

Um
mundo de
oportunidades

Volume 11
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

MARCELO NARVAES FIADEIRO

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

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:

Luís Rua

Marcel Moreira

Carolina Eufemia Aquino de Sá

Ângela Pimenta Peres

Jennifer Santos Costa

Jennya Silva Brito

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

Virgínia 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

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

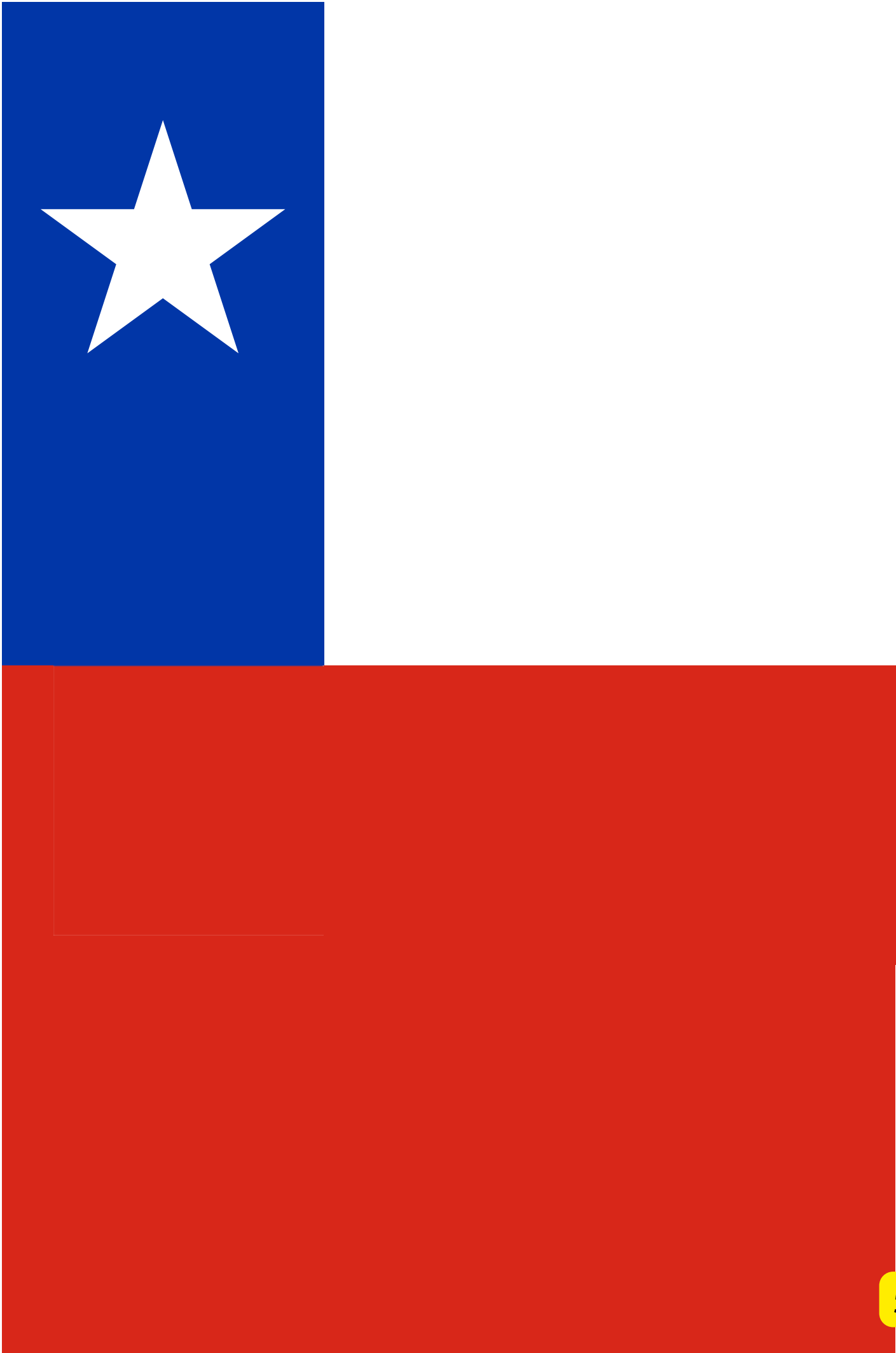
Resumo

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.



CHILE MAIS VERDE: CRESCE A POPULAÇÃO VEGANA, VEGETARIANA E FLEXITARIANA — E O AGRO BRASILEIRO PODE LUCRAR COM ISSO

Data: 13/10/2025

Posto: Santiago/República do Chile

Palavras-chave: plant-based, flexitarianismo, inovação alimentar, ingredientes vegetais, alimentos processados, mercado chileno

Responsável: Rodrigo Padovani

SUMÁRIO:

O Chile vive uma transformação alimentar marcada pelo crescimento de consumidores veganos, vegetarianos e flexitarianos, o que tem impulsionado fortemente o mercado de produtos plant-based. Essa tendência tem gerado inovações na indústria alimentícia e ampliado a oferta de alimentos vegetais em supermercados, restaurantes e plataformas de delivery.

Esse cenário representa uma oportunidade estratégica para o agronegócio brasileiro, que pode exportar ingredientes vegetais como soja, ervilha, lentilha e castanhas, além de alimentos processados com alto valor agregado, como hambúrgueres vegetais, queijos e refeições prontas. Para aproveitar esse nicho em expansão, é essencial investir em certificações internacionais, adaptar embalagens ao mercado chileno, estabelecer parcerias locais e participar de eventos do setor, com apoio institucional da Adidância Agrícola do Brasil no Chile.

a) Expansão do mercado plant-based no Chile

O Chile vive uma transformação nos hábitos alimentares, com o crescimento acelerado da preferência por dietas à base de vegetais.

