

V.7 2026

AGRO INSIGHT

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA E PECUÁRIA

Elaboração, distribuição, informações:

Ministério da Agricultura e Pecuária
Secretaria de Comércio e Relações Internacionais
Departamento de Promoção do Agronegócio – DPA
Coordenação-Geral de Gestão dos Adidos Agrícolas – CGAAG
Endereço: Esplanada dos Ministérios, Bloco D – 3º andar, Sala 300
Cep: 70043-900 Brasília-DF
Tel.: (61) 3218-2821

Editorial:
Priscilla Burmann
João Huguenin

Coordenação:
Augusto Billi
Carolina Eufemia Aquino de Sá
Ângela Pimenta Peres
Jennifer Santos Costa
Jennya Silva Brito
Priscilla Burmann

Equipe Técnica:
Rodrigo Lopes de Almeida
Eduardo Sampaio Marques
José Guilherme Tollstadius Leal
Caio César Simão
Luciana Pich Gomes
Juçara Aparecida André Dokonal
Eduardo Magalhães
Silvio Luiz Rodrigues Testaseca
Glauco Bertoldo
Nilton Antônio de Morais
Alessandro Fidelis
Rodrigo do Espírito Santo Padovani
Leandro Diamantino Feijó
Jean Gelipe Celestino Gouhie
Clóvis Augusto Versali Serafini
Tiago Charão
Priscila Rech Pinto Moser
Rafael Mohana de Carvalho Refosco
Vanessa Medeiros de Jesus
Ana Lúcia de Paula Viana
Fabiana Villa Alves
Virgínia Arantes Ferreira Carpi
Roberto Carlos Papa
Carlos Turchetto
Fernanda Mascarenhas Magalhães
André Okubo
Dalci de Jesus Bagolin
Ellen Elizabeth Laurindo
Luna Lisboa
Frederique Abreu
Andréa Moura
Warley Campos
Márcio Rezende Evaristo Carlos
Marco Túlio Santiago
Luiz Cláudio de Santana e Caruso
Lucas Fiuza
Ana Carolina Miranda Lamy
Diego Leonardo Rodrigues
Marcelo Cláudio Pereira
Fabiana Maldonado
Fernanda Martins de Faria

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).

Catalogação na Fonte

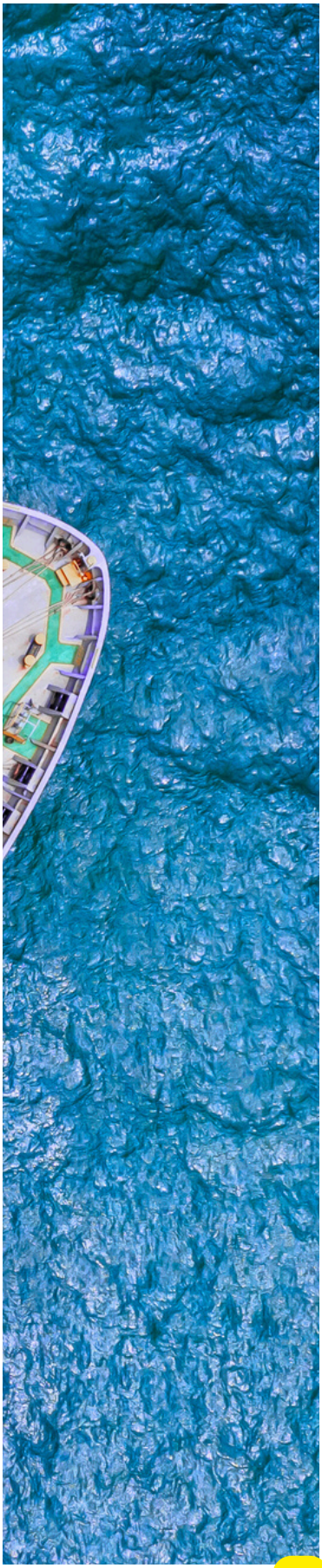
Resumo



O AgroInsight é uma publicação técnica elaborada pela Secretaria de Comércio e Relações Internacionais do Ministério da Agricultura e Pecuária, com a colaboração dos adidos agrícolas brasileiros presentes em 38 países.

