas estão em inglês, o que facilita o acompanhamento por interessados brasileiros; entretanto, outros websites apenas possuem informações em persa. Ao final do texto são apresentadas referências para acesso a informações diretamente nos websites das empresas

Impacto no Comércio Brasil-Irã

As estatais iranianas, com sua capacidade de realizar grandes aquisições, facilitam significativa parcela do comércio com o Brasil, especialmente nos setores de commodities, incluindo-se a



soja e seus produtos, milho, açúcar, e também carnes. Este mecanismo garante o abastecimento do mercado iraniano frente à oferta limitada interna.

Recomendações para exportadores brasileiros

Considerando as práticas detalhadas de importação e regulamentações comerciais do Irã, os exportadores brasileiros são aconselhados a:

Realizar adequada diligência prévia: Diligenciando compradores iranianos para garantir conformidade regulatória. Principalmente devido às dificuldades de acesso às informações pela barreira linguística e bloqueios para acesso de diversos websites a partir do exterior. É importante buscar envolver agentes locais nas vendas e marketing de produtos, otimizar a logística e resolver questões legais.

Entender o Sistema Cambial: Familiarizar-se com sistemas como NIMA para alocação de moeda, valorizando o conhecimento das múltiplas taxas de câmbio, bem como a disponibilidade de moeda estrangeira ao longo do tempo, como forma obter maior previsibilidade.

Atender a Certificações e Habilitações Necessárias: Garantir a obtenção de certificados, como os sanitários e fitossanitário, especialmente para produtos alimentares. Para produtos de origem animal é necessária a habilitação dos exportadores junto ao *Iran Veterinary Office (IVO)*, bem como a certificação Halal.

Incorporar Parceiros Locais: Estas orientações visam mitigar riscos relacionados a sanções e facilitar um fluxo comercial contínuo em um mercado iraniano reconhecido por seus desafios políticos e econômicos.

REFERÊNCIAS

Empresa estatal		Website
	Jahed Investment and Service Co. (JISCO)	https://en.j-i-s-co.com/blog-2/blog-6
	State Livestock Affairs Logistics (SLAL)	https://www.iranslal.com/ Buscar: Tender (مناقصه); ou Auction (مزایده).

	Government Trade Company (GTC)	https://en.gtc.ir/index.aspx?siteid=7
---	--------------------------------	---



Informações mais detalhadas sobre o processo de exportação ao Iran podem ser vistas no guia “**How to Export to Iran 2023**”, disponibilizado pela Embaixada do Brasil em Teerã em:

<https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/invest-export-brasil/exportar/conheca-os-mercados/GuideonHowtoExporttoIran2023.pdf>

ITÁLIA (FAO)

GESTÃO SUSTENTÁVEL DO NITROGÊNIO NA AGRICULTURA

113

Número: ROMA-03-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Roma/Itália-FAO

Palavras-chave: nitrogênio, sustentabilidade, agricultura, poluição, mudança climática

Responsável: Fernanda Vanessa Mascarenhas Magalhães

SUMÁRIO: Este informe trata da eficiência do uso do nitrogênio em sistemas de cultivo, com base na publicação da FAO sobre gestão sustentável do nitrogênio em sistemas agroalimentares, intitulada “*Sustainable nitrogen management in agrifood systems*”. O documento observa que o nitrogênio tem papel fundamental nos ecossistemas, ao circular pelo ar, solo e água. Sua disponibilidade tem sido crucial para o crescimento da produção agrícola e para a segurança alimentar global, mas seu uso inadequado pode prejudicar a qualidade do ar, da água e do solo e agravar as mudanças climáticas. A publicação oferece uma visão abrangente sobre os desafios e oportunidades na gestão do nitrogênio e propõe soluções para melhorar a eficiência do uso do nitrogênio.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

CONTEXTO

O nitrogênio (N) é essencial para os ecossistemas, circulando entre o ar, o solo e a água. Sua disponibilidade, tanto por fontes industriais quanto biológicas, tem sido crucial para a produção agrícola e a segurança alimentar. No entanto, o uso excessivo de N pode degradar o solo, afetar a qualidade do ar e da água, contribuir para a perda de biodiversidade e agravar as mudanças climáticas.

As perdas de N ocorrem por emissões atmosféricas (NH_3 , NO_x e N_2O , este último um potente gás de efeito estufa) e pela lixiviação de nitrato (NO_3^-), que leva à eutrofização e acidificação de ecossistemas aquáticos. Isso impacta a biodiversidade, a qualidade da água e do ar, e representa riscos à saúde humana, agravando a tripla crise planetária: mudanças climáticas, poluição e perda de biodiversidade.

Os sistemas agroalimentares são os principais responsáveis por essas alterações no ciclo do N. Para mitigar os impactos ambientais, é essencial adotar práticas que aumentem a eficiência do uso do N, reduzindo desperdícios e poluição.

AGRICULTURA E NITROGÊNIO

O N é um macronutriente essencial para a agricultura, sendo fundamental para o crescimento de plantas, animais e humanos. Seu uso adequado melhora a produtividade agrícola e evita a degradação do solo e a perda de nutrientes. No entanto, o uso excessivo ou ineficiente pode causar contaminação de águas subterrâneas, emissões de gases de efeito estufa, degradação ambiental e reduzir o ozônio estratosférico (O_3).

Os sistemas de cultivo são a principal fonte de entrada de N na agropecuária, mas também os maiores responsáveis por suas perdas ambientais. Aumentar a eficiência do uso do nitrogênio (NUE) é essencial para garantir uma produção sustentável e minimizar os impactos negativos no meio ambiente.

DEFINIÇÃO DE EFICIÊNCIA DO USO DO NITROGÊNIO (NUE) EM SISTEMAS DE CULTIVO

A eficiência do uso do nitrogênio (NUE) é a proporção do nitrogênio aplicado que é retida nos produtos agrícolas. Embora seja mais aplicada aos sistemas de cultivo, a NUE também pode ser avaliada em diferentes níveis (solo-planta-animal, agroalimentares e industriais) e escalas espaciais (parcelas, fazendas, bacias hidrográficas, países e globalmente).

Melhorar a NUE reduz custos com fertilizantes, minimiza perdas por lixiviação, volatilização e erosão, e promove uma agricultura mais sustentável.

As principais fontes de N nos sistemas agrícolas incluem fertilizantes sintéticos, esterco animal, fixação biológica, deposição atmosférica e resíduos de culturas, além de fontes adicionais como sementes, irrigação e mineralização da matéria orgânica do solo. No entanto, parte do N pode ser perdida para o ambiente por volatilização, lixiviação, escoamento superficial e erosão.

Os solos são um reservatório importante de N, podendo armazenar de 20 a 100 vezes mais N do que plantas cultivadas. A matéria orgânica do solo pode conter até 5% de N, sendo uma fonte essencial para a nutrição das plantas e para a sustentabilidade agrícola.

TENDÊNCIAS E STATUS DA NUE

A produtividade global das culturas aumentou de 19 kg N/ha/ano em 1961 para 65 kg N/ha/ano em 2022. No entanto, a NUE caiu de 56% em 1961 para 40% na década de 1980, recuperando-se para 56% em 2022.

Entre 2017 e 2021, a média global da NUE foi de 62%, variando entre países devido a fatores ecológicos e socioeconômicos.

A melhoria das tecnologias e práticas de manejo (TMP) é uma das principais estratégias para aumentar a NUE, equilibrando produção agrícola e mitigação da poluição. Alguns exemplos de TMP incluem o uso de fertilizantes de liberação lenta, nano e revestidos com ureia, a agricultura de precisão, o uso de bioestimulantes para aumentar a absorção de N pelas plantas, o manejo integrado de nutrientes vegetais e a agricultura conservacionista.

ESTRATÉGIAS PARA MELHORAR A NUE EM SISTEMAS DE CULTIVO

Melhorar a NUE requer uma combinação de uso mais eficiente de fertilizantes, manejo adequado do solo e práticas agrícolas regenerativas.

Entre as principais práticas de gestão destacam-se:

1. Melhoria do estado do N na cultura e do potencial de aquisição de nutrientes: reduz a perda de N para o meio ambiente e aumenta sua recuperação na biomassa. As estratégias incluem: culturas consorciadas ou intercaladas com espécies eficientes na aquisição de N; melhoramento genético para aumentar a absorção de N; manejo da densidade de plantio para otimizar a captura de nutrientes; fertilização balanceada e manejo integrado de nutrientes; e uso de bioestimulantes e biofertilizantes, incluindo microrganismos promotores do crescimento vegetal.
2. Alteração natural do ciclo do nitrogênio: promovem a retenção e aproveitamento do N no solo. As estratégias incluem: uso de adubos verdes, como árvores fixadoras de nitrogênio (ex.: acácia, *Sesbania sesban*, *Gliricidia sepium*); cobertura orgânica do solo (mulching) para melhorar a retenção de nutrientes; aplicação de microrganismos fixadores de N para potencializar a absorção pelas plantas; inibição biológica da nitrificação e da desnitrificação, reduzindo perdas de N no solo.
3. Melhoria da saúde e fertilidade do solo: envolve práticas como agricultura conservacionista, incluindo o plantio direto, a rotação de culturas e o uso de plantas de cobertura. Além disso, a aplicação de fertilizantes orgânicos, composto e biochar tem se mostrado eficaz na mitigação da emissão de NO_x e da lixiviação de nitrogênio. Essas

- práticas ajudam a reduzir as perdas de N e diminuem a dependência de insumos externos, como fertilizantes sintéticos.
4. Manejo da irrigação e modificação das taxas de evaporação: o manejo eficiente da irrigação pode contribuir significativamente para a redução das perdas de nitrogênio reativo e para a melhoria da eficiência do uso da água e dos nutrientes. Algumas estratégias incluem o uso de cobertura morta (mulching) para reduzir as perdas de amônia (NH_3) no solo, ajuste da dose de irrigação conforme a necessidade da cultura, minimizando a drenagem excessiva e a lixiviação de N, irrigação deficitária, microirrigação (exemplo: irrigação por gotejamento), irrigação subsuperficial, que otimiza a disponibilidade de água no solo e minimiza a lixiviação de nitrogênio. Essas práticas ajudam a melhorar a eficiência do uso da água e do nitrogênio, reduzindo a contaminação ambiental e promovendo uma produção agrícola mais sustentável.

116

A abordagem dos 4Rs ajuda a otimizar a aplicação de fertilizantes e aumenta a NUE: Taxa correta (ajustar a dose ao que a cultura necessita), Fonte correta (escolher fertilizantes com maior eficiência e menor impacto ambiental; Momento correto (aplicar o fertilizante no período de maior demanda da planta); Local correto (posicionar o fertilizante no solo de forma a minimizar perdas).

MENSAGENS-CHAVE

Melhorar a gestão do nitrogênio (N) nas terras cultiváveis é fundamental para garantir uma produção sustentável de alimentos, estabilizar o clima, preservar a biodiversidade, melhorar a qualidade do ar e da água. Como as terras agrícolas são a principal porta de entrada do N no sistema agroalimentar, a NUE é um indicador essencial do desempenho ambiental da agricultura. Sistemas agrícolas de alto desempenho combinam alta produtividade, rotação adequada de culturas, elevada NUE e baixo excedente de N.

A NUE varia entre países devido a fatores como tipo de cultivo, tecnologias agrícolas e práticas de manejo. Para melhorar essa eficiência, algumas estratégias incluem: a abordagem 4Rs para o uso de fertilizantes nitrogenados (taxa, local, momento e fonte corretos), auxiliada por tecnologias como agricultura de precisão e sensoriamento remoto; a diversificação das rotações de culturas e o aumento do plantio de leguminosas, reduzindo a poluição e aumentando a eficiência do nitrogênio; práticas agroecológicas, como cultivo em faixas, cobertura vegetal e agricultura de conservação, que fortalecem a saúde do solo e reduzem as perdas de N; gestão eficiente do esterco animal, com melhor distribuição do gado, menor concentração de animais em áreas de alta densidade pecuária e maior integração entre lavoura e pecuária; otimização do uso de N em diferentes escalas, incluindo o reaproveitamento de excreções humanas e a mudança nos padrões de consumo para reduzir o impacto ambiental do nitrogênio.

Publicação: <https://openknowledge.fao.org/handle/20.500.14283/cd3388en>

JAPÃO

O POTENCIAL DAS EXPORTAÇÕES DE ETANOL AO JAPÃO

117

Número: TYO-03-2025

Data: 17/03/2025

Posto: Tóquio/Japão

Palavras-chave: exportações; oportunidades; etanol

Responsável: Marco Aurélio Pavarino

SUMÁRIO: O Brasil está presente no mercado de exportações de etanol ao Japão há muitos anos. Segundo dados do site International Trade Center (ITC), mantido pela ONU, o Brasil foi o principal país fornecedor do etanol (HS 2207) importado pelo país, com cerca de 80% de participação neste mercado. Com a crescente adoção de políticas de redução de emissões de CO2 pelo governo japonês este mercado deve se ampliar ainda mais. O Etanol é base para a produção do combustível sustentável de Aviação (SAF em inglês) e para o ETBE, componente adicionado à gasolina. O suprimento estável e consistente desta demanda do Japão deverá vir principalmente de Brasil e Estados Unidos, os dois maiores exportadores do biocombustível ao Japão.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

O etanol, um biocombustível versátil e renovável, tornou-se uma *commodity* cada vez mais importante nos mercados globais de energia. À medida que os países se esforçam para reduzir as emissões de CO₂ e outros gases efeito estufa principalmente através da substituição dos combustíveis originados de fontes fósseis, o etanol emergiu como um componente chave para atingir esses objetivos. O Japão é um país com recursos naturais limitados. Por outro lado, tem uma agenda de sustentabilidade que recorre ao uso de biocombustíveis como parte de sua estratégia para diversificar as fontes de energia e reduzir as emissões de gases de efeito estufa.

118

VISÃO GERAL DO MERCADO DO ETANOL NO JAPÃO

O Japão é um dos maiores importadores mundiais de etanol, dependendo quase que integralmente de fontes externas para atender à sua demanda doméstica. A produção interna é muito pequena, levando o país a importar etanol de países com capacidade de fornecimento de volume e regularidade como Brasil, Estados Unidos e Paquistão. Enquanto a produção de etanol do Brasil é baseada principalmente na cana-de-açúcar, os Estados Unidos utilizam o milho como base da produção de seu etanol.

A tabela abaixo apresenta o volume das importações de etanol ao Japão por país de origem no período de 2020 a 2023. Segundo dados do International Trade Center (ITC) da ONU, o Brasil foi o principal país exportador ao Japão em 2023, com participação de cerca de 80% neste mercado.

Tabela 1 – Valor em mil USD das importações de etanol pelo Japão por país no período de 2020 a 2023.

País Exportador	Valor importado 2020	Valor importado 2021	Valor importado 2022	Valor importado 2023
Global	535,017	543,807	708,192	705,502
Brasil	404,080	461,120	568,928	564,543
Estado Unidos da America	79,160	65,196	115,392	92,666
Paquistão	16,974	930	1,178	18,847
Africa do Sul	5,104	7,123	10,881	12,780
Australia	4,034	1,990	4,906	11,258

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

Como a tabela demonstra, nos últimos anos a importação deste produto cresceu de forma constante no país, em boa parte impulsionadas pela adoção de políticas governamentais que promovem o uso de energias de fontes renováveis. Os padrões de mudança da matriz energética do Japão incluem o aumento da porcentagem de energia renovável no mix de fornecimento de

energia até 2030. A meta declarada pelo país é alcançar a neutralidade das emissões de carbono até 2050. Essa estratégia cria, como visto, uma demanda crescente pelo etanol, particularmente para o uso na mistura com gasolina e, mais recentemente, como estratégia de uso futuro de combustível na aviação civil.

119

Usos primários do etanol no Japão

O etanol tem vários usos no Japão, sendo os principais como combustível, em aplicações industriais e uso alimentício. A versatilidade e benefícios ambientais do etanol o tornam um recurso valioso para os esforços que o país tem feito para atingir as metas de sustentabilidade.

1. Combustível de transporte

Um dos usos crescentes do etanol no Japão é para mistura na gasolina como combustível de transporte. O etanol é adicionado ao combustível fóssil na forma de ETBE (éter etil-terc-butílico) para criar uma mistura de queima mais completa e eficiente, tornando a combustão menos poluente e com menor índice de emissões de gases de efeito estufa, além de melhorar a qualidade do ar em grandes cidades como Tóquio, Yokohama e Osaka.

No final do ano de 2024 o governo japonês anunciou uma política de aumento da mistura de etanol na gasolina utilizada no país passando dos atuais 3% (E3) para 10% (E10) até 2030, com ampliação prevista para 20% até 2040. Os combustíveis misturados com etanol estão disponíveis em postos de gasolina em todo o país, e seu uso é promovido por meio de incentivos e regulamentações governamentais.

Entre as estratégias anunciadas pelo governo japonês para a substituição dos combustíveis fósseis estão:

- Automóveis compatíveis com biocombustíveis: Todos os novos automóveis de passageiros terão de ser compatíveis com biocombustíveis até ao início da década de 2030.
- Aumento das importações de etanol: O Japão irá importar mais etanol do Brasil e dos EUA, os dois maiores produtores mundiais.
- Renovação de postos de gasolina: O Japão apoiará a renovação das estações de serviço de combustíveis para a adoção da ampliação das misturas.

O governo japonês estabeleceu uma meta de substituição de até 10% de todo o combustível de aviação civil utilizado no país pelo Combustível de Aviação Sustentável, ou Sustainable Aviation Fuel em inglês (SAF) até o ano de 2030. Essa estratégia irá gerar uma demanda muito significativa nas importações de etanol pelo Japão nos próximos anos.

2. Aplicações Industriais

Além da utilização como combustível de transporte, o etanol é um componente essencial em vários processos industriais, onde é usado como solvente e matéria-prima. A adoção de práticas industriais mais sustentáveis reforçou as importações do produto, criando uma demanda constante e crescente em vários setores.

