

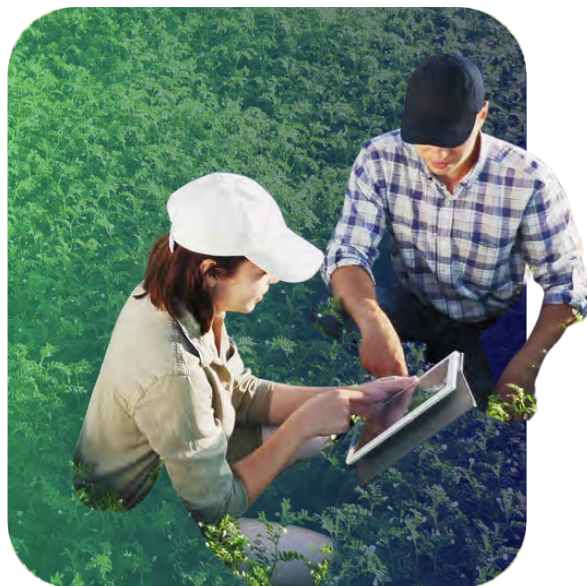
Boletim negócioscoop

Edição 1 - Dezembro 2025

Tendências do Agronegócio para 2026

PANORAMA ECONÔMICO

A economia brasileira deve crescer **1,5% em 2026**, segundo projeções do Banco Central. O ritmo será moderado, com **política monetária restritiva**, **baixo nível de ociosidade dos fatores de produção** e **desaceleração da economia global**, além da ausência do **impulso agropecuário observado em 2025**. Pelo lado da oferta, o crescimento será distribuído entre **agropecuária (1,0%)**, **indústria (1,4%)** e **serviços (1,5%)**.



INFLAÇÃO E TAXA DE JUROS

A inflação deve **permanecer acima da meta**, com projeção de **4,28% em 2026**, segundo Boletim Focus. A **taxa Selic inicia o ano em 15%**, com expectativa de manutenção ao longo dos primeiros trimestres. No entanto, há possibilidade de redução ao longo do ano, condicionado à evolução da inflação e à sustentabilidade fiscal.

Esse cenário mantém o crédito elevado e limita investimentos, especialmente em segmentos com alta dependência de financiamento, como setor agropecuário.

CÂMBIO E COMPETITIVIDADE

O dólar deve girar em torno de R\$ 5,50, o que favorece a **competitividade das exportações agrícolas brasileiras**, mas também **encarece insumos importados**, como fertilizantes, defensivos e máquinas. O impacto é dito na **margem de lucro dos produtores**, exigindo maior eficiência na gestão de custos.

BALANÇA COMERCIAL

A **balança comercial brasileira deve registrar superávit de US\$ 68,4 bilhões**, com destaque para o agronegócio como principal gerador de divisas. O saldo positivo reforça a importância do setor na sustentação da economia nacional.



AGRO NACIONAL

A Conab projeta uma das maiores safras da história, dependendo das condições climáticas, reforçando o papel do Brasil como líder global em commodities agrícolas e fornecedor estratégico de alimentos, fibras e bioenergia.

Apesar das oportunidades, o setor enfrenta riscos climáticos e incertezas geopolíticas que aumentam a volatilidade dos mercados, pressionam os custos e reduzem a previsibilidade da produção.

O **Plano Safra 2025/26 disponibiliza R\$ 605,2 bilhões**, sendo **R\$ 516,2 bilhões** para a agricultura empresarial e **R\$ 89 bilhões** para a agricultura familiar — o maior volume já concedido pelo governo federal. O foco está na ampliação da oferta de alimentos e no incentivo à produção sustentável, com crédito diferenciado, incluindo **juros reais negativos** para itens da cesta básica.

Mesmo com forte investimento, o crescimento do setor deve ser moderado em 2026. A alta nos preços de insumos como fertilizantes e defensivos pode limitar seu uso, afetando a produtividade.

Na pecuária, o abate de bovinos tende a cair devido à redução do rebanho, reflexo do abate elevado de fêmeas nos últimos anos.