O material reúne informações, análises de mercado e oportunidades comerciais destinadas a produtores, exportadores e entidades representativas do setor agropecuário.

O relatório tem como objetivo contribuir para o acesso a informações sobre mercados internacionais e apoiar a atuação dos diferentes segmentos do agronegócio brasileiro no comércio exterior.



AÇAÍ NOS EMIRADOS ÁRABES UNIDOS

Data: 13/07/2026
Posto: Abu Dhabi/Emirados Árabes Unidos
Palavras-chave: açaí; alimentos funcionais; superalimento
Responsável: Vanessa Medeiros de Jesus e Mohamed Abusin

SUMÁRIO:

Os Emirados Árabes Unidos emergiram como um mercado promissor para o açaí fora do Brasil. O que começou como uma tendência de nicho no segmento de alimentos saudáveis evoluiu para um segmento crescente dentro da indústria de alimentos e bebidas premium do país. Impulsionado pela crescente preocupação com a saúde, uma cultura fitness em expansão, forte atividade turística e demanda crescente por produtos importados premium, o açaí conquistou uma forte presença em cafés, restaurantes, hotéis, centros de bem-estar e lojas de varejo. Hoje, o açaí é amplamente reconhecido como um superalimento associado a estilo de vida saudável, desempenho atlético e consumo sofisticado. A dependência dos Emirados Árabes Unidos em relação aos produtos de açaí importados do Brasil, aliada à disposição dos consumidores em pagar preços premium por alimentos saudáveis de alta qualidade, cria oportunidades significativas para fornecedores, distribuidores e operadores de serviços de alimentação que buscam capitalizar a crescente demanda por açaí e outros alimentos funcionais.