No Japão, o etanol é usado como solvente na produção de produtos químicos, farmacêuticos e cosméticos. Sua capacidade de dissolver uma ampla gama de substâncias o torna um ingrediente valioso nos processos de fabricação. O etanol é usado, por exemplo, na produção de tintas e de agentes de limpeza, onde serve como solvente ou agente secante.

A indústria farmacêutica também depende do etanol para a produção de medicamentos, vacinas e desinfetantes. Durante a pandemia de COVID-19, a demanda por desinfetantes líquidos à base de etanol, na forma de gel ou de lenços umedecidos para as mãos, aumentou. Além disso, o Japão possui um setor farmacêutico bem desenvolvido que garante uma demanda constante por etanol de alta pureza, quase que em sua totalidade importado.

3. Indústria de Bebidas e Alimentos

O etanol é utilizado como aditivo na produção de algumas bebidas alcoólicas tradicionais da cultura japonesa como saquê, shochu e uísque, como realçador de sabor e aromatizante. Este etanol usado em bebidas é importado. Além da adição às bebidas, o etanol é usado como conservante e aromatizante em vários produtos alimentícios.

A Figura abaixo apresenta de forma esquematizada os diversos usos do etanol no Japão.

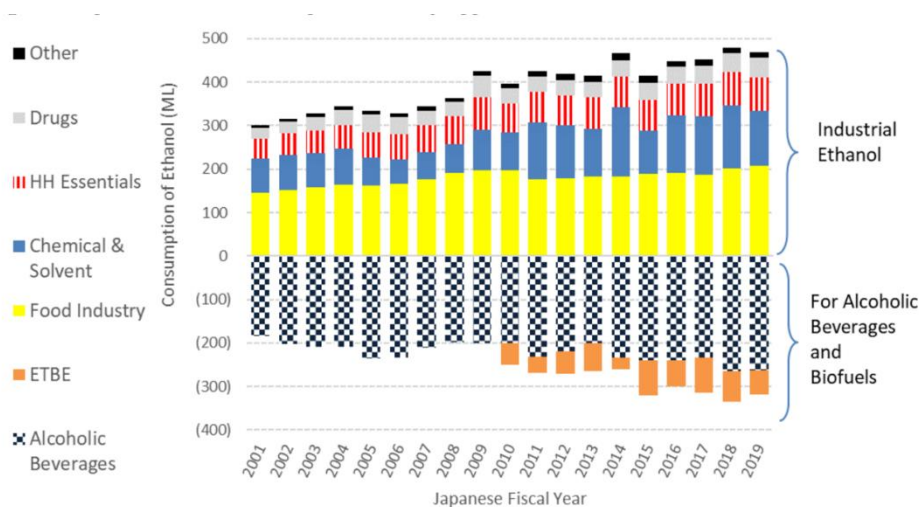


Figura 1 – Principais usos e aplicações de etanol no Japão

Fonte: Elaborado pela USDA, adaptado de Japan Alcohol Association e Japan Customs

Desafios e perspectivas futuras

121

Apesar dos benefícios e potenciais, o Japão lida com alguns desafios relacionados ao uso do etanol. A dependência do Japão das importações o torna vulnerável às flutuações do mercado global e às tensões geopolíticas, que podem interromper as cadeias de suprimentos e aumentar os custos.

Como outras commodities, o mercado do etanol é influenciado por alguns fatores como rendimento das colheitas e, no caso específico, a demanda mundial de açúcar. O Japão tem adotado, ao longo dos anos, uma forte estratégia de políticas de relacionamento com seus parceiros comerciais. São mais de 17 acordos comerciais que o país tem em vigência atualmente e estes acordos têm um papel significativo na garantia de cadeias de suprimentos estáveis e preços competitivos. Exemplo disso é o Acordo Comercial EUA-Japão, que facilitou o comércio de etanol entre os dois países.

As importações de etanol do Japão são fortemente influenciadas pelas políticas governamentais destinadas a promover o uso de energia a partir de fonte renovável e a redução das emissões de carbono. O etanol é a opção mais viável e disponível para a produção de SAF em todo o mundo e o Japão está se planejando para que sua demanda deste biocombustível, para os próximos anos, seja de produção interna, a partir de etanol que será importado dos países de maior capacidade de fornecimento. Entre eles, o Brasil é o de maior capacidade.

Conclusão

O Brasil está em posição bastante favorável para se beneficiar da crescente demanda por etanol projetada pelo Japão em um futuro próximo. Com uma vasta área de cana-de-açúcar plantada e infraestrutura consolidada de produção de biocombustíveis, o país tem capacidade de fornecer etanol com regularidade os grandes volumes de etanol que serão demandados pelo Japão os próximos anos. Além disso, em comparação com os principais países concorrentes, o etanol à base de cana-de-açúcar do Brasil tem melhores índices de sustentabilidade e eficiência do que o etanol à base de milho americano.

Essa vantagem competitiva torna o Brasil um fornecedor atraente para o Japão, que depende e continuará dependendo fortemente da importação de etanol para cumprir seus compromissos de sustentabilidade. A perspectiva projetada pelo Japão tanto para o aumento da mistura em combustíveis de transporte terrestre como para o uso de SAF são reais e já estão sendo programadas pelo governo e pela iniciativa privada do país. Este cenário pode promover colaboração mais estreita em tecnologia de uso e inovação de biocombustíveis e alavancar novas relações comerciais de exportação do etanol para o Japão.



MALÁSIA

PERSPECTIVAS DO MERCADO DE DDG - DRIED DISTILLERS GRAIN NA MALÁSIA

Número: KUALA-03-2025

Data: 16/02/25

Posto: Kuala Lumpur/Malásia

Palavras-chave: DDG; ração animal; mercado; exportação

Responsável: Dalci de Jesus Bagolin

SUMÁRIO: O relatório detalha o mercado de DDG – Dried Distillers Grain na Malásia e as perspectivas para o produto brasileiro. A Malásia é altamente dependente da importação de matéria-prima importada para a sua indústria de ração animal. A fonte de proteína mais utilizada é o farelo de soja, mas o DDG pode ser uma alternativa. A recente ampliação da produção de etanol de milho aumentou a oferta de DDG, sendo o mercado da Malásia uma opção para o produto brasileiro.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



PANORAMA DO MERCADO DE MILHO NA MALÁSIA E PERSPECTIVAS PARA IMPORTAÇÃO DO PRODUTO BRASILEIRO



123

1. A indústria de ração animal na Malásia

A indústria de alimentação animal da Malásia é um setor de grande importância, crucial para apoiar a sua crescente produção pecuária, particularmente nas indústrias avícola e suína e na aquacultura. A demanda por ração animal é impulsionada pelo aumento da população e pelas mudanças nas preferências alimentares, levando ao aumento do consumo de carne. O mercado malásio de ração animal deverá experimentar crescimento contínuo, com previsões estimando um tamanho de mercado de US\$ 2.811,616 milhões até 2028, crescendo a uma taxa composta de crescimento anual de 2,18% de US\$ 2.418,186 milhões em 2021, havendo fontes que projetam um crescimento de até 8% para o período de 2025-2031. Este crescimento destaca a necessidade contínua de quantidades substanciais de ingredientes para rações.

Uma característica crítica da indústria de alimentação animal da Malásia é a sua forte dependência de ingredientes alimentares importados. Estima-se que 85% dos ingredientes da ração sejam importados, enquanto apenas cerca de 15% são adquiridos localmente, como o farelo de arroz e a torta de palma (PKC). Os principais ingredientes importados são grãos de cereais, principalmente milho, e farinhas proteicas, predominantemente farelo de soja, que constituem a base das formulações de rações para aves e suínos devido à sua disponibilidade abundante e custo relativamente baixo. O milho, por exemplo, contribui significativamente para o conteúdo energético da ração, enquanto o farelo de soja é uma importante fonte de proteína. A Malásia importa praticamente 100% do seu milho, principalmente da Argentina e do Brasil. A soja e o farelo de soja também são amplamente importados, sendo que o Brasil, apesar de grande produtor e exportador de soja, participa apenas com cerca de 10% deste mercado, que é dominado pela Argentina.

A dependência significativa de ingredientes alimentares importados expõe a indústria pecuária da Malásia à volatilidade dos preços e às flutuações nas taxas de câmbio, tornando os custos dos alimentos para animais uma componente importante das despesas de produção. Para a produção de frangos de corte, a ração representa aproximadamente 62-70% do custo total. O governo da Malásia reconhece esta vulnerabilidade e implementou estratégias no âmbito da Política Agroalimentar Nacional (NAP) 2.0 (2021-2030) para reduzir esta dependência. Estas estratégias incluem a exploração de opções locais de substituição de alimentos para animais, tais como o aumento da utilização de PKC e o fornecimento de incentivos para uso de alimentos produzidos localmente. No entanto, estas iniciativas ainda não ganharam escala.

Os grãos secos de destilaria (DDG), um coproduto da produção de etanol a partir de grãos como o milho, são uma fonte significativa de proteína na alimentação animal em todo o mundo, podendo contribuir para diversificar as fontes de proteína para ração animal e reduzir a dependência de outros produtos.



2. O DDG no Brasil

A produção de milho em segunda safra no Brasil, também conhecida como "safrinha", tem desempenhado um papel crucial no cenário agrícola do país, complementando a produção da primeira safra e impulsionando a disponibilidade de milho para diversos fins, incluindo a produção de DDG.

Com isso, a produção de DDG no Brasil tem demonstrado um aumento significativo nos últimos anos, um fenômeno diretamente atrelado à expansão da indústria de etanol de milho no país. Este coproduto, essencial na nutrição animal, especialmente para aves e suínos, tem colocado o Brasil em destaque no cenário global.

De acordo com as estimativas, a produção brasileira de DDG na safra 2024/25 deve alcançar 4 milhões de toneladas, um reflexo do crescimento das usinas de etanol de milho. Esse avanço não apenas fortalece o mercado interno de ração animal, mas também impulsiona as exportações, consolidando o Brasil como um dos maiores produtores e exportadores de DDG do mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos.

A expectativa é que esse crescimento continue nos próximos anos, acompanhando a demanda crescente por etanol de milho e ração animal. A expansão da indústria de etanol de milho, com a construção de novas usinas e a ampliação das existentes, sinaliza um futuro promissor para a produção de DDG no Brasil, com potencial para consolidar ainda mais sua posição no mercado global.

3. Importação pela Malásia

A Malásia tem importado DDG, regularmente, nos últimos anos, sendo os Estados Unidos o maior fornecedor.

	2019	2020	2021	2022	2023
Mundo	22.362	11.480	30.361	27.993	22.803
Estados Unidos	6.036	8.439	14.570	17.295	16.296
Singapura	1.971	2.302	2.833	2.150	2.124
China	784	431	2.224	1.403	2.726
Outros	13.571	308	10.734	7.145	1.657

Fonte: TradeMap

Apesar dos valores ainda não muito expressivos, os dados mostram que o produto já é conhecido no mercado da Malásia.



124



4. Regulamentações para Importação de DDG na Malásia

As tarifas de importação para milho na Malásia são 0%. Portanto a falta de um Acordo de Livre Comércio do Mercosul com a ASEAN ou com a Malásia não é um dificultador, neste caso.

Os produtos destinados à alimentação animal não necessitam de certificação Halal para a Malásia.

O importador precisa obter uma licença de importação (import permit) para produtos vegetais no Serviço de Quarentena e Inspeção da Malásia (MAQIS) e a carga deve estar acompanhada de Certificado Fitossanitário Internacional emitido pelo MAPA, com Declaração Adicional de que o produto está livre do Mal das Folhas da Seringueira e de que a produção foi realizada a 50 km do cultivo de seringueiras. É necessário, ainda, o tratamento com Brometo de Metila ou Fosfina.

Por ser um produto para a alimentação animal, é necessária uma outra licença de importação (import permit) junto ao Departamento de Serviços Veterinários - DVS.

5. Principais Players do Mercado de Ração Animal na Malásia

A seguir apresentamos uma lista dentre as maiores empresas produtoras de ração animal:

- Dindings Soya & Multifeed Sdn Bhd
- FFM Bhd
- Gold Coin Feedmills (M) Sdn Bhd
- Sinmah Multifeed (M) Sdn Bhd
- Ayamas Integrated Poultry Industry Sdn Bhd
- Leong Hup Feedmill Sdn Bhd
- PK Agro-Industrial Products (M) Sdn Bhd
- PTS GoldKist Industries Sdn Bhd
- DBE Poultry Sdn Bhd
- KL Supreme Feedmill Sdn Bhd
- Liang Teik Trading Co Sdn Bhd
- MFM Feedmill Sdn Bhd
- Ni-On Marketing System Sdn Bhd
- PW Nutrifeed Sdn Bhd
- Sykt Ang Hock Stockfeeds Mfg
- Charoen Pokphand Group – CP Malaysia

6. Conclusão

A grande dependência da Malásia de fontes de proteína importadas para sua crescente indústria pecuária apresenta uma oportunidade potencial para os exportadores brasileiros de DDG. Com a perspectiva de crescimento da disponibilidade de DDG em face dos investimentos que estão sendo realizados na produção de etanol de milho, a Malásia pode ser uma excelente opção de mercado para o produto.

MARROCOS

ECONOMIA VERDE NO MARROCOS: NECESSIDADE URGENTE DE AÇÃO



126

Número: RAB-06-2025

Data: 17/03/2025

Posto: Rabat/Marrocos

Palavras-chave: Marrocos; economia verde; transição energética; finanças verdes; novas tecnologias

Responsável: Ellen Elizabeth Laurindo – adida agrícola em Rabat

SUMÁRIO: O texto aborda os desafios da economia verde e da transição energética no Marrocos. Entre os principais entraves estão a atualização das legislações sobre o tema, a dificuldade de obter investimentos/financiamentos verdes e os entraves para a realização de zoneamento climático nacional. A substituição progressiva dos combustíveis fósseis enfrenta a resistência dos dirigentes em adotar novas tecnologias. Junta-se a isso a insuficiência de profissionais qualificados e de programas de formação no tema principalmente nos setores mais afetados pelos desafios ambientais.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO





127

A economia verde no Marrocos tem ganhado destaque nos últimos anos, especialmente com o país se tornando um dos líderes em iniciativas de sustentabilidade e energia renovável na região do Norte da África. Em relação à energia renovável, o país investiu fortemente em energia solar, eólica e hídrica. A solar é a fonte de energia renovável mais expoente no Reino, pois há altos níveis de radiação devido à sua localização geográfica. O governo marroquino tem investido significativamente em projetos de energia solar, com o objetivo de diversificar suas fontes de energia e reduzir a dependência de combustíveis fósseis. Um dos projetos mais notáveis é a usina solar de Noor, localizada em Ouarzazate. Este complexo é um dos maiores do mundo e utiliza tecnologia de concentração solar (CSP) para gerar eletricidade. Além disso, existem iniciativas para incentivar o uso de energia solar em áreas rurais e comunidades, promovendo o acesso à eletricidade e melhorando a qualidade de vida.

O governo marroquino se comprometeu a produzir 52% da sua eletricidade a partir de fontes renováveis até 2030. Há também políticas para promover o uso sustentável dos recursos naturais e a eficiência energética. Dentre as várias iniciativas em curso no país, uma das mais importantes é o zoneamento climático nacional.

A transição energética foi colocada no centro das estratégias de desenvolvimento, que engloba um quadro jurídico estruturado para este fim e visa a diversificação das fontes energéticas. Contudo, para transpor os obstáculos atuais e acelerar tal transformação, é essencial atualizar o ordenamento jurídico, atualizar as legislações sobre o tema e integrar novas soluções, sobretudo relacionadas ao gás natural, além de reforçar os financiamentos verdes. Entre as ambições, obstáculos e mecanismos de adaptação, o país deverá ser bem sucedido nesta transição para assegurar a implantação de matrizes energéticas sustentáveis e competitivas.

A estratégia energética do Marrocos está baseada em dois eixos principais: a segurança energética e a diversificação da matriz energética. Ela visa substituir progressivamente os combustíveis fósseis por fontes renováveis e sustentáveis. Nesta óptica, o gás natural representa uma alternativa mais limpa e competitiva. O desenvolvimento na produção e captação do gás natural está dentro da estratégia marroquina para o horizonte 2021-2050 com vários eixos estratégicos, como a criação de um mercado regulado, o desenvolvimento de infraestrutura adaptada e, por último, a garantia de acesso à energia competitiva para a indústria e para os consumidores marroquinos. O objetivo é igualmente melhorar a competitividade das indústrias exportadoras e de promover as atividades complementares ligadas ao setor energético. A análise atual da oferta e demanda de gás natural, em nível nacional e internacional, mostra que a produção de eletricidade e a demanda industrial deverá ser o motor central desta dinâmica.

Em relação ao setor industrial, já existem medidas visando a melhoria da eficiência energética, reduzindo progressivamente a demanda por energia. Esta evolução foi favorecida por programas governamentais de incentivo e acompanhamento técnico que encorajam a adoção de soluções energéticas mais eficientes. Porém, para ir mais longe com a transição energética e reforçar a descarbonização do setor industrial, esforços suplementares serão necessários principalmente relacionados à diversificação das fontes energéticas e reforço das competências dos atores envolvidos.



A estratégia de produzir 52% de eletricidade renovável até 2030 orienta que o setor de financiamentos marroquino incentive as soluções mais autônomas e diversificadas para acompanhar a transição energética. Destaca-se que o financiamento verde no Marrocos foi iniciado graças ao aporte técnico e financeiro através das instituições internacionais, principalmente através de linhas de crédito verdes. Dentre os mecanismos de financiamentos possíveis, estão a subvenção governamental, os seguros de riscos climáticos, os selos verdes, o financiamento misto, as garantias e a assistência técnica. No entanto, novos mecanismos de financiamentos estão sendo desenvolvidos, como os créditos de carbono.

Face à urgência climática, a redução da pegada de carbono pelas empresas se transformou em uma necessidade, o que demonstrou alguns obstáculos importantes. A falta de corpo especializado e programas de formação e sensibilização insuficientes constituem os maiores freios à transição energética. Esta lacuna complica a adoção de práticas sustentáveis, apesar da pressão crescente em favor da sustentabilidade. Outro desafio importante está nos aspectos econômico/financeiros. A adoção de tecnologias ecológicas demanda investimentos iniciais, como a compra de equipamentos, treinamento de pessoal e adaptação das infraestruturas. A curto prazo, as incertezas quanto ao retorno deste tipo de investimento ode frear certas iniciativas de transição ecológica.