O Plano Safra também reforça práticas sustentáveis: produtores que adotam medidas ambientais responsáveis terão acesso a financiamentos com melhores condições, fortalecendo a resiliência do campo frente aos desafios climáticos.

SOJA

A produção brasileira de soja deve atingir **177,7 milhões de toneladas**, um crescimento de **3,6%** em relação à safra anterior. Com o avanço da área plantada e boas condições climáticas, o país caminha para **mais um recorde produtivo**, consolidando sua posição como **maior produtor mundial**.

A demanda global segue firme, puxada por dois motores principais:

- **Esmagamento para ração animal**, especialmente em países asiáticos;
- **Expansão dos biocombustíveis**, com destaque para o aumento da mistura de biodiesel no Brasil.

A China continua como principal destino da soja brasileira, respondendo por cerca de **73% das exportações brasileiras e 56% das exportações gaúchas**. Com a queda nas vendas dos EUA, o Brasil deve **ampliar significativamente seus embarques para China**, podendo ultrapassar **112 milhões de toneladas exportadas**.



No mercado interno, o consumo também cresce. A maior procura por proteína vegetal e biocombustíveis deve elevar o volume de soja esmagada, mantendo a **liquidez da cultura** e favorecendo a recomposição dos estoques ao fim da safra.

Atenção ao cenário internacional: apesar do bom desempenho esperado, a oferta global elevada e os estoques robustos podem manter os preços internacionais em patamares mais baixos, pressionando margens e rentabilidade em 2026.

RECENTE ACORDO ENTRE EUA E CHINA

Em outubro de 2025, Estados Unidos e China firmaram um novo acordo comercial que prevê a retirada das tarifas retaliatórias de 34% sobre a soja americana e a compra de **25 milhões de toneladas de soja** pelos chineses ao longo dos próximos três anos. Na prática, isso representa **um retorno à normalidade nas exportações dos EUA para o maior mercado consumidor mundial**.

A competição deve se intensificar especialmente durante a janela de exportação dos EUA, entre maio e dezembro.



Segundo o professor Marcos Jank, do Insper Agro, esse movimento exige atenção do setor agropecuário brasileiro. Caso a China **retire as tarifas de 34% sobre a soja americana**, o Brasil pode enfrentar **maior concorrência e perda de participação no mercado asiático**.

Historicamente, a China compra soja brasileira entre fevereiro e agosto, enquanto as compras dos EUA ocorrem entre maio e dezembro. Em 2024, o país asiático importou 105 milhões de toneladas de soja, sendo 71% do Brasil e 21% dos EUA.

ARROZ

A Safra 2025/26 de arroz será marcada por **ajustes na produção e crescimento nas exportações**. Após uma colheita excepcional em 2024/25, o mercado enfrenta **excesso de oferta** global, o que pressiona os preços internos e externos para baixo.

Com rentabilidade reduzida, os principais estados produtores devem **recuar 5,6% na área plantada**, e a **produtividade tende a cair 4,8%**, refletindo a normalização após os resultados recordes da safra anterior. Ainda assim, o rendimento esperado permanece entre os **mais altos da série histórica**, sustentando por **boas condições climáticas e disponibilidade hídrica no Sul**, região que lidera a produção nacional.

A produção brasileira está estimada em **11,5 milhões de toneladas**, uma queda de **10,1%** frente ao ciclo anterior. O **consumo interno deve se manter estável, em torno de 11 milhões de toneladas**, enquanto as exportações devem crescer **31,3%**, alcançando **2,1 milhões de toneladas**.

Esse desempenho positivo nas exportações é favorecido pelo **excedente nacional** e pela **competitividade dos preços brasileiros** no mercado internacional. Como resultado, **os estoques finais devem cair 11,6% até fevereiro de 2027**, mas ainda se manterão em níveis confortáveis para o **abastecimento interno**, permitindo o avanço das vendas externas sem **comprometer o mercado doméstico**.



