

Um
mundo de
oportunidades

Volume 6
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.



O AÇAÍ BRASILEIRO NA COSTA RICA

Data: 14/06/2025

Posto: São Jose- Costa Rica

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

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

SUMÁRIO:

O açaí brasileiro tem se popularizado na Costa Rica, especialmente entre consumidores de classe média e alta, atraídos por seus benefícios à saúde e estilo de vida fitness. Consumido principalmente em forma de polpa congelada, o produto é vendido em cafeterias, restaurantes naturais e mercados especializados, com destaque para regiões turísticas como San José, Tamarindo e Jacó. O turismo, especialmente de visitantes dos EUA e Canadá, é um fator a ser considerado no consumo de alimentos saudáveis como o açaí. Marcas brasileiras já atuam no país. O mercado ainda tem espaço para produtos premium e sustentáveis. Desafios incluem o alto custo, concorrência com frutas locais e conhecimento limitado sobre o preparo. É essencial que o posicionamento do açaí na Costa Rica esteja firmemente vinculado às práticas sustentáveis e ao respeito às comunidades tradicionais da floresta.

O açaí brasileiro tem ganhado popularidade em diversas partes do mundo, incluindo a Costa Rica. Tradicionalmente originário da Amazônia, o açaí tem se adaptado ao paladar local com diferentes combinações de frutas tropicais típicas da região, como manga, abacaxi e mamão. É visto como um superalimento, associado a benefícios à saúde, antioxidantes e a um estilo de vida fitness. O público-alvo concentra-se em consumidores de classe média e alta, especialmente jovens urbanos, frequentadores de academias, praticantes de esportes e adeptos de uma alimentação “verde”. O consumo ocorre principalmente na forma de polpa congelada, utilizada no preparo de tigelas e smoothies em cafeterias, restaurantes naturais, lojas de produtos orgânicos e mercados especializados. Nos últimos anos, muitos estabelecimentos e mercados costarriquenhos passaram a oferecer tigelas de açaí (açaí bowls), preparadas com polpa congelada e combinadas com outras frutas e coberturas como granola, mel, banana, coco e sementes. O produto pode ser encontrado em lojas de produtos naturais, mercados locais de padrão mais alto, além de restaurantes e cafés com proposta voltada a opções mais saudáveis. As áreas turísticas, como a capital San José e cidades costeiras como Tamarindo, Jacó e Puerto Viejo, concentram o maior número de estabelecimentos que oferecem açaí. Destaca-se que o turismo movimenta fortemente o canal HORECA na Costa Rica, sendo um fator central no perfil de consumo do país.

De janeiro a dezembro de 2024, a Costa Rica recebeu 2.661.488 turistas por via aérea (equivalente a quase metade da população no país), um aumento de 7,7% em relação ao mesmo período de 2023. Grande parte desses turistas vem dos Estados Unidos (70%) e do Canadá, mercados onde o consumo de açaí já está consolidado ou em crescimento. Também há fluxo relevante de turistas europeus e latino-americanos. O turismo com apelo de natureza e bem-estar é o principal segmento, o que favorece alimentos naturais como o açaí. A gastronomia e o turismo sustentável são pilares da estratégia de marketing de destino da Costa Rica. Hotéis de categoria média-alta e alta, resorts, ecolodges e cafeterias especializadas são os principais consumidores de produtos como o açaí, voltados a turistas que buscam alimentação saudável e experiências de bem-estar.

A recepção ao açaí brasileiro na Costa Rica é positiva, embora ainda se trate de um mercado de nicho, em crescimento nos últimos anos, impulsionado pelas tendências de alimentação saudável e consumo de produtos naturais. A Costa Rica importa majoritariamente polpa congelada do Brasil, mas também são encontrados produtos industrializados, como pós, sucos e misturas. A distribuição é feita por importadores especializados em alimentos naturais e saudáveis, com exigência de cadeia de frio. A tarifa aplicada ao açaí no país depende do enquadramento que for atribuído ao produto com base na classificação tarifária, que, no caso da Costa Rica, é o SAC. Por exemplo, o produto pode ser classificado sob as posições 2007.99 ou 2008.99. No entanto, é possível afirmar que a maioria das classificações em que o açaí pode ser enquadrado está sujeita a uma tarifa de importação (DAI) de 14%, além de um Imposto sobre o Valor Agregado (IVA) que varia entre 1% e 13%, e mais 1% correspondente à Lei nº 6.946.