Outros pontos importantes que atrasam sobremaneira a transição energética são a resistência dos dirigentes e dos empregados em modificar seus hábitos, adotar novas tecnologias e adquirir novas competências de forma que a eficácia das subvenções governamentais são questionáveis. Ainda que elas existam, estas restam insuficientes para estimular os investimentos em tecnologias sustentáveis, limitando assim o impacto das políticas públicas em matéria de transição energética.

Cita-se como exemplo o caso do Ministério de infraestrutura e das Águas que tem um papel central na otimização na gestão dos recursos hídricos e na promoção das soluções sustentáveis. Ele sustenta medidas junto ao setor privado através de incitações financeiras e regramentos que encorajam a economia de água e à utilização dos recursos hídricos não convencionais, como a reutilização de águas e dessalinização.



128



MÉXICO

MÉXICO E O TEMA DO MILHO TRANSGÊNICO.

Número: MEX-06-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Cidade do México/México

Palavras-chave: Organismo geneticamente modificado, glifosato, legislação

Responsável: Adriane Reis Cruvinel

SUMÁRIO: No final de 2020, foi publicado decreto mexicano que estabelecia prazo de 31/01/2024 para a proibição do uso do glifosato e do milho transgênico. No México, o hábito de consumo pela população é de milho branco, sendo o milho amarelo utilizado apenas para indústria e alimentação animal. Para o milho branco, o México é praticamente autossuficiente, mas para o milho amarelo depende significativamente da sua importação, diante da baixa produção e baixa produtividade das variedades nacionais. Como o decreto não deixava claro a qual milho se referia a proibição, grande polêmica foi gerada, particularmente pelo receio de restrições às importações. Após publicações de alteração do decreto, para postergar o prazo e identificar a proibição da transgenia exclusivamente para o milho branco, foi aberto painel de controvérsias pelos EUA, no âmbito do T-MEC (Tratado México Estados Unidos Canadá), alegando que tal legislação restringiu o comércio e não possuía comprovação científica. Após perder o painel, o México alterou o decreto, retirando a restrição de autorização para utilização e obrigatoriedade de substituição do milho transgênico por soluções alternativas. O projeto de reforma constitucional que proibia a utilização de milho transgênico e seguia paralelo ao painel, e foi aprovado pelo Senado no dia 05/03/2024, passando a proibição do cultivo de milho transgênico no país ser constitucional.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



129



130

Foi publicado em 31/12/2020 decreto mexicano que estabelece ações para a substituição gradual de uso, aquisição, distribuição, promoção e importação da substância denominada glifosato e componentes relacionados com esse princípio ativo até a data de 31 de janeiro de 2024, estabelecendo período de transição para sua substituição total. O decreto também revoga e não permite liberação de sementes de milho geneticamente modificado na alimentação de mexicanos e mexicanas. A previsão no decreto era de promoção do ordenamento jurídico relacionado para substituição do glifosato e do milho geneticamente modificado até o primeiro semestre de 2023.

Desde a publicação do decreto, não foram estabelecidas normativas relacionadas ao tema.

No México o milho branco é destinado à alimentação humana e o milho amarelo utilizado na indústria de alimentos e para alimentação animal. Restava dúvida sobre a restrição do uso de milho transgênico apenas para alimentação humana, devido ao termo no decreto: para **mexicanos e mexicanas**.

Diante do impasse sobre a abrangência da restrição do milho transgênico apenas para alimentação humana ou de maneira generalizada, agricultores nos Estados Unidos acionaram seu governo sobre a proibição mexicana do milho OGM, alertando para bilhões de dólares em danos econômicos. Movimentos também foram acompanhados pelo lado mexicano, que depende da importação de milho amarelo, particularmente para a alimentação animal.

No final do ano de 2022, o governo mexicano, incluindo o secretário de Agricultura, Víctor Villalobos, informou que as importações de milho amarelo para a alimentação do gado não seriam interrompidas.

Em 13/02/2023 foi publicado novo decreto relacionado à proibição do uso do glifosato e do milho transgênico que esclareceu as diferentes restrições para os diferentes tipos de milho, branco para alimentação humana, cuja transgenia era proibida e amarelo para indústria e alimentação animal, com possibilidade de ser importado o transgênico.

Apesar de o novo decreto distinguir claramente a restrição do uso do milho transgênico conforme a destinação de uso, ou seja, somente para alimentação humana, produtores americanos de milho branco recusaram a restrição do comércio.

Em junho de 2023 o Governo mexicano recebeu pedido do Representante de Comércio dos Estados Unidos (USTR) para iniciar consultas, amparadas pelo Capítulo 31 do Acordo entre o México, os Estados Unidos e o Canadá (T-MEC) - solução de controvérsias, relacionadas ao Decreto de 13 de fevereiro de 2023, que estabelece várias ações relativas ao glifosato e ao milho geneticamente modificado. O painel de solução de



controvérsias estabelecido sinalizava pequenas derrotas ao México, pela falta de comprovação de evidências científicas.

Em 20/12/2024, foi publicado o relatório final do painel aberto pelos EUA no âmbito do T-MEC. No relatório foi confirmada a derrota mexicana, por considerarem que o decreto mexicano não apresentava avaliação de risco adequada conforme evidências científicas no âmbito internacional.

Em um movimento paralelo ao painel apresentado pelos EUA, estava em análise uma reforma constitucional apresentada pela Presidente Claudia Sheinbaum Pardo que proíbe o cultivo de milho transgênico no país. No início de março de 2025, foi aprovada pelo Senado minuta da reforma constitucional. O pleito já havia sido aprovado pelo Câmara e agora aguarda promulgação presidencial para publicação em Diário Oficial.

Dessa maneira, o México pode continuar importando milho transgênico, mas não pode cultivar em suas terras o produto geneticamente modificado

A questão dos organismos geneticamente modificados no México é altamente controversa, com várias partes interessadas tendo diferentes perspectivas sobre o assunto. Grupos de defesa do meio ambiente e do consumidor levantaram preocupações sobre os riscos potenciais dos transgênicos para o meio ambiente e a saúde humana, bem como a potencial contaminação de cultivos tradicionais. No entanto, o setor agrícola no México tem uma perspectiva diferente, com muitos agricultores vendo os transgênicos como uma forma de aumentar os rendimentos e melhorar a resiliência das culturas diante das mudanças nas condições climáticas. Esses agricultores argumentam que os transgênicos são necessários para competir no mercado global e as rígidas regulamentações do México estão restringindo a inovação e o crescimento no setor agrícola.

Apesar das controvérsias em torno dos transgênicos no México, há uma demanda crescente pelo grão no país, diante da impossibilidade de aumento da produção. Em 2023, o México importou o valor de USD 5.203.894,00, ocupando o segundo lugar mundial nas importações, atrás somente da China. Entre os anos de 2019 e 2023, apresentou um crescimento anual das importações de 14%, mas que, somente entre 2022 e 2023, cresceu 24%.

O México, se posicionando como o 6º produtor mundial carne, pela sua pecuária intensiva e importante criação avícola e suína, tem o milho e a soja como insumos imprescindíveis na sua transformação em proteína animal.



131



NIGÉRIA

PRODUÇÃO E CONSUMO DE MILHO NA NIGÉRIA

Número: ABUJA-05-2025

Data: 14/03/2025

Posto: Abuja/Nigéria

Palavras-chave: milho; exportação; produção; mercado

Responsável: Frederique Abreu

SUMÁRIO: O milho é um dos principais cereais cultivados na Nigéria, essencial para a alimentação humana e a produção de ração animal. Em 2024/25, a produção nacional alcançou 11,68 milhões de toneladas, com destaque para estados como Borno e Niger. O consumo divide-se em ração animal (60%), indústria alimentícia (25%) e consumo domiciliar (15%). No entanto, o setor enfrenta desafios como pragas, doenças, mudanças climáticas e infraestrutura deficiente. O Brasil desponta como parceiro estratégico, oferecendo expertise em tecnologias agrícolas e processamento. Com investimentos adequados, é possível reduzir perdas e fortalecer a cadeia produtiva, promovendo ganhos mútuos, especialmente no contexto da Área de Livre Comércio Continental Africana (AfCFTA).

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR/SERVIDORA DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



Introdução

O milho destaca-se como um dos principais cereais cultivados na Nigéria, desempenhando um papel fundamental tanto na alimentação humana quanto na produção de ração animal. No cenário global, é o cereal mais produzido, com um consumo estimado em 1,2 bilhão de toneladas em 2023, conforme dados do Departamento de Agricultura dos Estados Unidos (USDA). A África contribui com cerca de 8% desse consumo, com a Nigéria se consolidando como o maior produtor e consumidor do continente. Em 2024/25, a produção nigeriana alcançou aproximadamente 11,68 milhões de toneladas, representando um crescimento de 6% em relação ao ano anterior. No ranking global, a Nigéria ocupa a 14ª posição entre os maiores produtores, com estados como Borno, Niger, Plateau, Katsina, Gombe, Bauchi, Kogi, Kaduna, Oyo e Taraba respondendo por 64% da produção nacional.

Tendências de produção

A produção de milho na Nigéria tem sido impulsionada pela introdução de variedades híbridas e resistentes a doenças, como o Striga e o Míldio. Práticas aprimoradas de manejo de solo, adubação adequada e controle de pragas têm sido fundamentais para aumentar a produtividade, que varia entre 2,5-4 toneladas por hectare, dependendo das condições locais e das técnicas aplicadas. Embora abaixo da média global de 5,7 toneladas por hectare, há iniciativas para ampliar o uso de sementes de alto rendimento, como o "Ife maize hybrid", com potencial produtivo de até 9,5 toneladas por hectare.

Variedades mais plantadas:

- **Ife Maize Hybrid** : Variedade desenvolvida pelo Instituto de Pesquisa Agrícola e Treinamento (IAR&T), com rendimento de 3,5 a 9,5 toneladas por hectare.
- **SAMMAZ**: Variedade resistente ao Striga, amplamente utilizada no norte da Nigéria.
- **TZL Comp 4**: Variedade de alta produtividade, adaptada às condições da savana.

Consumo Interno e Mercado

O milho possui uma ampla gama de utilizações, sendo essencial tanto para a indústria alimentícia quanto para a produção de ração animal. O crescimento populacional e a expansão industrial têm impulsionado uma demanda consistente por grãos de alta qualidade, configurando um mercado robusto. A cadeia de consumo do milho está estruturada em três segmentos principais. Cerca de 60% da produção é destinada à elaboração de ração animal, com ênfase no setor avícola. Aproximadamente 25% são utilizados pela indústria alimentícia para a produção de alimentos processados e bebidas. O consumo domiciliar representa cerca de 15%, com as famílias utilizando o milho diretamente em sua alimentação.

Em 2024, o preço médio por tonelada de milho na Nigéria variou entre ₦250.000 e ₦300.000 (cerca de US\$600 -720), dependendo da região e da época do ano.



133

Desafios do Setor

A produção de milho na Nigéria enfrenta diversos desafios significativos. Entre eles, destaca-se a **infestação por pragas**, com ênfase no *Striga hermonthica*, que afeta especialmente as regiões do norte do país. As doenças também comprometem a produtividade, como o míldio e o vírus da estria do milho, que impactam diretamente as colheitas. As **mudanças climáticas** representam outro obstáculo, alterando o padrão de chuvas e afetando o ciclo produtivo. Além disso, a **deficiência de infraestrutura** para armazenamento e distribuição adequada contribui para perdas pós-colheita significativas, limitando a eficiência da cadeia produtiva.

Importação de Milho na Nigéria

A Nigéria enfrenta um déficit na produção de milho, com uma demanda local de 15 milhões de toneladas e uma produção de pouco mais de 11 milhões de toneladas. Em 2023, o país importou cerca de 0,5 milhão de toneladas de milho, principalmente de países como África do Sul e Argentina estima-se que os 3,5 milhões de toneladas restantes tenha entrado no país por contrabando. A importação é limitada por políticas governamentais, como a proibição de exportação de milho e tarifas de importação de 5%.

Oportunidades para o Brasil no Mercado de Milho da Nigéria

A Nigéria enfrenta uma demanda crescente por milho, impulsionada pela população em expansão e por sua utilização industrial. A produção de local enfrenta desafios, como insegurança nas regiões produtoras e custos elevados de insumos agrícolas, abrindo oportunidades para o produtor brasileiro não só na **exportação do grão**, mas também dos **derivados**, como farinha de milho, que é amplamente utilizada no país. Existe também uma grande demanda para **novas variedades de sementes** (não transgênicas) e também para **cooperação técnica e tecnológica**. Investimentos em **infraestrutura de armazenamento** e transporte na Nigéria podem ajudar a reduzir custos logísticos e melhorar a eficiência global do setor.

Conclusões

O mercado nigeriano de milho apresenta um panorama promissor para colaborações comerciais com o Brasil. Com estratégias adequadas, é possível consolidar a presença brasileira e contribuir para o desenvolvimento sustentável da cadeia produtiva de milho na Nigéria. O aproveitamento do conhecimento brasileiro em inovação e sustentabilidade pode gerar ganhos significativos para ambos os mercados. Ademais, o mercado global de produtos derivados do milho oferece oportunidades adicionais para diversificar as parcerias e aumentar o valor agregado das exportações.

O milho continua a ser um pilar fundamental para a segurança alimentar e econômica na Nigéria, e a colaboração com o Brasil pode trazer benefícios mútuos, especialmente no contexto da Área de Livre Comércio Continental Africana (AfCFTA).



134



O COMITÊ DE AGRICULTURA DA OMC COMO FERRAMENTA PARA SUPERAÇÃO DE BARREIRAS

135

Número: GEN-03-2025

Data: 17/03/2025

Posto: OMC

Palavras-chave: OMC; Acordo sobre Agricultura.

Responsável: Rafael d'Aquino Mafra

SUMÁRIO:

O Acordo sobre Agricultura (AoA) da Organização Mundial do Comércio (OMC) – assinado em 1995 – marcou o início da liberalização comercial na área agrícola, um setor que não havia se beneficiado desse processo de ampliação do comércio internacional após a Segunda Guerra Mundial. O Acordo se baseia na redução e simplificação de tarifas para ampliar o acesso aos mercados, na redução do apoio doméstico por meio de subsídios que distorcem o comércio e na redução dos subsídios à exportação. O monitoramento dos compromissos ocorre há quase 30 anos no Comitê de Agricultura, incluindo a sessão de Perguntas e Respostas. O Brasil é um grande usuário da ferramenta, que pode ser aperfeiçoada com maior participação do setor privado.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

Em 1994, após cada um dos mais de 100 ministros presentes assinarem mais de mil páginas cada um, havia a expectativa de uma revolução. Se até hoje os economistas têm alguma dificuldade em acertar previsões para um trimestre, ninguém poderia dizer exatamente o que aconteceria com o comércio mundial a partir de 1º de janeiro de 1995. A assinatura dos Acordos da Organização Mundial do Comércio teria consequências imprevisíveis.

Este *Agroinsight* busca responder algumas das questões que surgiram na época e outra que circulam até hoje:

- Como funciona o Acordo sobre Agricultura?
- Como os Membros monitoram seu funcionamento?
- Como o setor privado brasileiro pode utilizar as ferramentas do Acordo a favor de um acesso melhor e mais estável aos mercados?

Para tanto, é preciso dar um passo atrás e entender a arquitetura do Acordo e suas intenções iniciais.

Após 47 anos em vigor, o Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (*General Agreement on Trade and Tariffs* - GATT), limitado a redução tarifária na área industrial, finalmente passaria a abranger outras áreas do comércio internacional. Nos novos acordos assinados havia serviços, propriedade intelectual, produtos têxteis e até um sistema de solução de controvérsias de cumprimento obrigatório com instância recursal. Apesar de todas as novidades, havia um setor que havia enfrentado as maiores resistências políticas, mas que, contra os prognósticos, teve um acordo dedicado. Iniciava-se a era da liberalização da agricultura.

A agricultura havia sido simplesmente excluída das rodadas de negociação do GATT. Não que fosse considerada desimportante. Pelo contrário. Era pela sua importância que os países acreditavam que não era o momento de tratar do tema. Como reduzir tarifas significaria aumentar as importações e afetar mercados, muitos países preferiam não lidar com a resistência de seus setores agrícolas.

Na Rodada Uruguai (como é chamada a rodada de negociação do GATT que durou de 1986 a 1994), observou-se que a liberalização era muito importante para muitos países. Para aqueles países em que o tema era excessivamente sensível, ganhos em outras áreas poderiam contrabalançar o custo político do Acordo. Além disso, antes do advento da internet os protestos eram menores e o alcance das negociações era mais curto.

A solução encontrada pelas nações reunidas foi celebrar um acordo específico sobre agricultura. Examinar esse acordo nos ajuda a entender quais são os fatores que afetam o comércio internacional, naquela época e nos dias de hoje.

Nas próximas páginas, são apresentadas algumas características do Acordo sobre Agricultura e, em seguida, aprofundamentos em como se imaginou que seria possível cobrar, no dia-a-dia, que este Acordo fosse respeitado.

137

Figura 1 - Assinatura dos Acordos da OMC em Marrakesh, Marrocos, 1994.



O Acordo de Agricultura em um grão de milho

Nesse cenário de otimismo com o comércio internacional e considerando a necessidade de contemplar interesses diversos, celebrou-se o Acordo sobre Agricultura (*Agreement on Agriculture* – AoA). Apresento a seguir uma explicação simplificada, de modo a permitir avançar em seguida sobre questões mais práticas.

O AoA é estruturado em três pilares: acesso a mercados, redução de subsídios e competição nas exportações. Na ocasião, muitos consideravam o Acordo sobre Medidas Sanitárias e Fitossanitárias (Acordo SPS) como o quarto pilar.