FEIJÃO

A produção brasileira de feijão está estimada em **3,1 milhões de toneladas**, com leve alta de **0,8%** em relação à safra anterior. Por ser uma cultura de **ciclo curto e altamente sensível aos preços**, os produtores devem adotar uma postura mais cautelosa na primeira safra, especialmente no Centro-Sul, onde a **queda nas cotações** já provoca **reclamação na área plantada**.



Esta retração pode favorecer uma **recuperação nos preços**, estimulando a manutenção ou leve expansão das áreas de segunda e terceira safras. Em 2024/25, essas etapas já haviam sido revistas para baixo, refletindo o cenário de baixa rentabilidade. Nas regiões Norte e Nordeste, o cultivo segue predominantemente familiar e menos influenciado pelas oscilações de mercado.

VAREJO - No setor, o feijão passou por um período de **queda prolongada nos preços ao consumidor**, ampliando o acesso ao alimento básico, especialmente entre famílias de menor renda. No entanto, com **estoques mais enxutos e maior seletividade nas redes de distribuição**, essa tendência pode se estabilizar ou até se reverter levemente.

O mercado de feijão segue com **oferta elástica** e decisões táticas. A primeira safra dependerá do clima e do comportamento dos preços durante a semeadura. Já a segunda safra tende a responder rapidamente a qualquer sinal de valorização.

No caso do **feijão-comum preto**, o câmbio pode ajudar a **escoar o excedente via exportações**, mas o principal desafio continua sendo **reativar o consumo interno**. Como alimento essencial na mesa do brasileiro, o feijão mantém uma **demand estrutural sólida**. O foco agora é **reconectar preço, qualidade e varejo** em um ambiente de renda e crédito ainda ajustado.

MILHO

A safra 2025/26 de milho apresenta **cenário de expansão**, tanto na área cultivada quanto na demanda interna e externa. A **primeira safra** deve crescer **4,3% em área plantada**, revertendo a tendência de retração dos últimos anos. Esse movimento é impulsionado pela expectativa de **preços mais atrativos no primeiro semestre de 2026**, favorecidos pela sazonalidade e pela **possível migração das compras asiáticas** do milho norte-americano para o sul-americano, **em resposta a novas tarifas impostas por países importadores da Ásia**.

SEGUNDA SAFRA - o milho segue como cultura sucessora da soja, estratégia que tem se mostrado rentável. A área cultivada deve continuar em expansão, mas a **produtividade tende a cair**, refletindo o patamar excepcional da safra anterior, que foi beneficiada por condições climáticas amplamente favoráveis. Com isso, a produção total está estimada em **138,3 milhões de toneladas**, abaixo do volume colhido em 2024/25.

MERCADO INTERNO - a **demanda deve crescer 4,5%**, alcançando **94,6 milhões de toneladas**, puxada principalmente pela **produção de etanol de milho**, que segue em expansão. Já as exportações devem subir 16,3% atingindo **46,5 milhões de toneladas**, sustentadas por um bom excedente produtivo e pela competitividade do milho brasileiro.

Mesmo com a queda na produtividade, os **estoques de passagem devem se manter estáveis**, garantindo segurança no abastecimento e espaço para crescimento nas vendas externas.

CARNES - BOVINOS

A produção brasileira de carne bovina deve atingir **10 milhões de toneladas em 2026**, uma queda de 3,5% em relação ao ano anterior. Esse recuo é reflexo de **menor disponibilidade de animais para abate**, resultado da **retenção de fêmeas** e da **recomposição de rebanhos**, movimentos típicos de fases de recuperação do ciclo pecuário.

Com a oferta mais restrita, a **arroba tende a se valorizar**, especialmente no segundo semestre, favorecendo os criadores. Ao mesmo tempo, categorias de **reposição como bezerros e boi magro** devem encarecer, impulsionadas pela menor oferta e pela expectativa de **margens mais atrativas** para quem investe na cria e recria.

MERCADO EXTERNO - a indústria segue focada na **abertura de novos destinos e no fortalecimento dos mercados já consolidados**, sustentando o ritmo de exportações mesmo diante da menor produção.

