

Um
mundo de
oportunidades

Volume 7
Origem: vegetal

AGRO INSIGHT



Institucional

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

Presidente da República

CARLOS HENRIQUE BAQUETA FÁVARO

Ministro de Estado da Agricultura e Pecuária

IRAJÁ REZENDE DE LACERDA

Secretário-Executivo do Ministério da Agricultura e Pecuária

GUILHERME CAMPOS JÚNIOR

Secretário de Política Agrícola do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLOS GOULART

Secretário de Defesa Agropecuária do Ministério da Agricultura e Pecuária

LUIS RUA

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

PEDRO ALVES CORRÊA NETO

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

CARLOS ERNESTO AUGUSTIN

Assessor Especial do Gabinete do Ministério da Agricultura e Pecuária

CARLA MADEIRA GONÇALVES SIMÕES DOS REIS

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

4ª edição. Ano 2025

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária

Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

Departamento de Promoção Comercial e Investimentos - DPR

Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas

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

CEP: 70043-900 Brasília - DF

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

Editorial:

Priscilla Burmann

João Huguenin

Coordenação:

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Estella R. Borges de Brito

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

Manoel Augusto Soares Junior

Marcel Moreira

Filipe Guerra

Equipe técnica:

Carlos Vitor Muller

Eduardo Sampaio Marques

José Guilherme Tollstadius Leal

Adriano Perrelli Pestana de Castro

Luciana Pich Gomes

Andrea Claudia Parrilla

Daniela de Moraes Aviani

Silvio Luiz Rodrigues Testaseca

Glauco Bertoldo

Nilton Antônio de Moraes

Paulo Márcio Mendonça de Araújo

Rodrigo do Espírito Santo Padovani

Leandro Diamantino Feijó

Jean Felipe Celestino Gouhie

Clóvis Augusto Versalli Serafini

Ricardo Zanatta Machado

Priscila Rech Pinto Moser

Rafael Mohana de Carvalho Refosco

Vanessa Medeiros de Jesus

Ana Lúcia de Paula Viana

Fabiana Villa Alves

Virginia Arantes Ferreira Carpi

Ângelo de Queiroz Maurício

Bruno Cavalheiro Breitenbach

Marlos Schuck Vicenzi

Fernanda Vanessa Mascarenhas

Magalhães

Marco Aurélio Pavarino

Dalci de Jesus Bagolin

Ellen Elizabeth Laurindo

Adriane Reis Cruvinel

Frederique Rosa e Abreu

Warley Efreim Campos

Márcio Rezende Evaristo Carlos

Marco Túlio Santiago

Luiz Cláudio de Santana e Caruso

Rafael D'Aquino Mafra

Ana Carolina Miranda Lamy

Diego Leonardo Rodrigues

Juliano Vieira

Leandro Antunes

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

Catálogo na Fonte

Biblioteca Nacional de Agricultura – BINAGRI

Resumo



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

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

Com base nas diretrizes do ministro Carlos Fávaro e sob a liderança do secretário Luis Rua, o AgrolInsight é resultado do esforço de uma equipe dedicada que acredita no potencial do Brasil como potência agroexportadora.

Este relatório é mais do que um compilado de dados — é uma ponte entre o agro brasileiro e o mundo.



IMPACTOS NA COSTA RICA COM AS MEDIDAS ESTADUNIDENSES E OPORTUNIDADES PARA PRODUTOS DE ORIGEM VEGETAL

Data: 15/07/2025

Posto: São Jose- Costa Rica

Palavras-chave: Costa Rica. Cachaça.

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

SUMÁRIO:

A cachaça brasileira tem presença ainda tímida na Costa Rica, sendo pouco conhecida e com baixa visibilidade nos pontos de venda. Apenas uma marca foi identificada no mercado local, sem rede sólida de distribuição. O país não figura entre os 25 maiores destinos de exportação do produto, mas aparece entre os 30 principais, segundo dados do Trade Map, indicando algum comércio já existente. Há potencial para crescer, sobretudo no segmento premium e artesanal, aproveitando o turismo, bares internacionais e restaurantes sofisticados. A cachaça pode ser posicionada como produto cultural e símbolo do Brasil. Para isso, é fundamental investir em marketing, eventos, treinamentos de bartenders e parcerias locais. Promover a caipirinha pode abrir portas, destacando a bebida frente aos destilados tradicionais. Com estratégia adequada, canais fortalecidos e foco na autenticidade, a cachaça pode conquistar espaço no mercado costarriquenho.

A Costa Rica, com cerca de 5 milhões de habitantes, apresenta um Produto Interno Bruto (PIB) de US\$ 64,28 bilhões e um PIB per capita relativamente elevado de US\$ 12.508. Trata-se de uma economia emergente da América Central, com localização estratégica, população majoritariamente de classe média e forte interesse por produtos de qualidade. Os consumidores costarriquenhos acompanham tendências estrangeiras e demonstram receptividade a novas marcas e experiências. O país também se destaca por seu perfil turístico: apenas em 2024, recebeu aproximadamente 2,6 milhões de turistas por via aérea – o equivalente a quase metade da população. Esse número representa um aumento de 7,7% em relação a 2023, com predominância de visitantes dos Estados Unidos (cerca de 70%) e do Canadá. O turismo movimenta intensamente o canal HORECA (hotéis, restaurantes e cafeterias), desempenhando papel central no padrão de consumo local e gerando oportunidades para a introdução de novos produtos.