Acesso a mercados – Reduzindo o custo da importação

A parte de acesso a mercados é a redução tarifária. Para os países desenvolvidos, o acordo estabeleceu uma **redução média de 36%** nas tarifas agrícolas, com prazo de implementação entre 1995 e 2000. Além disso, foi imposta uma **redução mínima de 15% por produto**, garantindo que nenhum item escapasse de uma abertura significativa de mercado. Já os países em desenvolvimento ganharam condições mais flexíveis: **uma redução média de 24%**, com prazo estendido até 2004, **e um corte mínimo de 10% por produto**. Os países de menor desenvolvimento relativo (PMDRs) saíram sem qualquer obrigação de reduzir tarifas.

83%

do comércio global é feito usando as tarifas que os países definiram na OMC. Apenas 20% acontecem dentro de acordos preferenciais.

Além disso, o AoA promoveu a “tarificação”, que transformou barreiras não-tarifárias, como cotas e licenças, em tarifas equivalentes. A ideia era aumentar a transparência e facilitar a redução gradual dessas barreiras. No entanto, o AoA manteve uma brecha: as cotas ainda podiam ser usadas, desde que cobrissem pelo menos 5% do consumo doméstico ou mantivessem o nível de comércio existente na época. Hoje, ainda existem cerca de 1.374 cotas em vigor, e algumas até ultrapassam o mínimo consolidado. Outro ponto de atenção são as tarifas consolidadas (*bound rates*), que podem ser iguais ou maiores que as tarifas aplicadas (*applied*

rates). A diferença entre elas, apelidada de “água”, dá margem para os países aumentarem tarifas sem descumprir seus compromissos internacionais.

As tarifas aplicadas definidas são tão importantes, que hoje a maior parte do comércio internacional hoje ocorre com essas tarifas. Os acordos regionais, como Mercosul e União Europeia, apesar de sua importância, representam uma fatia bem menor do comércio do que aquela definida de forma multilateral.

91%

Das exportações do Brasil usam apenas as tarifas definidas pelos países na OMC.

Apoio doméstico – Evitando que a ajuda aos produtores de um país atrapalhe os produtores de todos os outros países

O segundo pilar é o de **apoio doméstico**, também conhecido como subsídio. Naturalmente, os países que mais subsidiavam eram os países mais ricos, como Japão, União Europeia, Suíça e Estados Unidos. Porém, ao subsidiar a produção, os países criam vantagens injustas sobre os produtos de outros concorrentes no comércio internacional, minando eventuais vantagens concedidas em acesso a mercados. Assim, o objetivo central do AoA neste pilar foi impor disciplina e reduzir os subsídios internos, mas sem amarrar demais as mãos dos governos, que continuaram com margem para desenhar políticas agrícolas adaptadas às realidades específicas de cada país e de cada setor.

Para isso, o acordo dividiu os subsídios em duas categorias principais: os que têm pouco ou nenhum efeito distorcivo no comércio (chamados de medidas da “Caixa Verde”) e os que distorcem o comércio (medidas da “Caixa Amarela”). Enquanto iniciativas como pesquisa agrícola ou treinamento financiados pelo governo se encaixam na primeira categoria, práticas como compras governamentais a preços garantidos (“apoio aos preços de mercado”) entram na segunda. Pelo Acordo sobre Agricultura, todo apoio doméstico está sujeito a regras, e o valor total das medidas distorcivas, com algumas exceções, precisa ser reduzido conforme os compromissos assumidos por cada membro da OMC de acordo com seu nível desenvolvimento.

Competição nas exportações – O *doping* das exportações

Por fim, o terceiro pilar é chamado de **competição nas exportações**. O objetivo da inclusão deste tema era coibir os subsídios às exportações, a forma mais injusta e distorciva de subsídio. A prática, que era bastante comum, foi considerada inconsistente com os objetivos da OMC e progressivamente reduzida.

É fácil perceber que, ao pagar aos produtores um valor por produto exportado, é mais difícil para que outros produtores consigam competir com o produto subsidiado. É como o *doping* em competições esportivas, a vantagem desleal obtida acaba com as chances dos outros atletas, por melhores que sejam. E não ganha aquele que é mais preparado ou mais apto, mas sim aquele que pode pagar para ter uma vantagem.

Em 2015, houve um Acordo para eliminação total dos subsídios às exportações. Este é considerado o melhor resultado nas negociações em agricultura desde a criação da OMC.

Como está o Acordo sobre Agricultura hoje? – Um olho na produção, outro nos compromissos de cada um

Na OMC, quem trata desse Acordo é Comitê sobre Agricultura, que é dividido em dois. Um é o Comitê sobre Agricultura – Sessão Especial. Esse é um Comitê de negociação. É muito relevante e polêmico e negocia a finalização da reforma agrícola que foi considerada, no próprio texto, incompleta. Porém, não há perspectiva de uma retomada em curto prazo.

O outro ramo chama-se simplesmente Comitê de Agricultura, e é um fórum de monitoramento. Ou seja, é o lugar onde se zela pelo cumprimento do Acordo. Uma das formas em que é feito esse monitoramento é uma parte da agenda das reuniões regulares em que ocorre, que é chamada de “Perguntas e Respostas”. É um mecanismo parecido com o das Preocupações Comerciais Específicas do Acordo SPS.

A cada reunião (são de três a quatro por ano), são feitas entre 100 e 200 perguntas. As perguntas são enviadas antecipadamente e apenas as respostas são dadas na reunião. É possível se somar aos membros interessados em ouvir a resposta.

Perguntas e Respostas no CoA – Como funciona?

As perguntas e respostas (P&R) no CoA podem ser tão distintas quanto uma pergunta sobre o gasto da Costa Rica em um programa de aprendizagem no campo e um pedido de detalhes sobre Plano Safra. Inicialmente pensado para perguntas sobre os pilares do acordo do acordo e as notificações feitas pelos membros, é possível perguntar sobre qualquer assunto ligado à agricultura.

Por exemplo, na última reunião, o Brasil questionou uma notificação da Índia sobre o não-preenchimento histórico de uma cota de milho e questionou a União Europeia sobre seu regulamento de restrições a produtos oriundos de países com floresta, conhecido como European Union Deforestation Regulation (EUDR).

Como a discussão sobre EUDR é mais disseminada, reproduzo abaixo a pergunta feita pelo Brasil no exemplo citado da Índia, de modo a ilustrar como são as intervenções no Comitê:

Brasil:

O Brasil agradece à Índia por submeter a notificação G/AG/N/IND/32, sobre compromissos de acesso a mercado. O Brasil observa que o TRQ INDQ002, para milho (cota para importação de milho), permaneceu não utilizado, sem nenhuma solicitação das partes interessadas, após uma série histórica de baixa taxa de preenchimento. A Índia poderia explicar as possíveis razões para o baixo desempenho, incluindo barreiras técnicas, à luz do compromisso mínimo de acesso ao mercado assumido pela Índia na Rodada Uruguai sob o TRQ em questão?

A resposta da Índia foi a seguinte:

A Índia agradece ao Brasil pela pergunta. As solicitações de importação e a taxa de preenchimento da cota são um resultado causada pela baixa demanda do produto e se baseiam na situação do mercado. As taxas de preenchimento das cotas em um determinado ano são afetadas por uma variedade de fatores, incluindo preço, taxas de câmbio, oferta e demanda, produção doméstica, etc. A política e o processo estão sendo revisados periodicamente para uma melhor gestão das cotas TRQs. Esforços específicos foram empreendidos para fornecer um processo eletrônico e sem papel para a alocação de cotas.

O questionamento do Brasil decorre da própria lógica das cotas. Entende-se que uma cota representa um acesso ao mercado do país importador e, dessa forma, espera-se que essa cota seja utilizada. Do contrário, pode ser que haja algumas outras barreiras obstando a exportação àquele país. A Índia se esquivou, atribuindo o não-preenchimento a questões de mercado. Contudo, o questionamento no CoA já indica uma insatisfação que pode escalar para outras formas de resolução, inclusive no nível bilateral, ou pode deixar as autoridades cientes de que há parceiros comerciais incomodados com a gestão da cota. A apresentação de questão no CoA tem o condão de concretizar reclamações e pode chegar ao conhecimento de outros atores dentro da burocracia do país importador, aumentando as chances de solução.

Perguntas e Respostas no CoA – Modo de usar

Dessa forma, a seção de perguntas e resposta do Comitê Agricultura pode ser utilizada de duas maneiras: uma, como forma de avançar para superação de barreiras comerciais. Outra, para obtenção de informações relevantes ao setor.

141

Perguntas (quase sempre) não ofende – Como mandar perguntas para serem feitas no CoA

Para que as empresas do setor possam apresentar questionamentos no Comitê, é necessário enviar expediente à SCRI com a solicitação e as justificativas. O Departamento de Negociações de Análises Comerciais (DNAC) analisa e, em consideração com outros fatores, pode enviar a pergunta ao Ministério da Relações Exteriores (MRE) para inclusão na pauta.

Figura 2: Fluxo de informações de elaboração de perguntas do CoA



Números de perguntas e respostas no CoA e a participação do Brasil

Em artigo sobre o tema, os diplomatas Leonardo Bento e Diego Alfieri examinaram a participação do Brasil no CoA entre 1995 e 2022. Os Resultados são os seguintes

- O membro que mais recebeu perguntas foi a **União Europeia**, com **1463 perguntas recebidas**. Em **segundo lugar**, a **Índia**, com **727 perguntas recebidas** e, em terceiro, os **Estados Unidos**, com **718 perguntas recebidas**.
- O Membro que mais fez perguntas também foi a **União Europeia**, com **2141 perguntas**. Em **segundo lugar**, os **Estados Unidos**, com **1719 perguntas**. E, em terceiro, o **Canadá**, com **1449 perguntas**.
- Entre 1995 e 2022, o Brasil foi o sétimo membro que mais fez perguntas no âmbito do CoA, figurando em sétimo, com 262 perguntas.
- Na lista dos membros que mais receberam perguntas no CoA entre 1995 e 2022, o Brasil aparece em sétimo lugar, com 252 perguntas.
- A participação do Brasil tem sido crescente, chegando a um total de mais de 20 perguntas em algumas reuniões.

A data das reuniões está disponível na página do posto em Genebra (<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/relacoes-internacionais/adidos-agricolas/suica-omc>). Mas, como regras geral, as reuniões ocorrem na segunda quinzena dos meses de março, junho, setembro e novembro. As perguntas precisam ser enviadas até 15 dias antes. Porém, além do tempo de processamento no MAPA e no MRE, quanto maior a antecedência, maiores as chances de receber uma resposta ainda na reunião. Caso não seja respondida, a pergunta fica marcada como “pendente”.

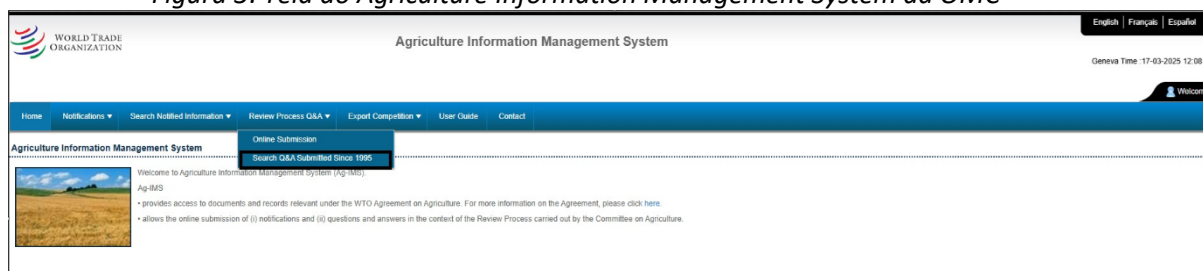
Vale recordar que as perguntas podem ser como do exemplo acima, em que há uma sugestão de violação do Acordo. Porém, a pergunta pode ser apenas de esclarecimento mesmo. É um recurso muito útil para quando os contatos bilaterais não recebem mais o retorno esperado.

Dessa forma, é recomendável tentar inicialmente resolver a questão no âmbito bilateral e não propor o envio de pergunta na primeira interação negativa. Porém, resta como possibilidade de continuar o diálogo em outros foros, sob outras regras e com outros atores.

As Perguntas e Respostas como fonte de informação

Muitas associações e empresas já utilizam as perguntas e respostas como fonte de informações sobre seus respectivos setores e interesses. É possível acessar diretamente o sistema que organiza todas as interações no Comitê: <https://agims-gna.wto.org/public/Pages/en/Search.aspx>

Figura 3: Tela do Agriculture Information Management System da OMC



O sistema não é muito amigável, mas está disponível em três línguas (inglês, francês e espanhol) e permite a pesquisa por produto, por membro que faz a pergunta, membro que responde e de aspectos específicos do Acordo.

Ali, é possível ver se outros países estão tendo dificuldades semelhantes e até mesmo se há informações relevantes para a condução dos negócios do setor.

Um balanço e uma conclusão

A agricultura brasileira se beneficiou enormemente do Acordo da Agricultura. Não é o objetivo deste *agroinsight* demonstrar isso, mas o crescimento espetacular da agricultura brasileira desde 1995 está relacionado a todos os benefícios trazidos pelo Acordo.

143

Portanto, é do máximo interesse do Brasil zelar pelo seu cumprimento e tentar continuar as negociações que privilegiem países eficientes e aptos a produzir de maneira sustentável.

A participação do MAPA no Comitê de Agricultura da OMC é mais uma ferramenta para solução de problemas comerciais do agro brasileiro, contribuindo para sua ampliação e diversificação. Há muito espaço para fortalecer a colaboração entre Ministérios, setor privado e adidos para aperfeiçoar a prestação de serviço à agricultura brasileira.

PERU

FEIJÃO - MERCADO PERUANO

Número: LIMA-05-2025

Data: 10/03/2025

Posto: Lima/Peru

Palavras-chave: feijão; comércio

Responsáveis: Warley Efrem Campos e María Victoria Borja Lozano

SUMÁRIO: O documento reporta a dinâmica do mercado de feijão no Peru, evidenciando seus principais fornecedores e comparando com os valores de mercado, concluindo que o Peru é um interessante mercado para os feijões brasileiros.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



s leguminosas são verdadeiras [jóias nutricionais](#) que desempenham um papel crucial na saúde humana. Seu alto teor de ferro as torna um poderoso aliado no combate à anemia ferropriva, enquanto seu consumo promove a saúde óssea. Entre elas, o feijão se destaca como um alimento essencial, oferecendo sabor e excelente valor nutricional.



O feijão (*Phaseolus vulgaris*) é a cultura mais difundida na costa, nas montanhas e na selva peruana. A área cultivada representa cerca de 74 mil hectares, dos quais são obtidas [88 mil toneladas](#) de grãos secos por ano; com uma notável concentração da colheita durante os meses de maio a agosto. Mais de 90% da produção nacional é destinada ao consumo interno e cerca de 4 mil toneladas dos tipos canário, cavalheiro, rim vermelho e panamito são destinadas à [exportação](#).

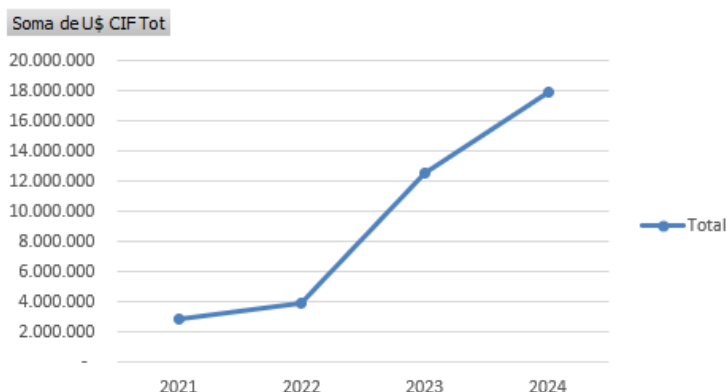
No catálogo comercial estão registradas quase 30 variedades de feijão em todo o país e são produzidas durante todo o ano. Os mais consumidos nas mesas peruanas são: canário, castilla, panamito, negros, rim vermelho, feijão-caupi, de palo, entre outros.

O consumo de leguminosas no Peru aumentou significativamente, alcançando [8,2 kg por pessoa ao ano](#), comparado aos [dados reportados em 2021](#). Embora não haja dados recentes sobre o consumo específico de feijão, estima-se que [aproximadamente 33% das leguminosas produzidas no país sejam feijões](#), o que resultaria em um consumo médio mundial [2,46 kg/hab/ano](#). Isso sugere um consumo anual de feijão de cerca de 92 mil ton. Dado que a produção anual de feijão é de aproximadamente 88,9 mil ton e 90% é destinado ao consumo interno, existe uma demanda por feijão importado.

Para a NCM 071330, a eliminação de tarifas através do [Acordo de Complementação Econômica \(ACE\) nº 58](#) não apenas facilita o acesso a esses produtos, mas também fomenta a integração econômica na região.

Conforme visualizado no gráfico 1, gerado a partir de informações do [Veritrade](#), nos últimos quatro anos houve um aumento significativo no volume de importações de feijão para o Peru. Vale destacar também o grande volume de importação observado nos dois primeiros meses de 2025 (1.425 ton).

Gráfico 1. Importação de feijões pelo Peru nos últimos quatro anos



NCMs consultadas: 0713399900 LOS DEMÁS HORTALIZAS (FRIJOLES) NO INCLUIDAS | 0713399200 CASTILLA (FRIJOL OJO NEGRO) (VIGNA UNGUICULATA) | 0713399000 LOS DEMAS FREJOLES EXCTO. PARA SIEMBRA | 0713359000 LAS DEMÁS HORTALIZAS (INCLUSO SILVESTRES) DE VAINA SECAS DESVAINADAS, AUNQUE ESTÉN MONDADAS O PARTIDAS | 0713339000 FRIJOL COMUN (PHASEOLUS VULGARIS) EXCTO. PARA SIEMBRA | 0713339100 NEGRO | 0713339200 CANARIO | 0713329000 FRIJOL ADZUKI(PHASEOLUS O VIGNA ANGULARIS) EXCTO. PARA SIEMBRA | 0713319000 FRIJOLES DE LAS ESPEC.VIGNA MUNGO(L)HEPPER O VIGNA RADIATA(L) WILCZEK,EXCEP.P'LA SIEMB | 0713309000 FRIJOLES (FREJOLES, POROTOS, ALUBIAS) EXCEPTO PARA SIEMBRA, SECOS.