De acordo com uma pesquisa realizada pela empresa Critería, a pedido da ONG Animal Libre, 18% dos chilenos se identificam como veganos, vegetarianos ou flexitarianos — grupo que adota uma alimentação majoritariamente vegetal, mas consome carne ou peixe ocasionalmente. Essa mudança reflete que parte da população do país acredita que a dieta baseada em vegetais promove menor impacto no meio ambiente e nos animais, além de gerar mais benefícios para a saúde ^(1; 2).

Esse novo perfil de consumo tem provocado mudanças significativas no mercado chileno, ampliando a demanda por produtos plant-based. Por sua vez, essa tendência também tem impulsionado inovações na indústria alimentícia e ampliado a oferta em supermercados, restaurantes e plataformas de delivery, tornando esse estilo alimentar cada vez mais acessível e popular para atender a esse nicho em expansão.

Observa-se que um produto plant-based é desenvolvido com ingredientes de origem vegetal como base principal, excluindo ou reduzindo ao mínimo o uso de componentes de origem animal. Essa categoria inclui alimentos feitos a partir de legumes, frutas, grãos, sementes, oleaginosas e leguminosas. Diferentemente do veganismo estrito, o conceito plant-based não exige a exclusão total de produtos animais, mas prioriza o consumo de alimentos naturais e vegetais.

Entre os exemplos mais comuns estão hambúrgueres vegetais, leites de amêndoas ou aveia, queijos e iogurtes feitos com castanhas, além de refeições prontas sem carne, ovos ou laticínios. Esses produtos são formulados para oferecer sabor, textura e valor nutricional semelhantes aos seus equivalentes tradicionais.

Uma consequência do dinamismo do setor no Chile e da alta demanda por produtos plant-based é a recente criação, em 2024, da “Associação Chile en Base a Plantas”, a primeira entidade gremial do país dedicada exclusivamente a representar empresas desse segmento. Segundo a associação, mais de 200 produtos já integram o portfólio de marcas e companhias que atuam no mercado de alimentos de origem vegetal no país ⁽³⁾.

b) Oportunidades para o Agro Brasileiro no Mercado Plant-Based Chileno

A transformação alimentar em curso no Chile, marcada pelo crescimento acelerado da população vegana, vegetariana e flexitariana, representa uma oportunidade estratégica para o agronegócio brasileiro. Com uma demanda crescente por ingredientes e produtos de origem vegetal, o Brasil — reconhecido por sua diversidade agrícola, escala produtiva e capacidade de inovação — está bem-posicionado para atender às necessidades do mercado chileno, que busca cada vez mais alimentos saudáveis, sustentáveis e éticos.

b.1) Exportação de ingredientes vegetais para a indústria plant-based do Chile

O Brasil é um dos maiores produtores mundiais de soja, ervilha, lentilha, grão-de-bico, castanha-de-caju e amêndoas, todos amplamente utilizados na formulação de alimentos plant-based. Esses ingredientes são essenciais para a produção de:

- Proteínas vegetais texturizadas, como carne de soja e ervilha, utilizadas em hambúrgueres, nuggets e embutidos vegetais.
- Leites vegetais, como os de amêndoas, aveia, arroz e coco, cada vez mais populares entre consumidores flexitarianos.
- Snacks saudáveis e barras proteicas, voltados ao público jovem e urbano que busca praticidade sem renunciar à nutrição.
- Substitutos de laticínios e embutidos vegetais, como queijos, iogurtes e salsichas à base de leguminosas e oleaginosas

Esses ingredientes podem ser exportados in natura ou em formatos semiprocessados, como farinhas, concentrados e extratos, agregando valor à cadeia produtiva brasileira e tendo menor exigências quanto à certificação fitossanitária.

b.2) Exportação de alimentos processados plant-based

Além da matéria-prima, há um mercado promissor para produtos processados com alto valor agregado, especialmente aqueles que já atendem às exigências de rotulagem, certificação e apelo sensorial. Entre os principais produtos com potencial de exportação estão:

- Hambúrgueres vegetais congelados, com sabor e textura semelhantes aos de carne, prontos para preparo rápido.
- Refeições prontas veganas, como estrogonofes, massas e pratos típicos adaptados à base de vegetais.
- Queijos e iogurtes à base de castanhas, com formulações livres de lactose e alto teor nutricional.
- Farinhas funcionais e misturas para preparo rápido, como panquecas, bolos e pães veganos.

Esses produtos atendem à crescente demanda chilena por conveniência, saudabilidade e inovação, especialmente entre consumidores das classes médias urbanas.

c) Estratégias para aproveitar a oportunidade

Para que os exportadores brasileiros aproveitem esse cenário favorável, é essencial:

- Investir em certificações internacionais (como vegano, orgânico, livre de glúten) que aumentem a confiança do consumidor chileno.
- Adaptar embalagens e rotulagem ao idioma e às exigências regulatórias locais.
- Estabelecer parcerias com distribuidores e redes varejistas chilenas, facilitando a entrada e a visibilidade dos produtos.
- Participar de feiras e eventos do setor plant-based, como a Expo Chile Plant-Based, para promover networking e posicionamento de marca.

Além disso, os exportadores brasileiros interessados em explorar o mercado chileno de alimentos plant-based podem contar com o apoio da Adidância Agrícola do Brasil no Chile, vinculada à Embaixada em Santiago. A adidância oferece suporte na identificação de oportunidades comerciais, potenciais parceiros locais e informações regulatórias relevantes. Para contato, o e-mail institucional é: adido.santiago@agro.gov.br.

Com planejamento estratégico e foco em inovação, o Brasil tende a se consolidar como um dos principais fornecedores da nova alimentação chilena — conectada com os valores desse perfil de consumidor.