Por outro lado, dados sobre o consumo de bebidas alcoólicas no país indicam que uma parte considerável da população não consome álcool. De acordo com uma pesquisa realizada pela Universidade da Costa Rica em 2013, 54,3% dos costarriquenhos afirmaram não consumir bebidas alcoólicas. Entre os que consomem, a cerveja lidera amplamente as preferências, sendo a bebida alcoólica mais consumida por homens e mulheres (79%), seguida pelo vinho (53%) e por destilados como guaro, uísque, vodca e rum (47%).

O guaro é uma aguardente de cana-de-açúcar obtida por fermentação alcoólica e destilação de mostos derivados da cana. Conhecido em diferentes regiões como guaro, guarón, espírito de caña, cachaza ou tafia, seu teor alcoólico varia entre $35,0 \pm 0,5\%$ e $55,0 \pm 0,5\%$ vol., conforme estabelecido pelo Decreto Executivo N°25252 de 1996. O guaro domina o mercado local e é base para drinks típicos como o chiliguaro, feito com guaro, pimenta, tomate e limão.

Outras bebidas alcoólicas representam 14% do consumo. Para os homens, a ordem de preferência é: cerveja, destilados e, por último, vinho. Já o consumo de vinho é mais expressivo entre mulheres e pessoas com mais de 65 anos, especialmente na região metropolitana e entre indivíduos de classe socioeconômica média-alta. A pesquisa revelou ainda que a proporção de consumidores de cerveja é bastante homogênea em todas as regiões e faixas de renda, sendo mais elevada entre homens e jovens. Enquanto isso, o consumo de álcool por mulheres ocorre com mais frequência em casa ou em restaurantes, em comparação aos homens. Em geral, os ambientes mais comuns para o consumo de bebidas alcoólicas são bares (55%), residências (47,4%) e casas de amigos (45,2%). Com o avanço da idade, cresce a tendência de consumir álcool em casa e diminui a frequência de consumo em bares. O levantamento também identificou as principais ocasiões em que os costarriquenhos consomem álcool: comemorações especiais (86,4%), refeições em casa (66,5%) e refeições em restaurantes (59,1%). A pesquisa ainda destacou comportamentos individuais: cerca de 30,5% das pessoas já consumiram álcool sozinhas em algum momento, sendo essa prática mais comum entre os grupos de 25 a 34 anos e de 45 a 54 anos. Além disso, 34% dos entrevistados relataram ter consumido álcool para relaxar, especialmente na faixa etária de 45 a 54 anos. O estudo foi conduzido pela organização Educualcohol, com apoio da Unidade de Serviços Estatísticos da Faculdade de Estatística da Universidade da Costa Rica.

Utilizou-se uma amostra aleatória estratificada de 2.435 adultos residentes no país, com entrevistas telefônicas realizadas entre 28 de agosto e 24 de outubro de 2012. Os resultados apontam que 45,7% da população consumiu algum tipo de bebida alcoólica nos 12 meses anteriores à pesquisa, sendo o consumo menor entre as faixas etárias mais elevadas. Já 22,8% dos entrevistados declararam nunca ter consumido álcool. Outro dado relevante é a percepção distorcida da população sobre o consumo de bebidas alcoólicas. Embora uma parcela significativa dos entrevistados acredite que os consumidores não bebem com responsabilidade, os dados revelam que a maioria dos consumidores o faz dentro de padrões de baixo risco e que mais da metade da população adulta do país se abstém do consumo de álcool.

Nesse contexto, a cachaça brasileira tem uma tímida presença no mercado costarrriquenho e é amplamente desconhecida pela maioria da população. Sua presença nos pontos de venda é limitada e pouco expressiva. Nos supermercados onde se encontra, aparece mal posicionada nas prateleiras, com baixa visibilidade e espaço reduzido. Em geral, está localizada junto aos outros destilados mais reconhecidos localmente, o que compromete ainda mais sua atratividade. Até o momento, foi identificada por esta adidância apenas uma marca brasileira comercializada localmente, o que revela uma presença pouco expressiva e sem rede consolidada de distribuição.

Cabe destacar que, conforme o Anuário da Cachaça de 2025, referente ao ano de 2024, a Costa Rica sequer figura entre os 25 principais destinos de exportação do produto. No entanto, dados do Trade Map para a NCM 2208.40 revelam que o país aparece entre os 30 principais destinos da cachaça brasileira, o que indica movimentação comercial já existente.

Ainda assim, existem oportunidades a serem exploradas para a bebida no país, especialmente no segmento premium e artesanal, que atrai consumidores dispostos a pagar por qualidade, autenticidade e experiências diferenciadas. O setor turístico, os bares de perfil internacional, hotéis, restaurantes de gastronomia elaborada e lojas especializadas em bebidas importadas são canais a serem estudados. A combinação entre turismo, praias e interesse por produtos exóticos pode favorecer a inserção da cachaça como produto cultural e símbolo do Brasil.

Para isso, seria necessário investir em estratégias de marketing e ações de promoção que incluam degustações, eventos temáticos, capacitação de bartenders, fortalecimento da presença em menus de coquetelaria e parcerias com influencers, distribuidores e importadores locais. A valorização da caipirinha como drink brasileiro icônico também pode ajudar a posicionar a cachaça como opção diferenciada frente aos destilados tradicionais no país.

A presença da cachaça brasileira na Costa Rica ainda é incipiente e restrita. Com uma abordagem estratégica, voltada às particularidades do mercado, fortalecimento dos canais de distribuição e valorização da identidade cultural do produto, é possível conquistar um espaço no cenário de bebidas alcoólicas no país.



Foto 1: Bebidas destiladas na Costa Rica. Fonte: <https://www.guarocaciquecanada.ca/>



Foto 2: Drink chiligarro . Fonte: <https://costaricamonkeytours.com/>



Foto 3: Cachaça brasileira encontrada em mercado local. Fonte: <https://automercado.cr>