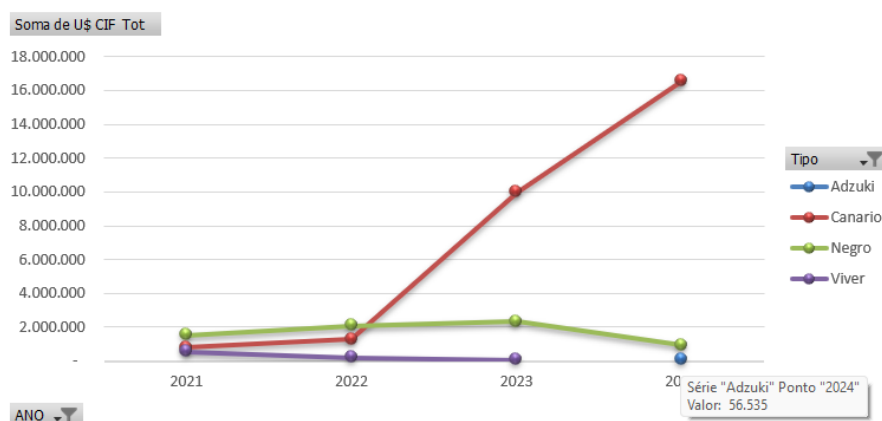


Entre os principais países de origem das importações em 2024 estão: México, Estados Unidos, Bolívia e Canadá, sendo importados principalmente os feijões Canário, Adzuki e Negro, conforme visualizado abaixo.

Tabela 1: Origem das importações peruanas de feijão nos últimos quatro anos

Soma de U\$ CIF Tot	Semestre-ano				
Origem	2021	2022	2023	2024	Total Geral
ARGENTINA	152.858	169.931	819.113	84.878	1.226.780
BOLIVIA	1.264.446	1.932.176	1.523.492	900.544	5.620.659
CANADÁ			271.526	397.835	669.361
ESTADOS UNIDOS	129.013	795	545.711	1.373.226	2.048.745
MÉXICO	1.354.909	1.850.524	9.341.507	15.209.883	27.756.823
Total Geral	2.901.226	3.953.426	12.501.349	17.966.366	37.322.368









Gráfico 2: Principais tipos de feijões importados pelo Peru.



As principais empresas importadoras foram FRUTOS Y ESPECIAS S.A.C.; CORPORACION LON SOCIEDAD ANONIMA CERRADA – CORPOLON S.A.C.; COMPAÑIA BERFRANZ S.A.C.; CORPORACION PRODUCTIVA SOCIEDAD ANONIMA CERRADA e IMPORTACIONES CHIQUITOS S.A.C., as quais foram responsáveis por 48% do volume importado.

O valor médio de importação dos produtos foi de US\$1,70 (R\$9,80), já nos mercados locais os preços de podem variar consideravelmente, variando entre 5 e 8 soles por quilo (R\$8,0 e R\$12,8).

Por outro lado, em supermercados, um pacote de 500 gramas pode custar entre 5,30 e 9 soles (R\$8,45 a R\$14,33 reais), conforme visualizado nas figuras anexas.

 <p>Frijol Castilla BELL'S Bolsa 500g Por Plaza Vea Bolsa 500g</p> <p>S/ 5.30 un</p>	 <p>Frejol Panamito VALLENORTE Bolsa 500g Por Plaza Vea Bolsa 500g</p> <p>S/ 5.90 un</p>	 <p>Frejol Canario TESORO DEL CAMPO Bolsa 500g Por Plaza Vea Bolsa 500g</p> <p>S/ 9 un</p>	 <p>Frijol Red Kidney COSTEÑO Bolsa 500g Por Plaza Vea Bolsa 500g</p> <p>S/ 6.70 un</p>	 <p>Frijol Red Kidney TESORO DEL CAMPO Bolsa 500g Por Plaza Vea Bolsa 500g</p> <p>S/ 6.50 un</p>
 <p>Frejol Canario VALLENORTE Bolsa 500g Por Plaza Vea Bolsa 500g</p> <p>S/ 8.29 un</p>	 <p>Frijol Canario COSTEÑO Bolsa 500g Por Plaza Vea Bolsa 500g</p> <p>S/ 9 un</p>	 <p>Frijol Negro COSTEÑO Bolsa 500g Por Plaza Vea Bolsa 500g</p> <p>S/ 6.99 un</p>		

Por fim evidencia-se que o feijão é um ingrediente fundamental na gastronomia peruana, presente em uma variedade de pratos que refletem a riqueza cultural do país. Entre os pratos mais tradicionais estão o seco de carne com feijões; o tacu tacu, que combina feijões com arroz e o menestrón, que é uma sopa de leguminosas.

As tratativas para abertura do mercado peruano para os feijões adzuki e caupi já estão bastante avançadas, constituindo oportunidade para os produtores brasileiros.



148

REINO UNIDO

CUSTOS DE INSPEÇÃO DE PRODUTOS VEGETAIS AUMENTAM NO REINO UNIDO: IMPACTO E PERSPECTIVAS

Número: LON-06-2025

Data: 14/03/2025

Posto: Londres/Reino Unido

Palavras-chave: taxas de fiscalização, custos, controles oficiais, importação, frutas, produtos vegetais

Responsável: Márcio Rezende Evaristo Carlos

SUMÁRIO: Importadores britânicos estão preocupados com o aumento de 27% nas taxas de inspeção de produtos vegetais, que pode elevar seus custos em £10 milhões por ano. Em reunião com o Defra, o Consórcio de Produtos Frescos (FPC) discutiu o impacto financeiro e possíveis soluções, como o Sistema de Operador Aprovado (AOS), que permitiria aos importadores realizar suas próprias inspeções. Para o Brasil, a adoção de um sistema de verificação de fronteiras mais ágil no Reino Unido seria vantajosa, reduzindo custos e facilitando o fluxo de produtos perecíveis. A implementação de sistemas de verificação mútua entre exportadores e importadores também seria interessante.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO





149

Na última semana, o [Consórcio de Produtos Frescos \(FPC\)](#) conduziu uma reunião com representantes do Departamento de Meio Ambiente, Alimentação e Assuntos Rurais (Defra) para discutir o recente aumento proposto nas taxas de inspeção para a importação de produtos vegetais. Essas taxas, cobradas para a fiscalização dos produtos importados nas fronteiras, estão previstas para aumentar em 27%, elevando os [custos anuais dos importadores em cerca de £10 milhões](#).

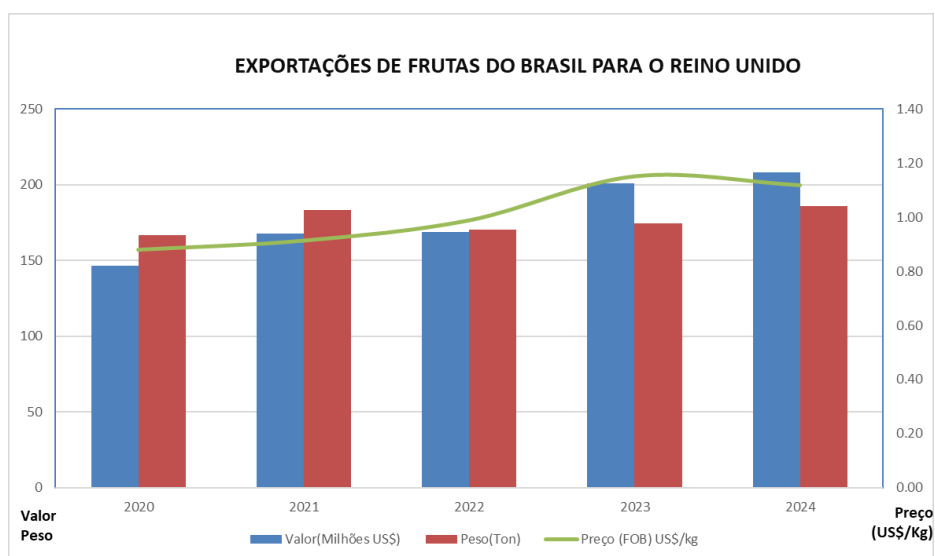
Os importadores expressaram preocupação com o impacto financeiro desta alteração, que poderá afetar significativamente a importação dos produtos frescos, como frutas e vegetais, dos quais cerca de metade é proveniente da União Europeia.

Uma possível solução discutida foi o [Sistema de Operador Aprovado \(Approved Operator Scheme - AOS\)](#), proposto para permitir que os importadores realizem seus próprios controles físicos e de documentos em instalações aprovadas, com o objetivo de reduzir custos e facilitar o fluxo comercial nos principais pontos de entrada do Reino Unido. O sistema foi [testado no último semestre de 2024](#), e a avaliação estava prevista para ser concluída entre dezembro de 2024 e fevereiro de 2025. Entretanto, até o momento, o governo britânico não atualizou as empresas sobre os planos futuros para o AOS.

A preocupação dos importadores de produtos frescos é agravada pela falta de serviços de inspeção fora do horário comercial, considerados essenciais para aqueles que transportam mercadorias perecíveis durante a noite, visando manter as prateleiras dos supermercados abastecidas pela manhã.

Do ponto de vista do comércio desses produtos com o Brasil, verifica-se aumento nas exportações de frutas ao mercado britânico nos últimos 4 anos, acompanhado de tendência de aumento de valor por quilo do produto, conforme o Gráfico 1.

Gráfico 1: Exportações de frutas do Brasil para o Reino Unido, 2020-2024



Fonte: [AGROSTAT MAPA](#)

O sistema AOS que está sendo discutido no Reino Unido encontra algum paralelo no Brasil com o programa [Operador Econômico Autorizado \(OEA\)](#) da Receita Federal, no qual um parceiro estratégico após ter comprovado o cumprimento dos requisitos e critérios do Programa OEA, é certificado como um operador de baixo risco, confiável e, que por conseguinte, gozará dos benefícios oferecidos pela Aduana Brasileira, relacionados à maior agilidade e previsibilidade de suas cargas nos fluxos do comércio internacional.

A adoção do AOS no Reino Unido permitiria um sistema de verificação de fronteiras mais ágil. O grande interesse é de redução dos custos com taxas de fiscalização e melhoria no fluxo para internalização, principalmente para produtos com maior nível de perecibilidade, podendo ser realizada a qualquer horário do dia. Eventual oportunidade estaria na implementação de sistemas de verificação mútua entre exportador e importador.



RÚSSIA



151

Número: MOW-03-2025

Data: 14/03/2025

Posto: Moscou/Rússia

Palavras-chave: cereais; tributação; importação; exportação; trigo; previsões; BRICS

Responsável: Marco Túlio Santiago, Adido Agrícola; Ekaterina Khudiakova, Assistente Técnica

SUMÁRIO: Em meio a várias dificuldades, o setor agrícola russo continua buscando novas estratégias para manter sua competitividade global. A possível criação da bolsa de cereais dos BRICS pode representar um avanço significativo, fortalecendo a posição do bloco no comércio mundial de grãos e permitindo maior previsibilidade para produtores e exportadores russos. No entanto, a necessidade de ajustes na política de exportação e tributação será um fator crítico para garantir a sustentabilidade do setor em 2025 e nos anos seguintes.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



A Rússia continua desempenhando um papel fundamental no comércio global de grãos, sendo um dos maiores exportadores de trigo e cereais. Com a crescente influência dos países do BRICS no setor agrícola, a criação de uma bolsa de cereais dentro do bloco visa aumentar a transparência dos preços e facilitar transações internacionais. A ministra da Agricultura da Rússia, Oksana Lut, declarou durante o fórum *Global Grain and Pulses*, em Dubai, que o volume de negócios da bolsa de cereais dos BRICS pode ultrapassar US\$ 100 bilhões. Os países do bloco representam 45% da produção e consumo mundial de cereais, tornando-se um dos principais mercados globais para esses produtos.

As exportações de grãos da Rússia apresentaram uma queda significativa em fevereiro de 2025, atingindo 2,29 milhões de toneladas, o que representa um recuo de 2,4 vezes em relação ao mesmo período do ano anterior. A exportação de trigo caiu de 4,4 milhões para 1,9 milhão de toneladas, enquanto a de cevada reduziu-se de 545 mil para 181 mil toneladas e a de milho, de 877 mil para 166 mil toneladas. A União Russa de Grãos atribuiu essa queda principalmente às restrições de exportação e às mudanças no mercado internacional.

Para enfrentar esse cenário, o governo russo ajustou os impostos de exportação sobre trigo, cevada e milho. Em 26 de fevereiro de 2025, a taxa sobre as exportações de trigo foi reduzida para 2.742,6 rublos⁵ por tonelada, contra a taxa anterior de 3.636,3 rublos⁶. A cevada teve seu imposto reduzido de 2.202,4⁷ para 1.169,2 rublos⁸, enquanto o milho passou de 3.373,7⁹ para 2.301,9 rublos¹⁰ por tonelada. No entanto, pouco tempo depois, em 12 de março de 2025, o imposto sobre as exportações de trigo foi novamente elevado para 2.444,4 rublos por tonelada, enquanto a cevada e o milho tiveram aumentos para 874,8¹¹ e 1.925,99 rublos¹² por tonelada, respectivamente. Essas oscilações tributárias refletem a tentativa do governo de equilibrar a competitividade das exportações com a necessidade de manter os estoques internos em níveis adequados.

A indústria russa de moagem de farinha enfrenta desafios devido à queda das margens de lucro. Conforme o diretor do Instituto de Conjuntura do Mercado Agrícola (ICAR), os moinhos russos estão operando com margens extremamente baixas, podendo ser até negativas em alguns casos. A redução do imposto de exportação sobre grãos deveria favorecer os produtores de farinha, tornando o produto mais atrativo para exportação, mas, na prática, isso não aconteceu. O ICAR estima que a Rússia exportará cerca de 400 mil toneladas de farinha entre agosto e dezembro de 2024, uma queda em relação às 475 mil toneladas exportadas no mesmo período de 2023.

As previsões para a safra 2024/25 indicam que as exportações russas de trigo podem cair para um volume entre 40 e 41 milhões de toneladas. Em fevereiro de 2025, apenas 1,95 milhão de

⁵ US\$ 31,66

⁶ US\$ 41,98

⁷ US\$ 25,42

⁸ US\$ 13,50

⁹ US\$ 38,94

¹⁰ US\$ 26,57

¹¹ US\$ 10,10

¹² US\$ 22,23

toneladas de trigo foram exportadas, o menor volume para o mês nos últimos cinco anos. Além disso, as exportações em março podem continuar em queda, já que o volume de aplicações nos portos de águas profundas está abaixo de 1 milhão de toneladas, representando uma redução substancial na movimentação de grãos para o exterior.

Considerando a presidência do Brasil no BRICS 2025, a continuidade dos trabalhos de criação da bolsa de cereais pode representar um potencial meio de ajustar a segurança alimentar e os preços a favor da estabilização da inflação dos alimentos.



153





SINGAPURA

CAFÉS ESPECIAIS

154

Número: SINGA-06-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Singapura

Palavras-chave: café especiais; exportação; Singapura

Responsável: Luiz Caruso, Camila Agner D'Aquino

SUMÁRIO: O mercado de café em Singapura movimenta USD 2 bilhões anuais, com crescimento projetado de 2,49% a.a. até 2029. O consumo tem se diversificado, indo além do tradicional kopi para métodos como cold brew e cápsulas, com foco em grãos especiais. O segmento premium cresce, impulsionado por cafeterias especializadas e demanda por sustentabilidade. Como hub regional, o país importou USD 106 milhões em café em 2023, com crescimento de 13% a.a. desde 2019.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR/SERVIDORA DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

O segmento de café como um todo movimenta anualmente em torno de USD 2 bilhões em Singapura, sendo projetado um crescimento de 2,49% a.a. até 2029. Esse movimento deve-se, especialmente, às mudanças no hábito de consumo do país. Com um consumo per capita de café de 2,6 kg/ano ao longo dos últimos 10 anos, a população que tradicionalmente era centrada no consumo de kopi — um café feito com grãos robusta, frequentemente adoçado e misturado com leite condensado —, agora abraça uma maior diversidade de grãos e métodos de preparo.

Singapura tem seguido as tendências globais no consumo de café, com destaque para *cold brew*, sachês de *drip coffee* e cápsulas. Essas opções, além de práticas, são frequentemente produzidas com grãos especiais e *single origin*, refletindo o crescente interesse dos consumidores pela procedência e qualidade do café.

O segmento premium tem se expandido, impulsionado por cafeterias especializadas e pela demanda por experiências sensoriais mais sofisticadas. Além disso, grandes redes internacionais e pequenos produtores artesanais disputam espaço no mercado, trazendo inovações e elevando o padrão de consumo. A valorização da rastreabilidade e da sustentabilidade na cadeia do café também tem ganhado força, influenciando as preferências dos consumidores.

Ainda, a cidade-estado é um importante porto de entrada de variedades de café de todo o mundo para a Ásia e Oceania, devido à sua estrutura portuária e acordos de livre comércio com mais de 26 países.

O crescimento das importações de café em Singapura foi de 13% a.a. no período de 2019–2023, sendo que em 2023 o país importou mais de USD 106 milhões do produto em diversas categorias.