Para o consumidor final, a **valorização do boi gordo e da vaca gorda** deve pressionar os preços da carne bovina no varejo. Esse movimento pode estimular a **substituição por proteínas de menor custo**, como **frango e suína**, reduzindo a participação da carne bovina na dieta doméstica, especialmente entre famílias de menor renda.



FRANGO



Para 2026, a carne de frango deve manter sua posição como **principal proteína na mesa do brasileiro**, com consumo estimado em **51,1kg por habitante/ano**, um aumento de **2,6%** em relação a 2025. Esse crescimento é sustentado pelo **diferencial de preço frente à carne bovina**, que segue pressionada pela menor oferta.

MERCADO EXTERNO - as **exportações devem continuar em trajetória positiva**, reforçando a relevância do Brasil como líder global no segmento. Internamente, o setor tende a **calibrar a produção** para evitar excesso de oferta e volatilidade nos preços, aproveitando a vantagem do **ciclo produtivo curto**, que permite ajustes rápidos.

Apesar do cenário favorável, **custos de produção podem subir** ao longo do ano, caso ocorram **variações cambiais significativas** ou impactos climáticos sobre a produção de grãos, principais insumos da ração.

VAREJO - a carne de frango deve permanecer como a **proteína mais acessível**, ajudando a conter pressões inflacionárias. Porém, uma eventual **valorização expressiva**, combinada com **exportações aquecidas e encarecimento da carne bovina**, pode gerar **impacto moderado nos preços ao consumidor**, especialmente se a demanda interna seguir forte.

SUÍNOS

Para 2026, a produção brasileira de carne suína deve crescer **3,6%**, impulsionada pelo aumento da demanda interna, favorecida pelo **encarecimento da carne bovina** e pelo avanço das exportações.

As vendas externas devem atingir **1,5 milhão de toneladas**, um novo recorde, sustentado pela **forte demanda asiática** e pela busca por novos mercados.

MERCADO DOMÉSTICO

A **disponibilidade será maior**, mas em ritmo mais lento, o que tende a manter **os preços internos firmes** ao longo do ano. A volatilidade cambial e as tensões comerciais internacionais podem abrir **oportunidades adicionais para ampliar as exportações**, reforçando a competitividade brasileira.



VAREJO - os preços da carne suína devem permanecer **estáveis ou levemente mais altos**, refletindo a oferta ajustada e o incremento das exportações. Apesar de sua participação no consumo nacional ser menor que a da carne bovina e da de frango, o **diferencial de preço frente à proteína bovina** mantém elevado o potencial de **substituição**, especialmente entre consumidores que buscam alternativas mais acessíveis.

O impacto sobre a inflação tende a ser **moderado**, mas, em um cenário de alta simultânea nas cotações de bovinos e aves, a carne suína pode desempenhar papel importante na **moderação dos aumentos no subgrupo de carnes**.

2026: Consumo com propósito e valor

ESCOLHAS CONSCIENTES

O consumidor está mais consciente, exigente e pragmático. Ele reconhece os desafios do mundo atual, mas espera que cada compra tenha valor real — seja em saúde, sustentabilidade, origem ou impacto social. A confiança e a coerência entre discurso e prática são fundamentais. Para cooperativas do agronegócio, isso representa uma oportunidade de se conectar com esse novo perfil de consumo, oferecendo alimentos que vão além da nutrição: que contam histórias, respeitam o meio ambiente e valorizam a cultura local.



BEM-ESTAR E ALIMENTAÇÃO INTENCIONAL

A busca por equilíbrio físico, mental e emocional está moldando as escolhas alimentares dos consumidores. Em um cenário de rotinas aceleradas, estresse crescente e maior acesso à informação, o alimento deixou de ser apenas fonte de nutrição — ele passou a ser um aliado do bem-estar.

O consumidor moderno está mais atento àquilo que consome. Ele valoriza alimentos que promovem saúde de forma prática e prazerosa, com foco em ingredientes naturais, funcionais e minimamente processados. A simplicidade virou prioridade: menos ingredientes artificiais, mais transparência e benefícios reais.