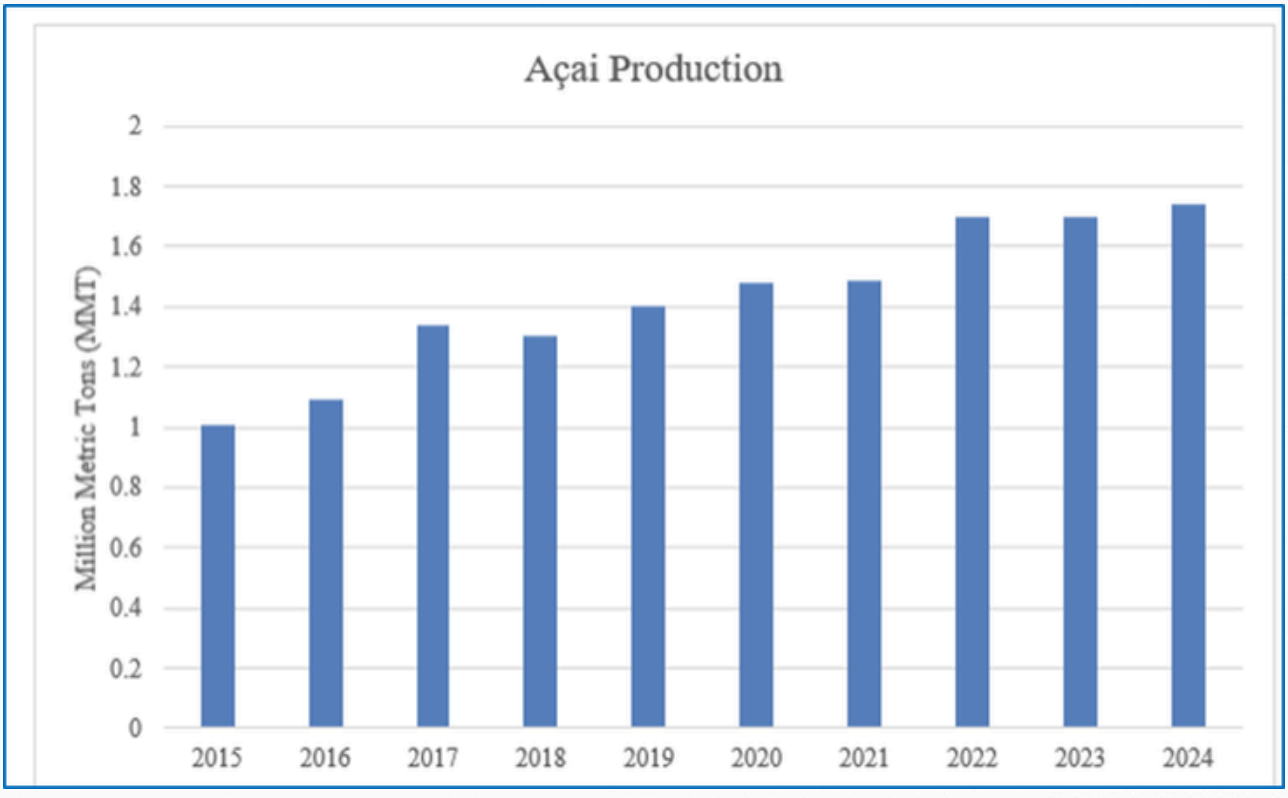
INTRODUÇÃO

O açaí, fruta amazônica rica em antioxidantes e nativa do Brasil, percorreu em pouco mais de uma década o caminho de alimento básico regional a superalimento premium globalmente reconhecido. No Brasil, o produto ganhou status oficial com a sanção da Lei nº 15.330, de 7 de janeiro de 2026, que o designa como fruta nacional — medida que fortalece sua projeção internacional.

Em 2025, o Brasil exportou 55.798 toneladas métricas (MT) de açaí congelado e processado, volume praticamente estável em relação a 2024. Para 2026, a produção nacional deve atingir 2 milhões de MT, crescimento de 11% sobre as 1,8 milhão de MT de 2025 — o que sinaliza maior oferta disponível para exportação e pressão sobre preços no mercado interno, tornando a abertura de novos mercados externos ainda mais estratégica.