Potenciais importadores de cafés especiais em Singapura:

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

TAILÂNDIA

O SETOR DE MANDIOCA NA TAILÂNDIA E AS OPORTUNIDADES DE MERCADO



156

Número: BAC-05-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Bangkok/Tailândia

Palavras-chave: cultivo; processamento; importação e exportação; oportunidades de mercado

Responsáveis: Ana Carolina Miranda Lamy*, Wiranpat Boonyarattapan**

SUMÁRIO: A produção de mandioca é fundamental para o setor agrícola tailandês, impulsionada pela demanda industrial, especialmente nos setores de amido e etanol. A recuperação econômica e o turismo têm fortalecido o consumo, elevando a procura global. No entanto, entre 2024 e 2026, a indústria enfrentará desafios como a seca provocada pelo El Niño, doenças na cultura e escassez de estacas, fatores que devem reduzir a produção e exportação, pressionando os preços. Em 2023, a Tailândia foi um dos três maiores importadores mundiais de mandioca e derivados, adquirindo 4 milhões de toneladas (US\$ 841,1 milhões), com o Laos como principal fornecedor de chips e pellets e os EUA liderando no amido modificado. Apesar de manter a posição de maior exportador global, com 8 milhões de toneladas (US\$ 3,54 bilhões), o valor das exportações caiu 15,6% em relação a 2022, refletindo dificuldades na produção doméstica.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO

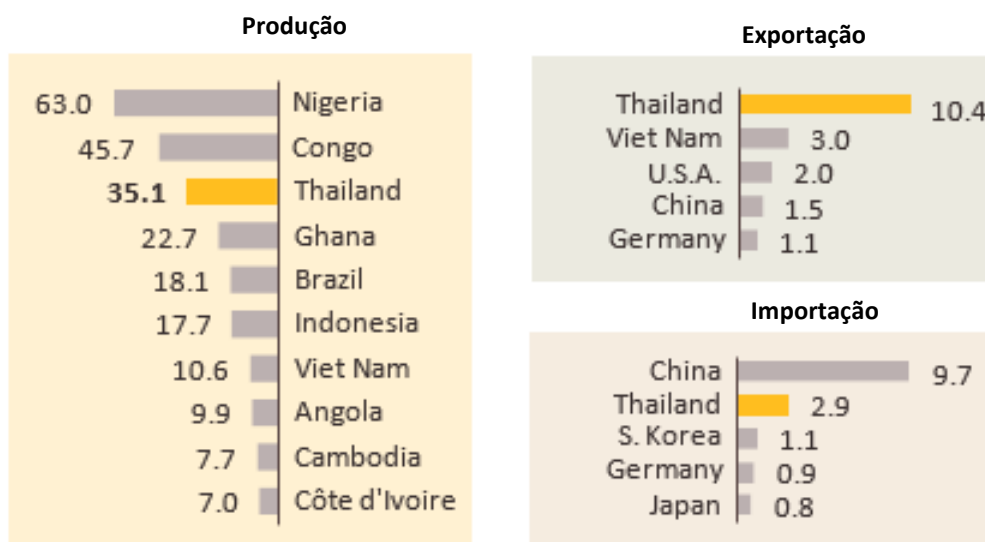


Produção Global de Mandioca

A mandioca é uma cultura versátil, rica em carboidratos, com uma ampla variedade de aplicações, incluindo alimento para consumo humano, ração animal, etanol como combustível e utilização em diversas indústrias. Ela é empregada na produção de produtos como álcool, ácido cítrico, vestuário, medicamentos, alimentos, papel e produtos químicos. Ao longo dos anos, a demanda global por mandioca tem aumentado consistentemente, impulsionada por suas múltiplas utilizações industriais. Como resultado, a mandioca tornou-se a quinta cultura mais importante do mundo em termos de volume de produção, ficando atrás apenas do milho, arroz, trigo e batata.

Em 2021, a produção global de mandioca alcançou um total de 324,7 milhões de toneladas (Figura 1). A Nigéria foi o maior produtor, respondendo por 19,4% da produção mundial, seguida pela República Democrática do Congo (14,1%), Tailândia (10,8%), Gana (7,0%), Brasil (5,6%) e Indonésia (5,5%). Embora a África concentre os maiores produtores de mandioca do mundo, a maior parte de sua produção destina-se ao consumo interno. Por outro lado, a produção de mandioca na Tailândia é voltada para os mercados de exportação, em especial pela produção de amido de mandioca, o que o torna o principal exportador mundial. Esse crescimento das exportações é amplamente impulsionado pela crescente demanda na Ásia, especialmente na China, que representa 44,2% das importações globais de mandioca.

Figura 1. Produção Global, Exportações e Importações de Produtos de Mandioca, em milhões de toneladas, em 2021.



Fonte: FAO; ITC/TradeMap; Krungsri Research

Produção de Mandioca na Tailândia

A crescente demanda por mandioca e seus derivados tem impulsionado a expansão do processamento na Tailândia, levando a um aumento contínuo da área plantada. Em 2022, cerca de 740 mil famílias cultivaram 1,6 milhão de hectares, produzindo aproximadamente 34,1 milhões de toneladas de mandioca fresca. O nordeste do país concentra 54% da produção total.

Além das vastas áreas de cultivo, a Tailândia abriga 1.102 indústrias de processamento, estrategicamente localizadas próximas às regiões produtoras, especialmente no nordeste, facilitando também o acesso à mandioca importada de países vizinhos como Laos, Camboja e Myanmar. No total, 71,1% dos insumos utilizados no processamento foram obtidos localmente, enquanto 18,6% vieram de importações, principalmente desses países.

A produção de mandioca na Tailândia é dividida principalmente em duas categorias:

1. **Produtos de Mandioca Secos:** Cerca de 95% das fábricas de processamento de mandioca produzem chips de mandioca, que são utilizados como matéria-prima na fabricação de ração animal, álcool e ácido cítrico. Em seguida, 2,9% das fábricas processam pellets de mandioca, e 1,4% operam pátios de secagem. Outros processos de mandioca envolvem a transformação da mandioca em snacks ou seu esmagamento e moagem para uso em ração animal.
2. **Produtos de Amido de Mandioca:** O primeiro produto obtido do processamento de amido de mandioca é o "amido nativo", que pode ser vendido como ingrediente culinário para consumo doméstico ou utilizado na produção de "amido modificado". Este último, de maior valor agregado, é amplamente empregado em indústrias como a de glutamato monossódico, adoçantes, molhos, cosméticos e medicamentos. A produção de amido geralmente ocorre no final do ano ou no início do ano seguinte, logo após a colheita principal.

Cerca de 73,5% da produção de mandioca da Tailândia foi destinada à exportação, enquanto o restante abasteceu o mercado interno, seja para consumo direto ou como insumo na indústria. A mandioca é utilizada na fabricação de alimentos, bebidas, medicamentos, cosméticos, produtos químicos e álcool. Além disso, grandes empresas do setor têm investido em indústrias associadas, como a produção de etanol e a geração de bioenergia a partir da polpa de mandioca e outros subprodutos. A eletricidade gerada nesses processos pode ser utilizada pelas próprias fábricas ou comercializada.

Exportação Tailandesa de Mandioca e Derivados

A Tailândia mantém sua posição como maior exportador global de produtos de mandioca. Em 2023, as exportações somaram US\$ 3,54 bilhões, uma queda de 15,6% em relação aos US\$ 4,2 bilhões de 2022. O país responde por 41,4% do mercado global de chips/pellets de mandioca (HS 071410), 50,9% do amido nativo (HS 110814) e 19,6% do amido modificado (HS 350510).

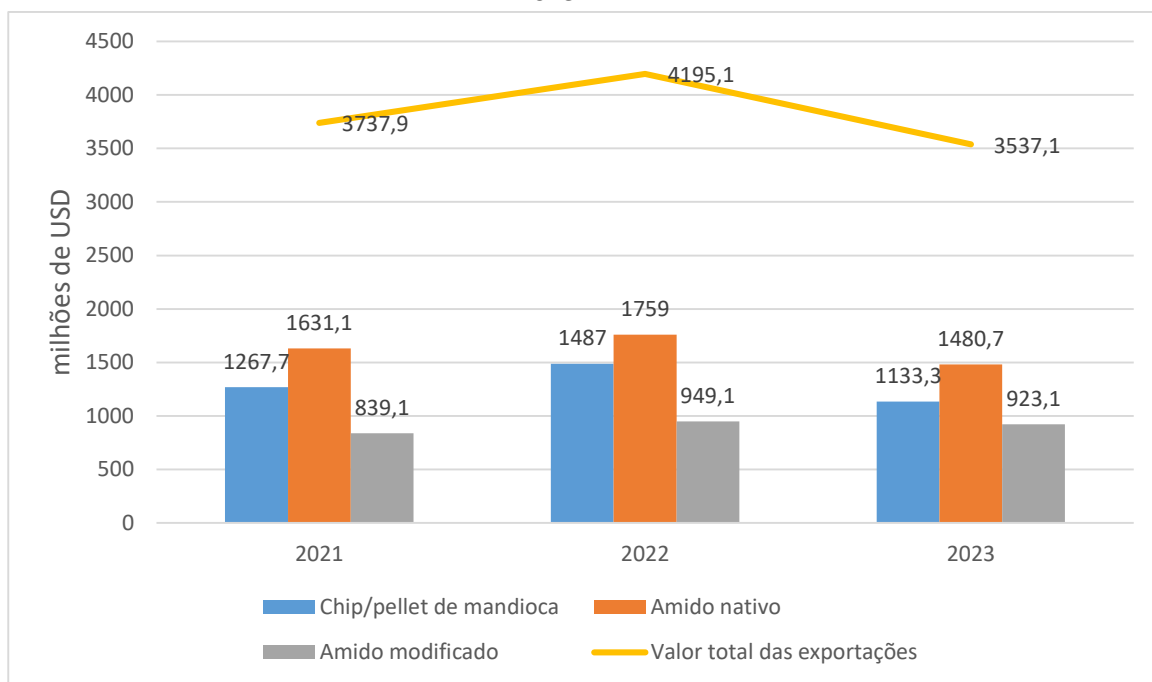


Entretanto, mudanças na política da União Europeia impactaram a estrutura das exportações tailandesas, aumentando a dependência dos mercados asiáticos. A China, em especial, consolidou-se como o principal destino da mandioca tailandesa.



159

Gráfico 1. Exportação tailandesa de mandioca e derivados, em milhões de USD, de 2021 a 2023.



Fonte: ITC/TradeMap

Em 2023, o valor das exportações tailandesas de chips e pellets de mandioca (HS 071410) alcançou US\$ 1,13 bilhão, consolidando a Tailândia como o maior exportador mundial desse produto. No entanto, esse valor representa uma queda de 23,7% em relação a 2022 (US\$ 1,49 bilhão), refletindo a crescente dificuldade dos produtores tailandeses em competir com alternativas como milho, trigo e cevada (Gráfico 1). Do total exportado, 98,5% teve como destino a China, enquanto Hong Kong respondeu por 1%.

O amido nativo (HS 110814) seguiu como o principal produto de mandioca exportado pelo país, totalizando US\$ 1,48 bilhão em 2023. Apesar de sua ampla utilização em setores como alimentos, bebidas e têxteis, o valor das exportações caiu 15,8% em relação a 2022 (US\$ 1,76 bilhão). A China foi o maior comprador, absorvendo 64% das exportações, seguida por Taiwan (9%) e Malásia (6%).

Já as exportações de amido modificado (HS 350510) somaram US\$ 923,1 milhões, consolidando a Tailândia como o maior exportador global do produto. Apesar da demanda estável impulsionada por setores como alimentos, cosméticos e medicamentos, o valor exportado

registrou uma leve queda de 2,7% em relação a 2022 (US\$ 949,1 milhões). Os principais mercados foram Japão (26%), China (23%) e Indonésia (8%).

A redução geral no valor das exportações pode ser atribuída a três fatores principais:

- Escassez de mandioca no mercado interno, limitando a disponibilidade de matéria-prima.
- Alta dependência da China, reduzindo o poder de negociação da Tailândia.
- Concorrência com produtos derivados de outras culturas (milho, trigo e cevada), que impactou a competitividade da mandioca tailandesa.

Esses desafios combinados resultaram na queda do valor das exportações tailandesas de mandioca em 2023.

Importação de Mandioca e Derivados pela Tailândia

Em 2023, a Tailândia importou 4 milhões de toneladas de mandioca e seus derivados, totalizando US\$ 841,1 milhões. Esse volume representa uma leve redução de 1,35% em relação a 2022, quando as importações atingiram 4,2 milhões de toneladas e US\$ 852,6 milhões, conforme ilustrado na figura abaixo.

Apesar da queda, a demanda por mandioca permanece forte, especialmente pelo amido modificado, amplamente utilizado em diversas indústrias. No entanto, a redução nas importações de chips e pellets de mandioca, empregados principalmente na produção de ração animal, indica um impacto crescente da concorrência com produtos alternativos disponíveis no mercado.

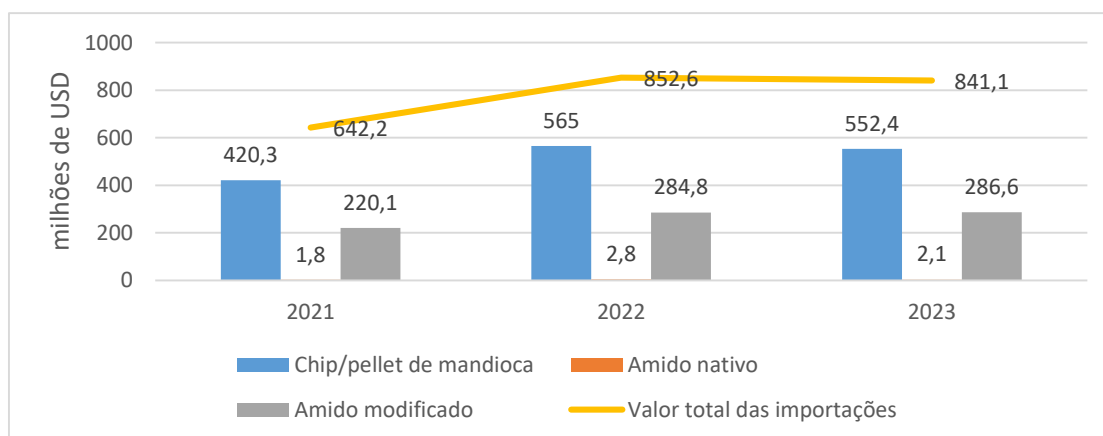


Gráfico 2. Importação de mandioca e derivados, pela Tailândia, em milhões de USD, de 2021 a 2023.

Fonte: ITC/TradeMap



160



Conforme demonstrado no Gráfico 2, em 2023, os chips e pellets de mandioca (HS 071410) permaneceram como os produtos mais importados pela Tailândia dentro da categoria, embora tenham registrado uma leve queda em volume em comparação a 2022. O valor total das importações foi de US\$ 552,4 milhões, uma redução de 2,2% em relação aos US\$ 565 milhões do ano anterior. Esse segmento representou 65,6% do valor total das importações de mandioca. O Laos liderou como principal fornecedor, com 59% de participação, seguido por Camboja (40%) e Myanmar (1%).

O amido nativo (HS 110814) foi o produto menos importado da categoria, representando apenas 0,2% do total das importações tailandesas de mandioca. O Laos foi responsável por 85% do fornecimento, seguido pela Áustria (12%). O valor das importações caiu 25%, passando de US\$ 2,8 milhões em 2022 para US\$ 2,1 milhões em 2023.

Já as importações de amido modificado (HS 350510) totalizaram US\$ 286,6 milhões, registrando um leve crescimento de 0,63% em relação aos US\$ 284,8 milhões do ano anterior. Os Estados Unidos foram o maior fornecedor, com 24% das importações, seguidos por China (16%) e Países Baixos (12%).

Tarifas de Importação e Acordos Comerciais

Na Tailândia, o Departamento de Comércio Exterior (DFT) é responsável pela formulação de políticas comerciais e pela negociação de tarifas nos acordos comerciais internacionais. A cobrança de tarifas sobre a mandioca e seus derivados fica a cargo do Departamento de Alfândega, que supervisiona a classificação, avaliação e arrecadação dessas taxas, garantindo o cumprimento das regulamentações nacionais. Ambas as entidades trabalham em conjunto para equilibrar a proteção da indústria local com a promoção do comércio internacional, assegurando que os produtos importados atendam aos padrões de qualidade exigidos.

Além disso, quando destinados à indústria de alimentos e bebidas, os produtos de mandioca devem passar por aprovação prévia da Agência de Alimentos e Medicamentos da Tailândia (FDA), garantindo sua segurança e conformidade regulatória.

Quadro 1. Tarifas de Importação aplicadas pela Tailândia para mandioca.

HS 071410 (Chip/pellet de mandioca)	Tarifa de Importação
Thai – Australia	0 %
Thai – New Zealand	0 %
Thai - Japan	0 %
Thai - China	0 %
Thai - Chile	0 %
Thai - Peru	0 %
Thai - Singapore	0 %
ASEAN – Australia – New Zealand	0 %

ASEAN - China	0 %
ASEAN – Hong Kong	10 – 13 %
ASEAN – Índia	0 %
ASEAN - Japan	0 %
ASEAN - Korea	0 %
AFTA (ASEAN)	0 %
RCEP*	0 %
Países fora do acordo OMC	60 %
Países membros da OMC	40 %
HS 110814 (Amido nativo)	Tarifa de Importação
Thai – Australia	0 %
Thai – New Zealand	0 %
Thai - Japan	0 %
Thai - Chile	0 %
ASEAN – Australia – New Zealand	0 %
ASEAN - China	0 %
ASEAN – Hong Kong	10 %
ASEAN - Japan	0 %
ASEAN - Korea	0 %
AFTA (ASEAN)	0 %
RCEP*	22 %
Países fora do acordo OMC	40 % ou 2.75 THB/Kg
Países membros da OMC	30 % ou 2.06 THB/Kg
HS 350510 (Amido modificado)	Tarifa de Importação
Thai – Australia	0 %
Thai – New Zealand	0 %
Thai - Japan	0 %
Thai - Chile	0 %
ASEAN – Australia – New Zealand	0 %
ASEAN - China	0 %
ASEAN – Hong Kong	0 %
ASEAN - Índia	0 %
ASEAN - Japan	0 %
ASEAN - Korea	0 %
AFTA (ASEAN)	0 %
RCEP*	0 %
Países fora do acordo OMC	35 %
Países membros da OMC	30 %

* Parceria Econômica Regional Abrangente (RCEP): Austrália, Brunei Darussalam, Camboja, China, Coreia do Sul, Filipinas, Indonésia, Japão, Laos, Malásia, Mianmar, Nova Zelândia, Singapura, Tailândia, Vietnã.

