

AGROINSIGHT

Informações de mercado no agro global

Ministério da Agricultura e Pecuária
Secretaria de Comércio e Relações Internacionais

1



AGRO INSIGHT

UM MUNDO DE OPORTUNIDADES
VOLUME 3

ORIGEM: VEGETAL

2025



MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA
E PECUÁRIA

GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO

CHILE

AMAZÔNIA NO MERCADO CHILENO: EXPLORANDO NOVOS HORIZONTES COMERCIAIS



41

Número: SANTI-06-2025

Data: 15/03/2025

Posto: Santiago/República do Chile

Palavras-chave: açaí; produtos amazônicos; Espacio Food & Service 2025

Responsável: Rodrigo do Espírito Santo Padovani

SUMÁRIO: O comércio de açaí do Brasil para o Chile tem apresentado um crescimento expressivo nos últimos anos. Empresas brasileiras, pioneiras nesse mercado, têm introduzido produtos à base de açaí, como batidas, bowls e sorvetes. O crescente interesse dos consumidores chilenos pelo açaí pode abrir espaço para a introdução de outros produtos amazônicos e brasileiros, que complementem ou tenham sinergia com o açaí, como cupuaçu, castanha-do-Pará, guaraná, farinha de mandioca e polpas de frutas tropicais. Para consolidar a presença desses produtos no Chile, são necessárias ações estratégicas: estudos de mercado, parcerias locais, campanhas de marketing que promovam sustentabilidade, adequação regulatória, presença em feiras comerciais, e educação do consumidor. A feira "Espacio Food & Service 2025" surge como uma excelente plataforma para empresas brasileiras apresentarem sua biodiversidade ao mercado latino-americano, reforçando o apelo cultural e nutricional dos produtos amazônicos e contribuindo para sua visibilidade internacional.

ESTE DOCUMENTO CONTÉM INFORMAÇÕES E ANÁLISES PRODUZIDAS POR SERVIDOR(A) DO MAPA QUE NÃO NECESSARIAMENTE REPRESENTAM AS POSIÇÕES OFICIAIS DO GOVERNO DO BRASILEIRO



a) Oportunidades para o comércio de outros Produtos Vegetais Amazônicos para o Chile: Um desafio a ser explorado.

O comércio de açaí do Brasil para o Chile tem apresentado um crescimento expressivo nos últimos anos. Empresas brasileiras, pioneiras nesse mercado, têm introduzido produtos à base de açaí, como batidas, bowls e sorvetes. Esses produtos utilizam matéria-prima proveniente de estados amazônicos brasileiros, obtida por meio de práticas sustentáveis que respeitam a floresta nativa e promovem o desenvolvimento socioeconômico da região.

A expansão dessas empresas, enquadradas no segmento de "fast food saudável", baseia-se em estratégias ambiciosas de negócios, incluindo a abertura de lojas em shoppings e centros comerciais movimentados, com preços acessíveis. Essa abordagem tem desempenhado um papel fundamental na popularização do consumo de açaí no mercado chileno.

O crescente interesse dos consumidores chilenos pelo açaí pode abrir espaço para a introdução de outros produtos amazônicos e brasileiros, que complementem ou tenham sinergia com o açaí. Entre esses produtos, destacam-se:

- **Cupuaçu:** Fruto amazônico utilizado em sobremesas e bebidas, atraente para consumidores interessados em sabores exóticos.
- **Castanha-do-Pará e derivados:** Rica em nutrientes, é um complemento ideal para tigelas de açaí e outros produtos saudáveis.
- **Guaraná:** Popular em bebidas energéticas e como adoçante natural, apresenta potencial no mercado chileno.
- **Farinha de mandioca:** Tradicional acompanhante do açaí, pode ser introduzida como um produto cultural e versátil.
- **Derivados de frutas tropicais:** Polpas de manga, maracujá e acerola, com alta demanda em mercados de alimentos saudáveis.

b) Estratégias para Expansão

A consolidação desses produtos no mercado chileno requer ações estratégicas, como:

1. **Estudo de Mercado:** Análise detalhada das preferências dos consumidores e identificação de nichos como alimentos saudáveis, orgânicos ou exóticos.
2. **Parcerias Locais:** Colaborações com distribuidores, supermercados, lojas de produtos naturais e plataformas de e-commerce para ampliar o acesso ao público-alvo.
3. **Campanhas de Marketing:** Divulgação dos produtos ressaltando seus benefícios nutricionais, origem sustentável e ligação cultural com a Amazônia, utilizando mídias sociais, influenciadores e eventos.
4. **Certificações e Qualidade:** Adequação às exigências regulatórias chilenas, com certificações internacionais, como orgânico e comércio justo.



5. **Feiras e Eventos:** Participação em feiras comerciais no Chile, para apresentar os produtos e estabelecer contatos com potenciais compradores.
6. **Educação do Consumidor:** Investimento em materiais informativos, degustações e workshops para promover os produtos e educar o público.
7. **Valorização da Sustentabilidade:** Destacar a história e a origem amazônica dos produtos, enfatizando o apoio às comunidades locais e às práticas sustentáveis.



c) Espacio Food & Service 2025

Nesse contexto, destaca-se a realização da feira "Espacio Food & Service 2025", de 30 de setembro a 2 de outubro, em Santiago, Chile. Desde 2021, o evento tem sido um espaço estratégico para encontro e negócios, reunindo empresas, fornecedores, entidades públicas e profissionais da indústria alimentar. Considerado o principal evento do setor no Chile e uma referência na América Latina, atraiu, em sua última edição, mais de 25 mil visitantes. As empresas brasileiras que participaram da edição anterior relataram um volume estimado de US\$ 40 milhões em negócios gerados.

A ApexBrasil organizará a participação brasileira na feira "Espacio Food & Service 2025". Serão disponibilizadas 25 vagas para empresas interessadas em expor seus produtos, com cinco categorias de preços, de acordo com a estrutura do estande selecionado. Conforme critérios de seleção divulgados pela Agência, três dessas vagas serão destinadas a cooperativas ou empreendimentos da agricultura familiar. Mais informações podem ser acessadas no site oficial: [ApexBrasil - Espacio Food & Service 2025](#). As inscrições estarão abertas até o dia 31 de março de 2025.

Essa iniciativa representa uma excelente oportunidade para empresas brasileiras do ramo alimentício se inserirem no mercado chileno, que tem demonstrado crescente interesse por produtos saudáveis e sustentáveis. Pequenas empresas, em especial aquelas que comercializam Produtos Vegetais Amazônicos, podem se destacar ao oferecer itens de alta qualidade, com apelo nutricional e cultural, contribuindo para ampliar a visibilidade internacional da biodiversidade brasileira.

