

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

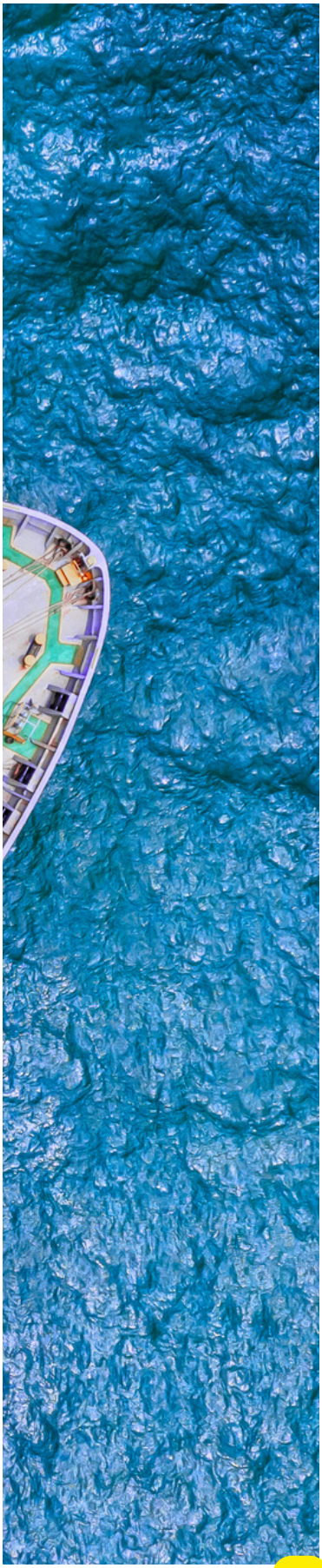
Resumo



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 EM FRANCA EXPANSÃO NA TURQUIA GERA NOVAS OPORTUNIDADES

Data: 01/07/2026
Posto: Ancara/Turquia
Palavras-chave: Turquia. Importação. Açaí.
Responsável: Diego Leonardo Rodrigues e Zeynep Bedir

SUMÁRIO:

O açaí, fruto amazônico tradicionalmente consumido no Brasil, tornou-se um produto global de alimentação saudável e chegou à Turquia em 2022, impulsionado pela série turca Yalı Çapkını. Desde então, o mercado cresceu rapidamente, com forte presença em redes sociais e plataformas de delivery. As exportações brasileiras começaram a ganhar relevância em 2024 e entre os desafios para o setor destacam-se a sazonalidade, a manutenção da cadeia de frio e as elevadas tarifas de importação.

INTRODUÇÃO

O açaí, fruto nativo da Amazônia brasileira, consolidou-se nas últimas duas décadas como um dos maiores fenômenos de exportação do setor de alimentos saudáveis no mundo. Inicialmente consumido de forma regional no norte do Brasil, o fruto ganhou visibilidade internacional a partir dos anos 2000, quando atletas e comunidades de surf na Califórnia e no Havaí adotaram o açaí bowl como alimento de recuperação energética.

A partir daí, sua expansão foi acelerada: o mercado norte-americano foi o primeiro a estruturar uma indústria em torno do produto, seguido pela Europa Ocidental — com destaque para Reino Unido, Alemanha e Países Baixos —, pelo Japão, Austrália e, mais recentemente, pelo Oriente Médio e Europa Oriental.

Na Turquia, o açaí desembarcou no final de 2022, impulsionado pela sua aparição em um famoso seriado turco da época. Antes disso, aparecia de forma muito nichada como um suplemento alimentar, na versão liofilizada. Abaixo, uma timeline do açaí e as franquias que já chegaram por aqui.

Breve história do açaí na Turquia

2010–2018
Primeiros registros — suplementos e pó
O açaí chega à Turquia via lojas de suplementos e e-commerce em formato de pó liofilizado e cápsulas. Consumo restrito a academias e nichos de saúde. Considerado um produto exótico.

2018–2021
Crescimento do interesse em superfoods
Boom global de superalimentos impulsiona buscas por açaí. Polpa congelada importada começa a aparecer em mercados especializados de Istambul. Primeiros conteúdos de açaí bowl no Instagram turco.