Fonte: Alfândega da Tailândia

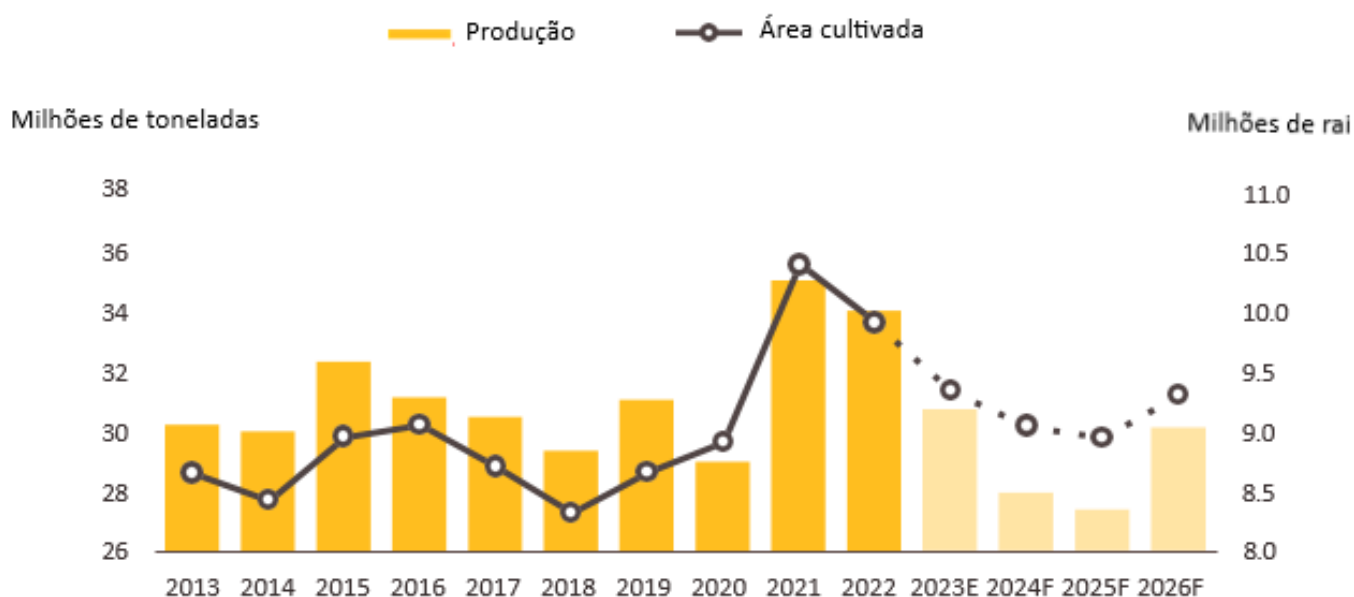
Perspectivas para o Setor Tailandês de Mandioca

A produção de mandioca na Tailândia deve enfrentar uma redução de 5,0% a 6,0% em 2025, com o volume estimado entre 27,4 e 27,9 milhões de toneladas de mandioca fresca. Essa queda será impulsionada principalmente pelo impacto prolongado do El Niño, que deve afetar a produção nos próximos 1 a 2 anos, além dos desafios causados pelos surtos da doença do mosaico da mandioca.

No entanto, a partir de uma redução dos efeitos do El Niño, espera-se uma recuperação impulsionada por incentivos de preços, expansão da área cultivada e aumento da produtividade por hectare. Como resultado, a produção pode atingir 29,5 a 30,5 milhões de toneladas até 2026, representando um crescimento de 7,5% a 11,5%.



Figura 2. Projeção da produção de mandioca na Tailândia, em milhões de toneladas e milhões de rai*



* 10 rai = 1.6 hectare

Fonte: OAE; Krungsri Research

Conforme ilustrado na Figura 2, as exportações tailandesas de mandioca, que já registraram uma queda de 23,0% em 2023, devem continuar diminuindo entre 3,0% e 5,0% ao ano devido à escassez de oferta doméstica. A produção insuficiente para atender à demanda externa pode ser agravada por surtos de doenças e pela falta de estacas de mandioca para o plantio, o que pode levar agricultores a migrar para culturas alternativas.



Enquanto as exportações seguem em queda, a demanda interna por produtos de mandioca deve crescer entre 3,0% e 5,0% ao ano, impulsionada pela recuperação econômica, aumento do turismo e maior uso de mandioca na produção de etanol. Além disso, a seca severa que afeta a produção de cana-de-açúcar e melaço deve fortalecer ainda mais o papel da mandioca como matéria-prima para o setor de biocombustíveis.

Entretanto, as exportações devem começar a se recuperar em 2026, à medida que os efeitos do El Niño diminuam. A valorização dos preços de exportação nos últimos anos sugere uma demanda global resiliente, com destaque para o mercado chinês, que continuará impulsionado pelo consumo nas indústrias de medicamentos, cosméticos, alimentos, papel, adoçantes e têxteis.

As projeções para os principais produtos derivados da mandioca são:

- **Amido Nativo (HS 110814)** – As exportações devem cair 3,5% a 5,5% ao ano, reduzindo-se para 2,4 a 2,6 milhões de toneladas. Embora a demanda da China continue forte, o país tem substituído gradualmente o amido de mandioca pelo amido de milho produzido internamente, mais competitivo em termos de custo. Além disso, investimentos chineses na produção e processamento de mandioca nos países CLMV (Camboja, Laos, Myanmar e Vietnã) podem impactar negativamente as exportações tailandesas.
- **Chips de Mandioca (HS 071410)** – As exportações devem diminuir entre 3,0% e 5,0% ao ano, atingindo 3,8 a 4,0 milhões de toneladas, devido à escassez de matéria-prima. No entanto, a demanda chinesa permanecerá estável, impulsionada pela recuperação econômica e pelo uso de etanol de mandioca nas indústrias de construção e energia.
- **Amido Modificado (HS 350510)** – Espera-se uma redução de 2,5% a 4,5% ao ano, com os volumes de exportação caindo para 0,89 a 0,95 milhão de toneladas, devido a restrições no fornecimento. No entanto, a demanda por amido modificado nas indústrias de medicamentos, cosméticos, alimentos, papel, adoçantes e têxteis continuará firme.
- **Pellets de Mandioca (HS 071410)** – Devem registrar a maior queda, entre 6,5% e 10,5% ao ano, reduzindo-se para 0,07 a 0,08 milhão de toneladas. As interrupções no fornecimento doméstico devem continuar impactando as exportações, apesar da demanda persistente em mercados como China, Países Baixos e Japão, onde os pellets são utilizados na alimentação animal e como fonte de energia. No entanto, esse mercado segue volátil, com a demanda crescendo apenas quando há escassez de alternativas.



TURQUIA

MERCADO DO CAFÉ NA REPÚBLICA DA TURQUIA



Número: ANCA-05-2025

Data: 14/03/2025

Posto: Ancara/Turquia

Palavras-chave: café; consumo; comércio; tendências

Responsável: Diego Leonardo Rodrigues

SUMÁRIO: O consumo de café na Turquia está em crescimento. Há valorização de cafés especiais e experiências “premium”. Apesar da dependência de importações de grãos, principalmente do Brasil, a Turquia exporta o tradicional café turco para países europeus. A economia turca enfrenta desafios, como alta inflação e custos de importação, mas o setor de cafeterias e o consumo doméstico continuam a expandir. O café torrado e pronto para o consumidor final importado pela Turquia ainda é predominantemente importado de países europeus, sendo uma oportunidade para o Brasil fornecer o café beneficiado diretamente para os turcos.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO





166

CONSUMO

O consumo de café na Turquia tem crescido consistentemente, especialmente entre os jovens e nas grandes cidades como Istambul, Ancara e Esmirna.

O café turco tradicional continua popular, mas há um aumento significativo no interesse por outras formas de preparo, como expresso, cappuccino e café filtrado, impulsionado pela influência de cadeias internacionais de café e cafeterias especializadas. Preparações de café gelado estão entre as de maior crescimento no país.

Marcas globais como Starbucks, Gloria Jean's Coffees e Costa Coffee têm presença forte na Turquia, competindo com cafeterias locais e redes turcas como Kahve Dünyası.

O setor de cafeterias tem se expandido, com um foco maior em experiências premium e cafés especiais, refletindo uma tendência global de valorização da qualidade e da origem dos grãos.

O café turco tradicional, preparado em cezve (uma pequena panela de cobre), continua sendo um símbolo cultural importante e é amplamente consumido em residências e cafés tradicionais.

O café foi um símbolo cultural do Império Otomano, embora os grãos sejam historicamente importados.



Jean Pascal Sébah, 1905

No entanto, as gerações mais jovens estão adotando novas tendências, como “cold brew”, “nitro coffee” e bebidas à base de café com leite alternativo (como leite de amêndoa ou aveia).

Em resumo, o mercado de café na Turquia está em evolução, com um equilíbrio entre a tradição do café turco e a adoção de tendências globais. Apesar dos desafios econômicos, o setor continua a crescer, impulsionado por mudanças nos hábitos de consumo e pela popularização de cafés de alta qualidade.



167

Jovens buscam novas opções de consumir café, mas as preparações tradicionais podem ser encontradas em todo o país.



Allegra World Coffee, 2024

COMÉRCIO

A economia turca enfrentou desafios significativos, com alta inflação e desvalorização da lira turca. Isso afetou o custo de importação de grãos de café, já que a Turquia depende quase totalmente de importações para abastecer seu mercado.

O aumento dos custos de importação levou a preços mais altos para o consumidor final, tanto no varejo quanto nas cafeterias.

O mercado de café em cápsulas e café solúvel tem crescido na Turquia, impulsionado pela conveniência e pela popularidade de máquinas de café domésticas.

Marcas internacionais como Nespresso e Lavazza, além de opções locais, têm ganhado espaço no mercado turco.

Apesar de não ser um produtor de café, a Turquia exporta café turco moído e embalado para mercados internacionais, especialmente para países com grandes diásporas turcas, como Alemanha, França e Holanda. É um produto que reforça os laços emocionais naqueles que vivem longe de seu país natal ou de origem de seus pais ou avós.

O café turco é visto como um produto cultural e gourmet, especialmente em países europeus.

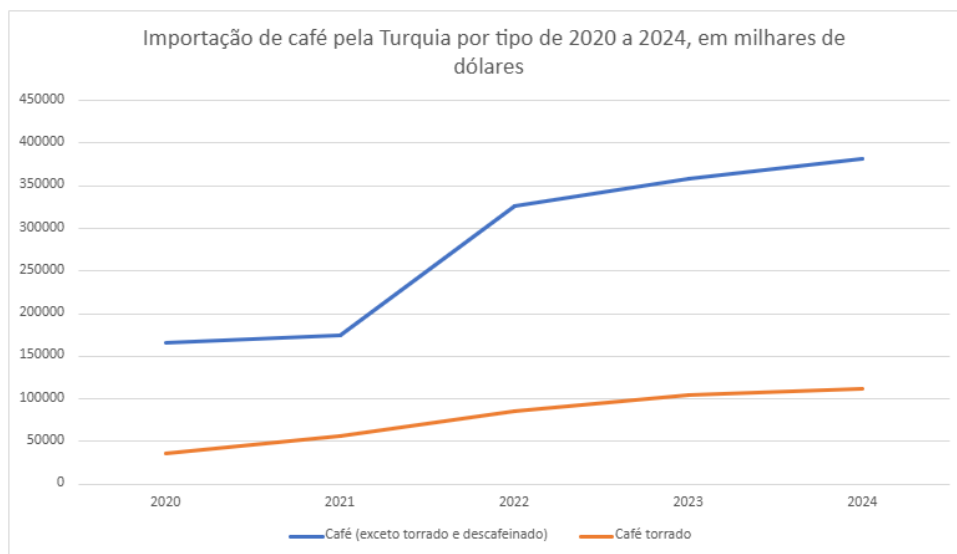
Em relação ao comércio internacional, o Brasil é o grande parceiro comercial da Turquia, sendo a origem de 80% dos grãos de café do país. Não seria exagero afirmar que o tradicional café turco é também brasileiro.

A indústria turca tem alto potencial de processamento do grão verde, sendo que uma parte do café torrado é exportado (US\$ 40mi em 2023). Ao mesmo tempo, o país importa um volume considerável de café torrado de países europeus.





168



Adaptado de ITC, 2025

Perspectivas e oportunidade

Assim como em outros países, há um interesse crescente em cafés especiais e práticas sustentáveis na Turquia. Consumidores estão mais conscientes sobre a origem dos grãos, métodos de cultivo e “fair trade”.

Cafeterias especializadas estão se tornando mais comuns, oferecendo grãos de alta qualidade de regiões como América Latina e África.

A volatilidade econômica e a dependência de importações de grãos de café são os principais obstáculos para o mercado turco.

Para o Brasil, há oportunidade em relação ao café torrado. Enquanto a importação turca em volume do café em grão verde teve crescimento de 5% no período 2019 a 2023, o café torrado apresentou aumento de 26% no mesmo período.

Ainda, o crescimento do setor de cafeterias, a popularização de cafés especiais e a expansão do consumo doméstico de café oferecem oportunidades para investidores e marcas internacionais.

IMPORTADORES DE CAFÉ

A seguir, fornecemos lista de contatos de alguns importadores de café na Turquia.

As empresas não representam, de forma alguma, indicação por parte do Ministério da Agricultura e Pecuária, sendo de total responsabilidade do exportador eventuais negociações.





KURUKAHVECI MEHMET EFENDI LTD. STI. CEO

Sr. Tuncer Akgun

Tel: 90 212 511 4262/ 63; Fax: 90 212 511 1311

E-mail: mehmetefendi@mehmetefendi.com ; tuncer.akgun@mehmetefendi.com

Website: <http://mehmetefendi.com/eng/pages/index.html>

Potencialmente, o maior importador turco

SARIKLAR GROUP

CEO Sr. Mehmet Emin Sarik

Tel: 90 534 695 6384 (Diretor de Importação Sr. Nuri)

e-mail: info@sariklar.com.tr

Importação anual: 40.000 toneladas

ERKA KAHVE

CEO Sr. Murat Kurt

Diretor de Importação Sr. Mevci Kurt

e-mail: erka@erkakahve.com.tr

Tel: 90 322 441 0151

Importação anual: 44.000 toneladas

BASKENT KAHVE ITHALAT VE PAZARLAMA LTD. STI.

CEO Sr. Umit Kaplan

Tel: 90 212 886 9820 (4); Fax: 90 212 886 8837

E-mail: umit@baskentkahve.com , info@baskentkahve.com

Website: <http://www.baskentkahve.com/>





BIRLIK KAHVE

CEO Sr. Turgay Bağcıvancıoğlu

Tel: 90 532 352 5068

e-mail: turgay@birlikbaharat.com.tr

Importação anual: 6000 toneladas

KAHVE DUNYASI

Diretor Geral Sr. Kaan Altinkiliç

Diretor de Importação Sr. Fatih Kutluol

Tel: 90 530 954 6804; 90 212 2440700; 90 530 2227809

Importação Anual: 10.000 toneladas

KAHVE FABRIKASI

CEO Sra. Ozlem Basaran

Tel: 90 544 325 2484

e-mail: ozlem.basaran@kahvefabrikasi.com

Importação: 6 contêineres por mês

MERKO DIS TICARET

CEO Sr. Erol Erten

Tel: 0 212 248 1529

e-mail: erol@merkoas.com

UNIÃO EUROPEIA

FRUTAS BRASILEIRAS NA UE: GANHOS E DESAFIOS COM O ACORDO MERCOSUL-UE



171

Número: BRU-05-2025

Data: 14/03/2025

Posto: Bruxelas/Bélgica-UE

Palavras-chave: Mercosul; União Europeia; frutas, tarifas; acordo comercial; exportação; competitividade

Responsável: Glauco Bertoldo

SUMÁRIO: A produção de frutas no Brasil é um setor de grande importância, com o país se destacando como um dos principais produtores e exportadores globais. Frutas como manga, melão, uva e citrus são alguns dos produtos que impulsionam o mercado brasileiro, alcançando destinos importantes como a União Europeia, os Estados Unidos e países asiáticos. No entanto, apesar do grande potencial, o Brasil ainda ocupa posições modestas no ranking de fornecedores de frutas importadas pela UE, como banana, abacaxi e uva de mesa, por exemplo. A iminente entrada em vigor do acordo Mercosul-UE representa uma oportunidade significativa para o Brasil aumentar sua competitividade no mercado europeu. A redução de tarifas, como a queda de 114 euros por tonelada para 75 euros por tonelada na tarifa da banana, pode impulsionar as exportações brasileiras. A uva de mesa, por exemplo, terá um ganho tarifário expressivo, com a tarifa caindo de 11,5% para 0%.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO





A produção de frutas no Brasil destaca-se por sua diversidade e volume expressivo, consolidando o país como um dos principais países no mercado global de frutas com destaque para frutas como manga, melão, uva e citrus.

O Brasil alcança mercados importantes como a União Europeia, os Estados Unidos e os países asiáticos, com um já consolidado mercado em frutas como melão, manga, limão e uva.

Embora o mercado da União Europeia já represente o principal destino das exportações brasileiras, este possui um enorme potencial de expansão. Neste documento, exploraremos as condições projetadas sob o ponto de vista da iminente entrada em vigor do acordo Mercosul-UE, que permitirá ao Brasil melhorar significativamente a sua capacidade de competir com outras origens das frutas já tradicionalmente importadas pelo bloco.