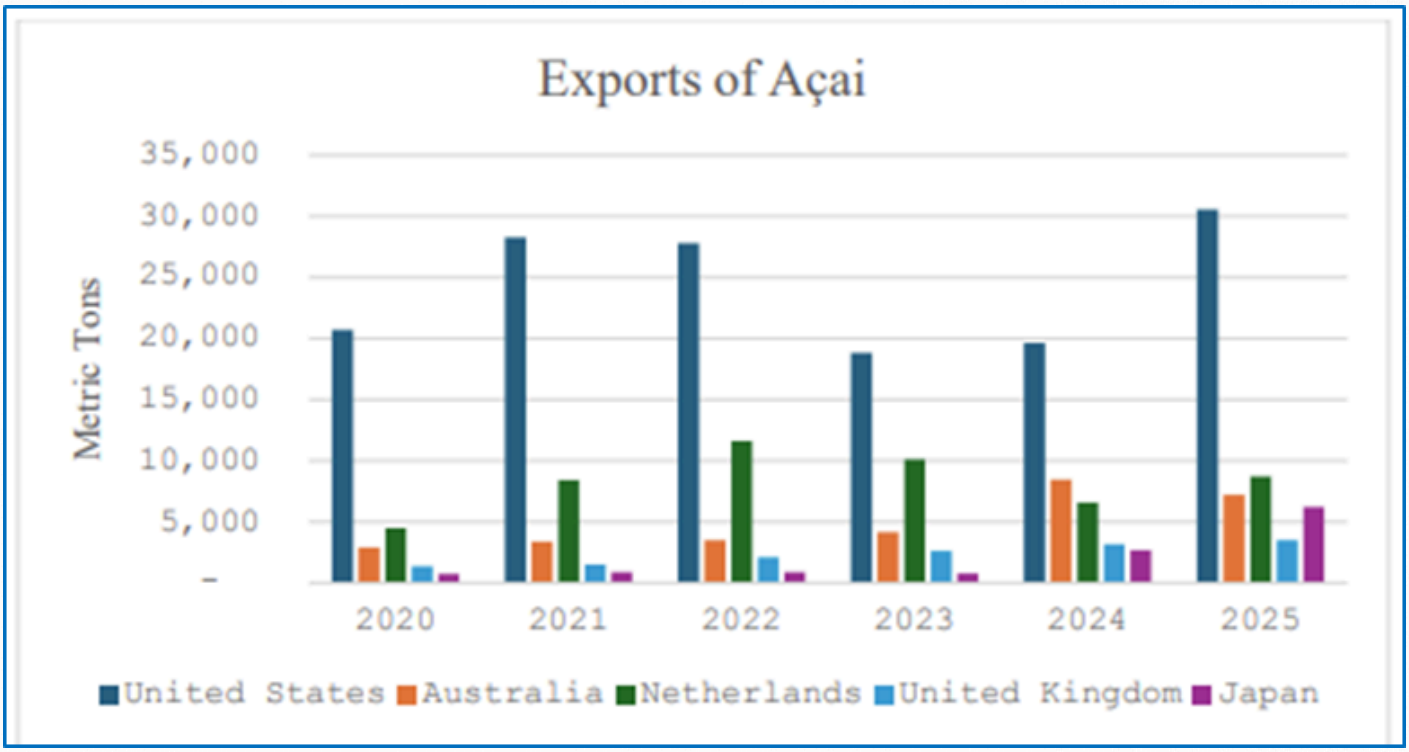
Os cinco principais destinos das exportações brasileiras de açaí são Estados Unidos, Austrália, Japão, Holanda e Reino Unido. Os Emirados Árabes Unidos ainda não figuram nesse grupo, mas apresentam uma das trajetórias de crescimento mais expressivas: as exportações saíram de 19 toneladas em 2020 para aproximadamente 100 toneladas em 2022, com projeções de contínua expansão.

Gráfico 1: Produção de açaí no Brasil de 2015-2024



Fonte: USDA

Gráfico 2: Exportações brasileiras de açaí – principais destinos (2020-2025)



Fonte: USDA

2. O açaí nos Emirados Árabes Unidos

Entre 2014 e 2016, o açaí estreou nos Emirados Árabes Unidos em cafés especializados e restaurantes com foco em alimentação saudável em Dubai e Abu Dhabi. Inicialmente voltado para expatriados preocupados com a saúde, o produto rapidamente conquistou os mercados locais e turísticos. Essa adoção foi acelerada pela posição estratégica dos Emirados Árabes Unidos como centro global de negócios e turismo, combinada com uma confluência de fatores locais: cultura fitness em expansão, influência das mídias sociais, crescente demanda por alimentos importados premium e um ecossistema de cafés especializados em plena expansão.

Dubai consolidou-se como principal polo de consumo, impulsionado pela alta concentração de estabelecimentos especializados em saúde, voltados para uma população focada em bem-estar. Os estabelecimentos especializados servem bowls e smoothies de açaí altamente personalizáveis, repletos de ingredientes nutritivos como frutas vermelhas frescas, granola orgânica, sementes cruas e pastas de oleaginosas.

Figura 1: Lojas especializadas em Dubai



Fonte: Google Maps

A demanda constante por açaí nos Emirados Árabes Unidos é impulsionada pela convergência entre a defesa da saúde, a influência digital e a mudança geracional. Na última década, iniciativas de saúde apoiadas pelo governo emirático e a participação crescente em programas de esportes e condicionamento físico incorporaram o bem-estar ao estilo de vida local, tornando os superalimentos ricos em nutrientes altamente procurados.