2022
Yalı Çapkını
A série turca "Yalı Çapkını" populariza o açaí bowl na TV turca. Uma cena que rendeu mais de 2,5 milhões de visualizações só no YouTube introduziu de forma genial o açaí ao público em geral (Fig. 01).

2022–2023 (início)
Casaçai — fundação da primeira marca turca nativa
Empreendedores turcos fundam a Casaçai em Arnavutköy, Beşiktaş (Istambul), com foco em polpa genuína importada do Brasil. O slogan "Not From Powder, From Amazon!" posiciona a marca em oposição direta aos produtos em pó então dominantes no mercado. Primeira loja própria abre em Istambul.

2023

Acai Vibes inaugura — chegada de franquia internacional

Marca fundada no Qatar por brasileiros abre sua primeira loja no Hilltown AVM. Mercado começa a ter concorrência entre marca turca (Casaçai) e franquia internacional (Acai Vibes).

2024

Casaçai expande para múltiplas cidades

A marca turca acelera expansão: novas lojas em Göktürk, Bağdat Caddesi e Bahçeşehir (IST), Bodrum (Bitez) e Ankara (Çankaya). Passa a integrar Yemeksepeti, Getir, Trendyol Yemek e Fuudy. Açaí Concept formaliza operação na Turquia. Mercado se consolida com 3 atores ativos.

Julho 2025

Oakberry chega ao mercado.

Com 800+ lojas em 48 países, a Oakberry abre em Bebek e Çeşme via Oak Gıda (master franchise). Esgota 6 meses de estoque em 1 mês. A franquia tem uma meta de 50 lojas em 5 anos. Mercado passa a ter concorrência direta entre marca turca nativa (Casaçai) e marca global (Oakberry). Açaí

2026

Mercado amadurece em 4 províncias

Istanbul, Ankara, Bodrum, Adana, Izmir e Antalya contam com lojas dedicadas ao açaí. Yemeksepeti, Getir e Trendyol consolidam o delivery de açaí. O produto começa a ser mais conhecido no contexto urbano turco, orientados para saúde, mas com ticket médio alto.

Fig. 01 – Cena de Yalı Çapkını populariza o açaí na Turquia



Fonte: YouTube, 2022.

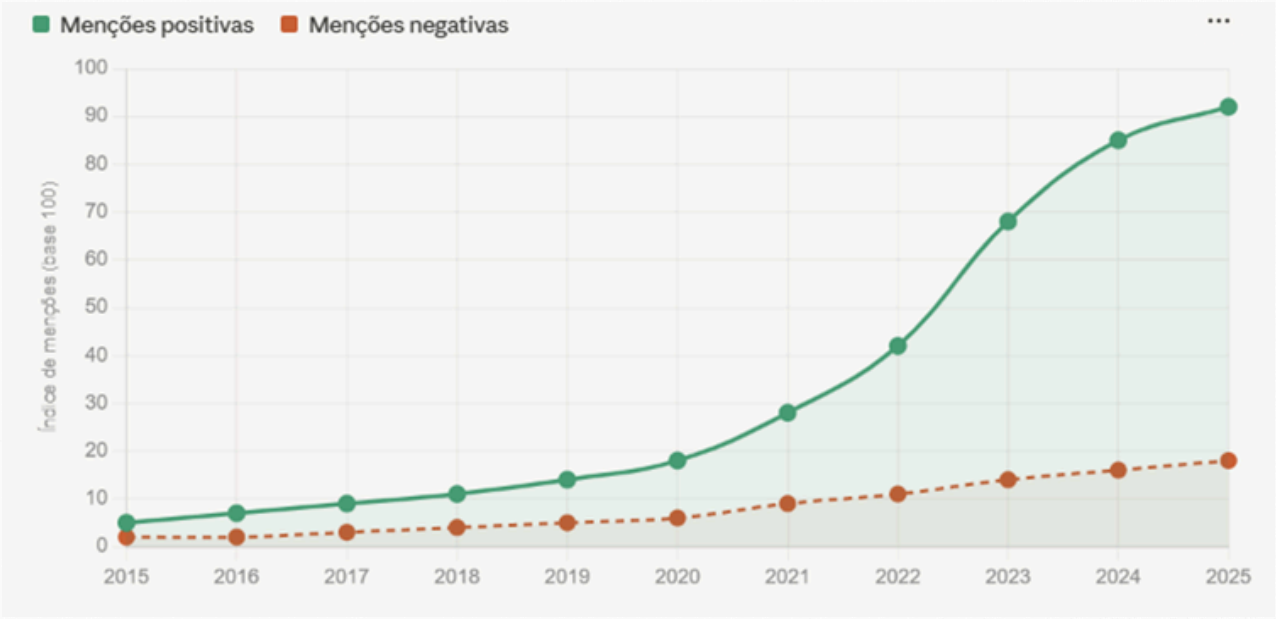
O Ministério da Agricultura e Florestas da Turquia exige certificado de livre venda e origem do sorbet de açaí, normalmente produzidos pela Anvisa e Federações de Comércio e Indústria. A polpa pura, sem adições, pode ser certificada pelo MAPA. Ademais, é comum que o produto seja amostrado durante o desembaraço aduaneiro na Turquia, para análises laboratorial, especialmente microbiológica.