Tabela 01. Importações da UE e participação brasileira (toneladas)

Produto	Importações UE	Brasil	participação
Cocos frescos, com ou sem casca ou descascados (exceto na casca interna "endocarpo")	19.806.041,000	275.069,000	1,4%
Bananas frescas ou secas (exceto banana-da-terra)	5.147.907.560,000	6.553.799,000	0,1%
Figos frescos ou secos	37.970.417,000	1.163.443,000	3,1%
Abacaxis frescos ou secos	783.726.254,000	24.873,000	0,0%
Abacates frescos ou secos	759.101.949,000	15.785.781,000	2,1%
Uvas frescas	587.384.825,000	30.266.854,000	5,2%
Melancias frescas	496.350.444,000	58.853.911,000	11,9%
Maçãs frescas	233.526.004,000	6.425.600,000	2,8%
Pêssegos frescos, inclusive nectarinas	47.585.105,000	1.760,000	0,0%

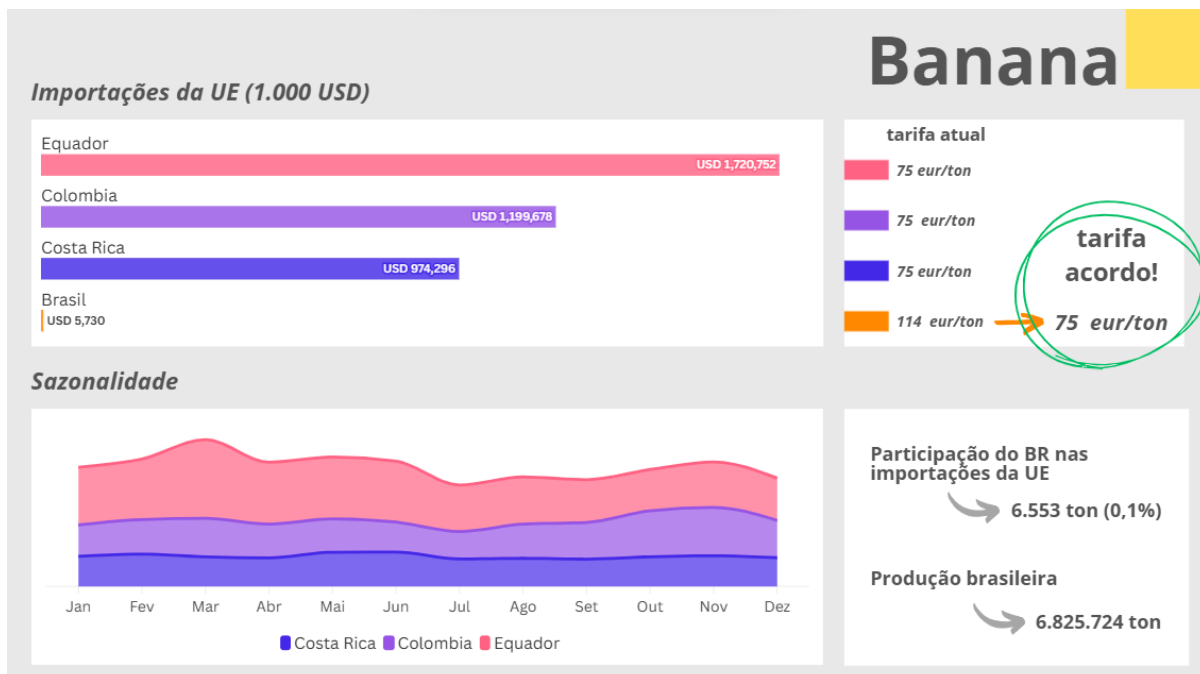
Fonte: Eurostat/UE

O Brasil ocupa uma posição relativamente baixa no ranking de fornecedores de frutas importadas pela UE e produzidas em larga escala no Brasil. É tão somente o oitavo fornecedor de cocos (atrás de Costa do Marfim, Índia, Tailândia e outros), 16º fornecedor de bananas (depois de Equador, Colômbia, Costa Rica e outros), 26º fornecedor de abacaxis (atrás de Costa Rica, Equador, Costa do Marfim e outros), nono fornecedor de abacates (atrás de Peru, Colômbia, Quênia, entre outros) com outros produtos importantes em condições semelhantes.

Com a entrada em vigor da parte econômica do acordo, o Brasil se torna mais competitivo em alguns produtos destinados à UE em relação aos principais concorrentes. A seguir, são apresentadas três análises de cenários em que as tarifas serão revisadas de modo a igualar ou aproximar o Brasil de tradicionais fornecedores:



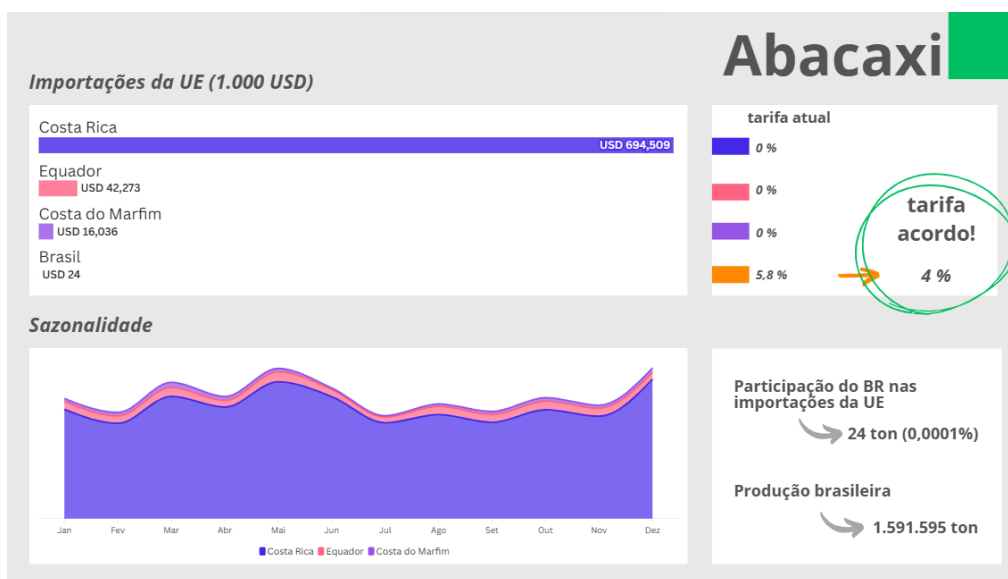
Figura 01. Tarifas aplicadas na exportação de banana: Brasil, concorrentes e Acordo.



Fonte: elaborada pelo autor

A banana brasileira alcançará o mercado da UE com a mesma tarifa dos três principais fornecedores, reduzindo de 114 para 75 euros por tonelada com a entrada em vigor do acordo. Hoje, o Brasil praticamente não participa do mercado da UE e as importações apresentam oportunidade de entrada especialmente nos meses de julho a setembro, onde há uma ligeira queda nas importações.

Figura 02. Tarifas aplicadas na exportação de Abacaxi: Brasil, concorrentes e Acordo.

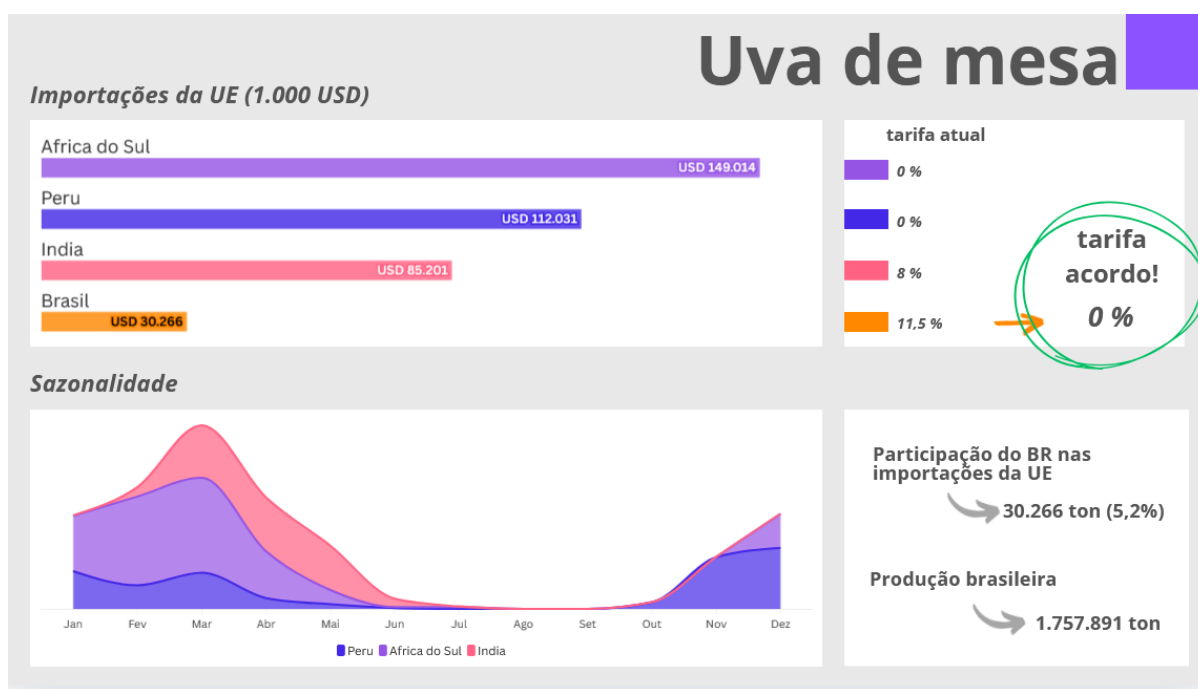


Fonte: elaborada pelo autor



O abacaxi brasileiro, mesmo com o acordo em vigor, não alcançará as mesmas condições de acesso dos produtos oriundos dos principais fornecedores. Ainda que a mudança de tarifa de 5,8% para 4% não seja desprezível, a redução provavelmente não é suficiente para dar competitividade ao produto.

Figura 03. Tarifas aplicadas na exportação de uva de mesa: Brasil, concorrentes e Acordo.



Fonte: elaborada pelo autor

Já a uva de mesa brasileira terá um expressivo ganho tarifário com a entrada em vigor do acordo. A queda imediata de 11,5% para 0% tornará o produto brasileiro ainda mais competitivo. Os dois principais fornecedores já possuem tarifa zero para os seus carregamentos, condição que será alcançada pelo produto do Brasil. Ainda, interessante notar que o nosso produto ficará em considerável vantagem tarifária quando comparado com outro grande fornecedor do bloco. No que diz respeito a sazonalidade, observa-se que a importação da UE é quase nula nos meses de produção no bloco, quais sejam, de junho a outubro.

Por fim, destaco que a análise é baseada exclusivamente nos ganhos oriundos da parte tarifária do acordo, restando diversos outros aspectos a serem considerados.

Referências: Trade Map, Abrafrutas, MRE e Comissão Europeia.

VIETNÃ



175

PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADES PARA AS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE PIMENTA-DO-REINO NO MERCADO VIETNAMITA

Número: HANOI-05-2025

Data: 15/03/2025

Criado por: Hanói/Vietnã

Palavras-chave: Pimenta-do-reino; oportunidade

Responsável: Juliano Vieira - Adido Agrícola em Hanói

SUMÁRIO: Este documento apresenta uma análise do mercado vietnamita de pimenta-do-reino em grãos, destacando sua relevância como principal destino das exportações brasileiras do produto. Apesar de ocupar a posição de maior exportador mundial, o Vietnã mantém a importação de volumes significativos, com o Brasil figurando como um dos principais fornecedores. O relatório aborda a concorrência internacional, a política tarifária vigente, os impactos climáticos sobre a produção local e a recente valorização dos preços no mercado vietnamita. Além disso, discorre sobre a retirada da exigência de certificação fitossanitária para exportação ao Vietnã e sugere contatos institucionais para empresas brasileiras interessadas em acessar ou expandir sua participação naquele mercado

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



O Vietnã tem se consolidado como o principal destino das exportações brasileiras de pimenta-do-reino em grãos. Segundo dados do Agrostat, em 2024, o valor total exportado para o mercado vietnamita alcançou US\$ 28 milhões. Ao longo da última década, o ponto culminante dessas exportações ocorreu em 2022, quando os embarques brasileiros destinados ao país asiático somaram US\$ 66 milhões, conforme demonstrado no Gráfico 1 a seguir.



176

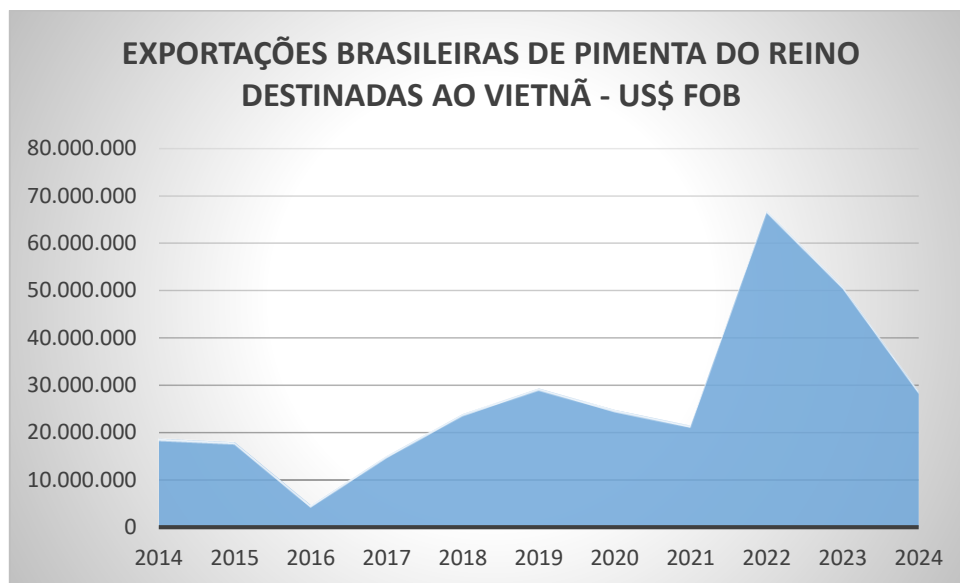


Gráfico 1

Fonte: Agrostat, Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA)

De acordo com dados do ICT Trade Map, os principais concorrentes do Brasil no mercado vietnamita de pimenta-do-reino em 2023 foram a Indonésia, com exportações no valor de US\$ 13 milhões; o Camboja, com US\$ 11 milhões; e a Malásia, com US\$ 2,5 milhões

No que se refere à classificação tarifária SH 0904.11, que abrange a pimenta-do-reino em grãos, o Vietnã aplica uma tarifa de importação de 20% ad valorem para os países enquadrados na categoria de Nação Mais Favorecida (MFN), na qual o Brasil se insere. Por outro lado, as importações provenientes do Camboja e da Malásia são isentas dessa tarifa, em virtude das disposições do Acordo de Comércio de Bens da ASEAN (ATIGA).

Apesar de ser importador de pimenta-do-reino em grãos, o Vietnã destaca-se como o maior exportador mundial do produto. Em 2024, as exportações vietnamitas de pimenta-do-reino totalizaram aproximadamente US\$ 1 bilhão, segundo dados da Associação Vietnamita de Pimenta e Especiarias (VPSA). Os principais destinos dessas exportações foram os Estados Unidos, Alemanha, Emirados Árabes Unidos e Índia.

Segundo pesquisa realizada pela VPSA, a região das Terras Altas Centrais ("Central Highlands") enfrentou, no ano anterior, períodos prolongados de seca e ondas de calor. Esse cenário climático adverso levou muitos produtores locais a substituírem as plantações de pimenta-do-reino por cultivos de durião e café, culturas que, naquele período, apresentaram maior rentabilidade em comparação com a pimenta-do-reino.





177

No início de 2024, os preços da pimenta-do-reino no Vietnã registraram uma expressiva valorização, alcançando aproximadamente US\$ 6,27 por quilograma nas regiões das Terras Altas Centrais ("Central Highlands") e no sudeste do país, mesmo durante o pico da temporada de colheita. Trata-se do maior valor registrado no mercado interno vietnamita nos últimos dez anos, de acordo com a VPSA.

As estimativas da VPSA para a safra 2024/2025 indicam uma produção de 172.000 toneladas, o que representa uma queda de 2% em relação ao ciclo anterior e uma redução acumulada de 47% em comparação com anos anteriores. Apesar da retração na oferta, a demanda global pela pimenta-do-reino permanece elevada, o que pode sustentar, ou até mesmo intensificar, a tendência de alta nos preços no curto e médio prazos.

Nos dois primeiros meses de 2025, o Vietnã exportou 27.416 toneladas de pimenta-do-reino, gerando uma receita de US\$ 184,9 milhões. Apesar da redução de 11,9% no volume exportado em comparação ao mesmo período de 2024, o faturamento apresentou um aumento expressivo de 48,1%, reflexo da elevação dos preços no mercado internacional.

A presidente da Associação Vietnamita de Pimenta e Especiarias (VPSA), Sra. Hoang Thi Lien, destacou que as empresas locais têm intensificado os investimentos no desenvolvimento de produtos processados, com o objetivo de agregar valor às exportações vietnamitas. Essa estratégia de diversificação produtiva, aliada à diminuição da oferta interna e ao aumento do preço pago pela pimenta no mercado local, pode abrir novas oportunidades para exportadores brasileiros de pimenta-do-reino interessados em ingressar ou expandir sua participação no mercado vietnamita.

Em relação aos requisitos fitossanitários estabelecidos pelo Vietnã para a importação de pimenta-do-reino preta em grãos (não triturada, nem em pó), classificada sob os códigos SH 09.04.11 e 09.04.11.00, o Departamento de Sanidade Vegetal (Plant Protection Department – PPD), vinculado ao Ministério da Agricultura e Meio Ambiente do Vietnã (MAE), esclareceu, em maio de 2024, que não há exigência de emissão de Certificados Fitosanitários para esse tipo de produto originário do Brasil.

Para as empresas brasileiras interessadas em obter informações adicionais sobre o mercado vietnamita de pimenta-do-reino, bem como sobre potenciais importadores e distribuidores locais, recomenda-se o contato direto com as seguintes entidades:

1- Associação Vietnamita de Pimenta e Especiarias (VPSA)

E-mail: vpsa@pepper&spicevietnam.com

Website: <https://vpsaspice.org/contact-us/>

Telefone: +84-28 3823.7288 ou +84-28 3822.3901

Endereço: 135A Pasteur, Vo Thi Sau Ward, District 3, Ho Chi Minh



2- Câmara de Comércio e Indústria do Vietnã (VCCI)

E-mail: vcci@vcci.com.vn

Website: www.vcci.com.vn

Telefone: +84-24 3574.2022

Endereço: 9 P. Dao Duy Anh, Kim Lien, Dong Da, Hanói