A tigela de açaí premium, altamente personalizável, continua sendo o formato de produto dominante no mercado dos Emirados Árabes Unidos. Normalmente preparada com base de açaí com baixo teor de açúcar, essas tigelas são amplamente comercializadas como refeições funcionais, cobertas com granola, frutas frescas, manteigas de oleaginosas e sementes de superalimentos (chia, linhaça, flocos de coco).

Uma característica do mercado dos Emirados Árabes Unidos é o domínio comercial do açaí pré-misturado com xarope de guaraná em relação à polpa pura e sem açúcar. Essa formulação tradicional, inspirada na culinária brasileira, é muito apreciada pelos operadores de serviços de alimentação locais, pois oferece uma textura mais suave e fácil de servir, além de um perfil de doçura mais acentuado que agrada diretamente às preferências regionais. Ademais, o teor natural de cafeína da mistura de guaraná permite que as marcas comercializem o produto de forma eficaz como um alimento funcional de alto desempenho, proporcionando um impulso extra de energia que se alinha perfeitamente com os segmentos de consumidores ativos, focados em fitness e bem-estar dos Emirados Árabes Unidos.

3. Expansão de mercado

Com o aumento da conscientização do consumidor, o açaí expandiu-se para além das lojas especializadas em alimentos saudáveis, chegando aos estabelecimentos de alimentação convencionais.

Hoje em dia, os produtos de açaí podem ser encontrados com frequência em:

Cafés Premium	Cafeterias especializadas oferecem cada vez mais tigelas de açaí como parte de seus cardápios de café da manhã e lanches saudáveis.
Hotéis de luxo	Hotéis de luxo incorporam o açaí em bufês de café da manhã e em conceitos gastronômicos voltados para o bem-estar.
Restaurantes	Muitos restaurantes incluem tigelas de açaí e smoothies em seus cardápios com opções saudáveis.
Clubes de praia e resorts	Devido ao clima quente e ao estilo de vida ao ar livre dos Emirados Árabes Unidos, o açaí tornou-se uma opção popular de refresco.
Academias e centros de bem-estar	Academias, clubes esportivos e centros de bem-estar frequentemente oferecem açaí como opção de refeição pré ou pós-treino.

O ambiente varejista dos EAU impõe um ágio considerável — preços ao consumidor duas a três vezes superiores aos praticados no Brasil —, reflexo da logística transcontinental em temperatura negativa e das margens de revenda. O crescimento contínuo das vendas demonstra a forte disposição do consumidor de alta renda em pagar por produtos funcionais comprovados.

4. Cadeia de suprimentos e logística

O mercado dos Emirados Árabes Unidos depende 100% de logística especializada de cadeia de frio para transportar com segurança os produtos congelados e processados da região amazônica até os centros de distribuição do Golfo.

A cadeia de suprimentos abrange três categorias principais de produtos: i) polpa congelada premium (sem açúcar, orgânica, com alto teor de sólidos de 12 a 14%, preferida por cafeterias boutique para misturas exclusivas); ii) misturas comerciais prontas para consumo (pré-misturadas com guaraná ou banana para garantir consistência operacional e serviço rápido em estabelecimentos de grande volume) e iii) pó liofilizado (estável em temperatura ambiente e de fácil transporte, utilizado em suplementos alimentares e smoothies para venda no varejo).

Esses formatos são comercializados por meio de importadores e distribuidores especializados que gerenciam a infraestrutura ininterrupta de temperatura abaixo de zero necessária para abastecer cafeterias, hotéis de luxo, academias e grandes redes varejistas em todos os Emirados.

O acesso dos consumidores ao açaí nos Emirados Árabes Unidos consolidou-se no mercado varejista convencional, impulsionado pela sua disponibilidade em redes de supermercados premium — como Spinneys, Waitrose e Lulu Hypermarket — além de lojas especializadas em alimentos saudáveis e aplicativos de entrega de compras online. Nesses canais, o produto é comercializado em três formatos principais: tigelas congeladas prontas para consumo; sachês individuais de açaí congelado, ideais para preparo em casa; e açaí em pó orgânico, com longa validade, utilizado como suplemento nutricional e para o café da manhã.