Perspectivas e oportunidade

O açaí encontrou na Turquia um mercado ávido por produtos com apelo à vida saudável. Para a população jovem, a conexão promovida pelas franquias de açaí dos valores nutricionais com o esporte e bem-estar foi bem aceita.

Em parte, estes novos consumidores são os responsáveis pela divulgação positiva do produto (buzz marketing). Veja na Fig. 02 como as menções positivas cresceram mais intensamente do que as negativas nas redes sociais e mídia.

Fig. 02 – Percepções negativas e positivas em relação ao açaí na Turquia com base em manifestações de mídias e redes sociais



Fonte: Busca ampla de recorrências na internet, modelagem Claude.ai, 2026

Ademais, o produto se aproxima do ideal turco de consumo de produtos saudáveis, halal, vegano e orgânico, abrindo espaço para, no futuro, avançar para outras faixas etárias no país.

Com base nas evidências até aqui produzidas, o mercado deve continuar a se desenvolver nos próximos anos, com popularização crescente e entrada de novos concorrentes.

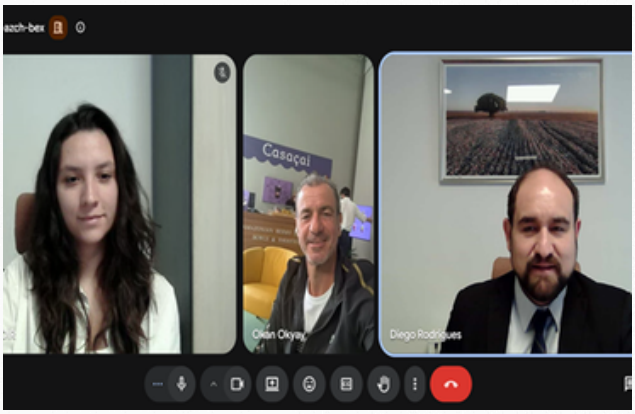
Os dados de comércio não permitem o detalhamento necessário para descrever os volumes exatos de açaí distribuídos na Turquia. Os NCMs 2008.99 e 0811.90 demonstram, indiretamente, o aumento recente da importação de açaí pela Turquia.

Em 2024, os sistemas de comércio indicam, ainda que com baixa resolução de especificidade de produto, que as exportações diretas de açaí do Brasil para a Turquia começaram em 2024, com grande intensificação em 2025. De toda forma, a rota indireta, via Emirados Árabes Unidos e Holanda ainda parecem ser relevantes.

As lojas digitais de entrega como Yemeksepeti , Getir, Trendyol, Yemek e Fuudy são boas fontes para entender os preços no varejo e apresentações dos produtos.
Para formas liofilizada, dentre outras, empresas como Naturiga , Safnutrition e Wefood podem ser consultadas.

Fig. 03 – Reunião e visitas adidância agrícola do Brasil a empresários do setor do açaí na Turquia.





Fonte: Arquivo pessoal, 2026

Alguns pontos de atenção são a sazonalidade do produto, considerando o inverno rigoroso; a cadeia de frio; e altas tarifas e impostos relacionados à importação do produto.


MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA
E PECUÁRIA