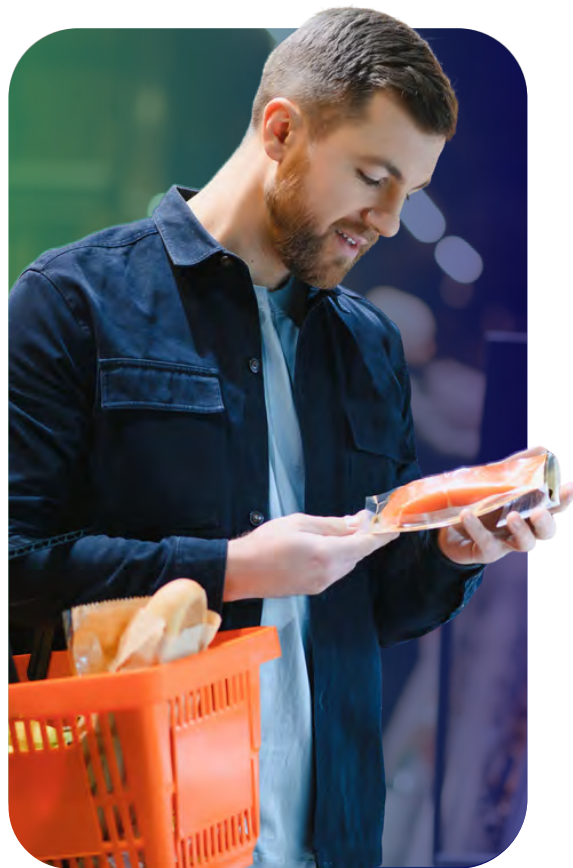
O que os consumidores valorizam?



- **Ingredientes com origem clara e rastreável**, que transmitam confiança e segurança;
- **Produtos que promovem saúde e bem-estar**;
- **Alternativas ao termo “dieta”**, que remete a restrição. Os consumidores preferem termos como “zero açúcar”, “sem adição” ou “naturalmente leve”;
- **Alimentos com função emocional**, que proporcionem conforto, prazer e conexão com memórias afetivas.

Oportunidades para as cooperativas:

- **Usar QR Codes nas embalagens** para ampliar o acesso a informações sobre origem, benefícios nutricionais, práticas sustentáveis e curiosidades sobre o processo produtivo;
- **Comunicar com transparência** os impactos positivos dos produtos, como benefícios à saúde, práticas de cultivo responsáveis e apoio à comunidade local;
- **Investir em alimentos funcionais**, como sucos naturais com ingredientes adaptogênicos, grãos integrais com alto teor de fibras ou proteínas vegetais.



Estratégia de Comunicação:

A linguagem deve ser clara, acessível e emocionalmente conectada. Mostrar como o alimento pode fazer parte de uma rotina equilibrada, contribuir para o autocuidado e ser uma escolha consciente é essencial para gerar valor percebido.

SUSTENTABILIDADE E CONSUMO CONSCIENTE

A sustentabilidade deixou de ser um diferencial e passou a ser uma exigência do consumidor moderno. Em 2026, as decisões de compra estão cada vez mais pautadas por valores éticos, ambientais e sociais.



O consumidor quer saber **de onde vem o alimento, como foi produzido e quem está por trás dele**. Ele busca marcas que praticam o que pregam e que se posicionam com responsabilidade diante dos desafios ambientais e sociais.

Essa mudança de comportamento representa uma oportunidade estratégica para cooperativas do agronegócio, que têm em sua essência a valorização da produção local, o cuidado com o território e o compromisso com a comunidade.

O que os consumidores esperam?

- **Embalagens ecológicas e ingredientes sustentáveis**, que reduzam o impacto ambiental e comuniquem responsabilidade;
- **Transparência sobre a mão de obra envolvida**, valorizando práticas justas e humanas na cadeia produtiva;
- **Valorização da cultura local**, com alimentos que carregam identidade, história e conexão com o território.