5. Oportunidades

Os Emirados Árabes Unidos não são apenas um mercado local de 10 milhões de habitantes. Sua posição como centro logístico e comercial do Golfo Pérsico — com zonas de livre comércio, além de um dos maiores aeroportos de carga do mundo — transforma qualquer contrato de distribuição firmado nos EAU em acesso potencial a todo o Conselho de Cooperação do Golfo (CCG). O mercado endereçável real, portanto, é consideravelmente maior do que o território emirático.

O PIB dos EAU deve crescer 5,5% em 2026, com a expansão liderada por setores não-petrolíferos, turismo e consumo privado — dinâmica que sustenta a demanda por produtos premium importados, incluindo superalimentos.

Ademais, o crescimento contínuo do consumo voltado para o bem-estar apresenta oportunidades significativas para investidores e empreendedores.

Os modelos potenciais de negócio incluem:

1.Exportação direta para distribuidores nos EAU - menor risco e menor investimento inicial;
2. Cafés especializados em açaí - focados em bowls e smoothies premium;
3.Parcerias com hotéis - fornecimento em hotéis e resorts de bem-estar;
4.Academias - integração em cafés e cardápios focados na recuperação;
5.Distribuição no varejo - importação e distribuição de polpa congelada, pós e produtos prontos para consumo em redes de supermercado;
6.Suplementos e nutrição esportiva - o pó liofilizado é o vetor mais estratégico para penetração em farmácias e lojas de suplementos, com logística simplificada e margens superiores.

As perspectivas para o mercado de açaí nos Emirados Árabes Unidos permanecem positivas. A expansão contínua da economia do bem-estar, a crescente demanda por alimentos funcionais, o aumento do turismo e a influência das mídias sociais devem impulsionar o crescimento a longo prazo.

As preferências dos consumidores estão se voltando para opções alimentares mais saudáveis e ricas em nutrientes, posicionando o açaí como um produto com forte potencial de crescimento nos setores de alimentação, varejo, hotelaria e fitness.

À medida que a conscientização sobre o produto aumenta em toda a região do Conselho de Cooperação do Golfo (CCG), os Emirados Árabes Unidos provavelmente continuarão sendo a principal porta de entrada para a distribuição e o desenvolvimento do açaí no Oriente Médio.

Cumpre destacar, ainda, que a Lei nº 15.330/2026, que reconhece o açaí como fruta nacional brasileira, é um instrumento de branding estratégico para o mercado emirático. Consumidores premium dos EAU valorizam autenticidade e rastreabilidade de origem - a narrativa do açaí como "fruta nacional da Amazônia brasileira", associada a comunidades ribeirinhas, sustentabilidade e biodiversidade, tem elevado potencial de diferenciação frente a produtos genéricos.

6. Conclusão

O açaí deixou de ser apenas uma especialidade brasileira de nicho e tornou-se um produto premium convencional na indústria de alimentos e bebidas dos Emirados Árabes Unidos. Impulsionado por consumidores preocupados com a saúde, um setor de hotelaria em expansão e uma infraestrutura de importação eficiente, o mercado oferece oportunidades para fornecedores, distribuidores, varejistas e operadores de serviços de alimentação. A crescente demanda garante que o açaí brasileiro continue a desempenhar um papel cada vez mais importante no mercado de alimentos funcionais e de bem-estar em constante evolução dos Emirados Árabes Unidos.

Ademais, à medida que a conscientização sobre o produto se expande para outros países do CCG, o exportador brasileiro que construir uma base sólida nos EAU terá vantagem competitiva para acessar mercados adjacentes. A combinação de crescimento econômico dos EAU, diversificação forçada pós-tarifas norte-americanas e avanços no acordo Mercosul-EAU cria uma janela de oportunidade concreta para os exportadores brasileiros.


MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA
E PECUÁRIA