Os principais pontos de venda incluem lojas especializadas em produtos naturais, como Auto Mercado Natural e Green Center, supermercados premium como Automercado, Fresh Market e Pricesmart, além de cafeterias, restaurantes com propostas saudáveis, e serviços de delivery de tigelas de açaí por meio de aplicativos como o Uber Eats. Entre os desafios, destacam-se o preço elevado para o consumidor médio costarriquenho, devido aos custos de importação e logística, à concorrência com frutas locais e outros superalimentos saudáveis, e ao conhecimento limitado sobre formas de preparo, ainda restrito a um nicho.

As marcas brasileiras presentes na Costa Rica incluem Açaí Amazonas, uma marca tradicional presente em lojas especializadas e distribuidores de produtos naturais, que oferece principalmente polpa congelada pura ou com misturas; Açaí Frooty, uma das marcas mais internacionalizadas, que atua via distribuidores especializados e oferece polpa congelada e produtos prontos como smoothie; Açaí Roots, marca originalmente fundada nos EUA, mas com fornecimento brasileiro, presente em cafeterias e restaurantes voltados à alimentação saudável; Oakberry, que garante produto 100% natural, sem corantes ou açúcares adicionados, com certificação orgânica, promovendo um modelo sustentável de produção que apoia comunidades amazônicas e preserva o ecossistema; e Açaí Naturalis, cuja fruta tem origem brasileira e é produzida na Costa Rica.

Apesar da presença de marcas reconhecidas, o mercado ainda não está saturado. Há espaço e oportunidade para produtos premium com mínima adição de ingredientes, marcas com diferenciais em sustentabilidade, comércio justo e certificações orgânicas, além de embalagens práticas para consumo individual. Para que o açaí se consolide como uma opção atrativa e responsável no mercado costarriquenho, é fundamental que a sua comunicação ressalte o compromisso com a sustentabilidade em toda a cadeia produtiva. Embora o açaí já seja reconhecido como símbolo de alimentação saudável, reportagens publicadas em 2023 na Costa Rica, destacaram o produto como uma tendência em ascensão, ao mesmo tempo em que apontaram preocupações sobre o aumento da demanda internacional e suas consequências ambientais, mencionando equivocadamente o desmatamento seletivo em algumas regiões da Amazônia. Por isso, é essencial que o posicionamento do açaí na Costa Rica esteja vinculado às práticas sustentáveis e ao respeito às comunidades tradicionais da floresta, o que atende às expectativas de um consumidor cada vez mais consciente e contribui para preservar a base sustentável da cadeia produtiva do açaí.



Foto 1: Açaí Bowl com banana vendido na rede de mercados.



Foto 4: Açaí original orgânico.



Foto 2: Açaí com frutas vendido em rede.

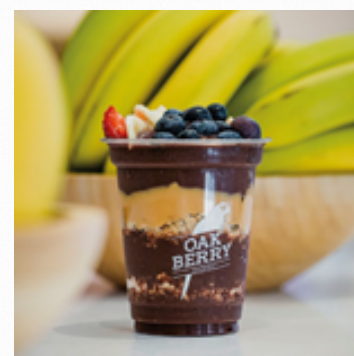


Foto 3: Açaí com frutas.



JUGO NATURAL
AMAYU AÇAÍ

325
ml

Foto 5: Suco de açaí.



Foto 6: Promoção de açaí em foodtruck.

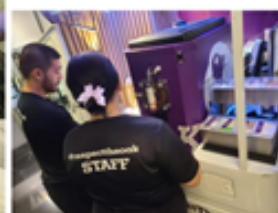


Foto 7: Promoção de Açaí em rede de supermercado