Oportunidades para as cooperativas:

- **Criar experiências que envolvam a comunidade e o entorno**, como feiras locais, visitas às propriedades e ações educativas sobre alimentação consciente;
- **Usar materiais reciclados e comunicar ações socioambientais**, tanto nas embalagens quanto nos pontos de venda;
- **Investir em comunicação clara e acessível**, mostrando como cada produto contribui para um mundo mais ético e equilibrado;
- **Conectar o consumidor à origem do alimento**, por meio de narrativas que valorizem o produtor, o modo de cultivo e os impactos positivos da produção cooperada.

Estratégia de Comunicação:

A transparência é a chave. O consumidor quer saber e compartilhar o que está por trás do alimento que consome. Cooperativas podem se destacar ao mostrar que sustentabilidade, ética e qualidade caminham juntas. Mais do que vender produtos, é hora de contar histórias que gerem confiança e conexão.

MOVIMENTO SLOW FOOD: COMIDA COM TEMPO, CULTURA E PROPÓSITO

Em um mundo cada vez mais acelerado, o **Slow Food** surge como um contraponto à cultura do fast food e à industrialização da alimentação.

Mais do que uma tendência, trata-se de um movimento global que valoriza a **produção local**, a **cultura alimentar** e a **sustentabilidade** como pilares de uma alimentação mais justa, consciente e conectada com o território.



O Slow Food propõe uma relação mais saudável entre as pessoas, a comida e o meio ambiente. Ele convida o consumidor a desacelerar, a conhecer a origem dos alimentos e a valorizar os saberes tradicionais que sustentam a biodiversidade alimentar.

Princípios do Slow Food:

- **Priorizar alimentos de qualidade e origem local**, cultivados com respeito ao tempo da natureza e às práticas tradicionais.
- **Preservar tradições gastronômicas**, valorizando receitas, ingredientes e modos de preparo que fazem parte da identidade cultural de cada região.
- **Promover uma relação saudável entre comida, cultura e identidade**, fortalecendo o vínculo entre o consumidor e o produtor.

Oportunidades:

- **Incentivar a biodiversidade alimentar**, promovendo o cultivo e o consumo de variedades nativas e pouco exploradas.
- **Investir em comunicação afetiva e transparente**, mostrando que comer bem é também um ato de respeito à natureza, à cultura e à comunidade.



Estratégia de Comunicação:

O Slow Food é mais do que um produto — é uma causa. Cooperativas que se posicionam nesse movimento têm a chance de construir uma marca com propósito, que gera pertencimento e fidelidade.

Mostrar que o alimento é feito com tempo, cuidado e respeito é uma forma poderosa de se diferenciar no mercado.

AGROINSIGHT: UM MUNDO DE OPORTUNIDADES



O **AgroInsight** é um periódico estratégico do Ministério da Agricultura e Pecuária (Mapa), voltado à análise de mercados e tendências internacionais relevantes para o agronegócio brasileiro.

A cada mês, são publicados **relatórios estratégicos** com avaliações conjunturais e oportunidades comerciais específicas, contemplando de forma equilibrada **produtos de origem animal e vegetal**. É a ferramenta essencial para quem busca **inteligência comercial, diversificação de mercados e posicionamento competitivo** no cenário global.

Conheça a plataforma



Referências

EBC: Banco Central prevê crescimento de 1,5% para o PIB em 2026

BCB: Relatório de Política Monetária

BCB: Focus – Relatório de Mercado

CONAB: Perspectivas para a agropecuária safra 2025/26

Euromonitor: Principais Tendências Globais de Consumo para 2026

WGSN: Perfil de consumidor que irá redefinir o setor de alimentos e

bebidas: Esperançosos

NielsenIQ: Consumer Outlook: Guide to 2026

Mintel: 2026 Global Consumer Prediction



[***www.somoscooperativismo-rs.coop.br***](http://www.somoscooperativismo-rs.coop.br)

Em caso de dúvidas ou sugestões envie um e-mail para:
[**promocaocomercial@ocergs.coop.br**](mailto:promocaocomercial@ocergs.coop.br)

somos  **coop**



SistemaOcergs

OCERGS | SESCOOP/RS | ESCOOP