

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

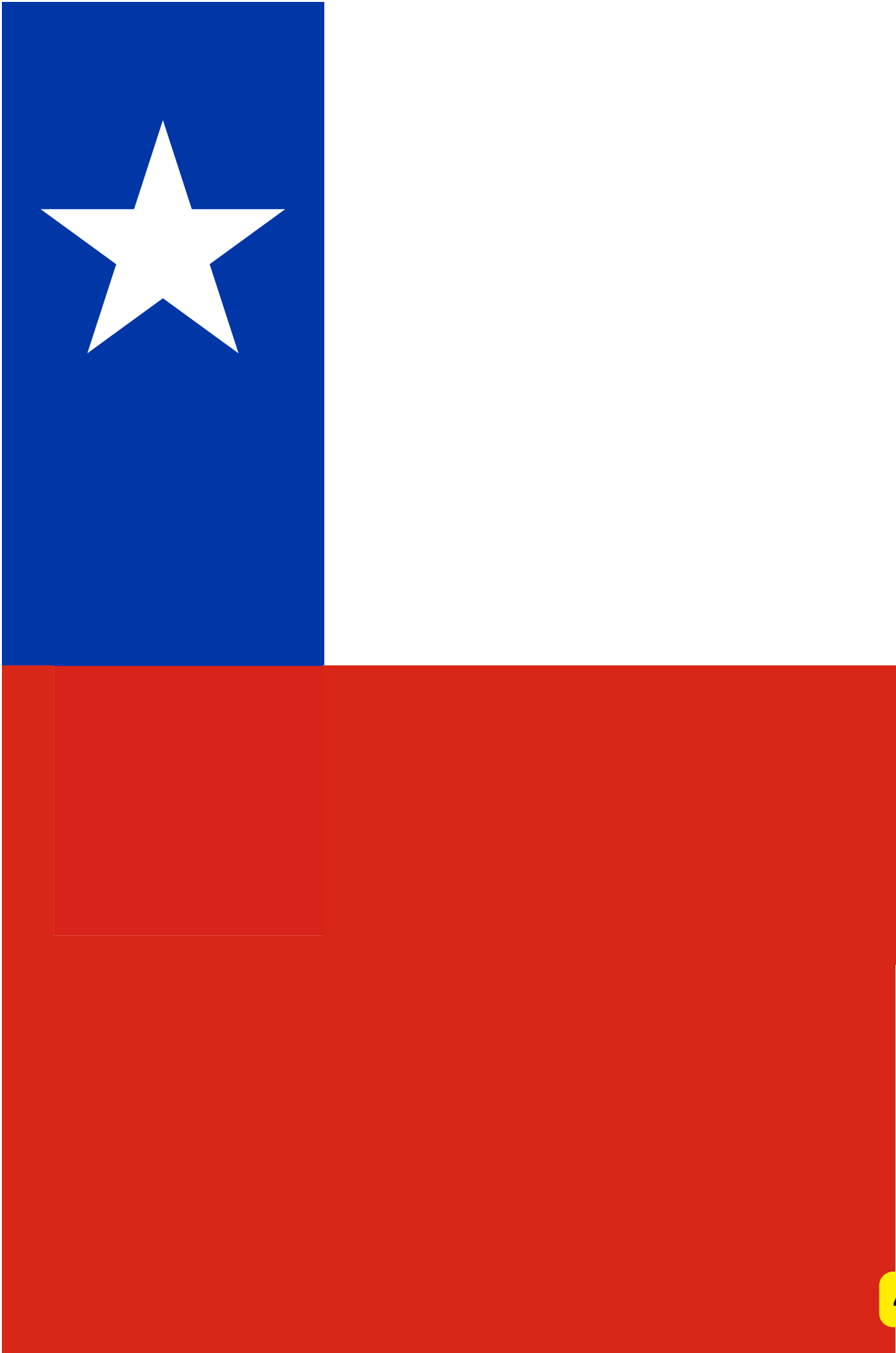


O AgrolInsight nasce do compromisso do Ministério da Agricultura e Pecuária com o fortalecimento da presença do agronegócio brasileiro no mercado internacional.

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.



EXPANSÃO DA CERVEJA ARTESANAL BRASILEIRA NO CHILE: UM BRINDE À QUALIDADE E IDENTIDADE REGIONAL

Data: 12/06/2025

Posto: Santiago/República do Chile

Palavras-chave: cerveja artesanal, exportação, Brasil, microcervejarias, identidade regional, bebidas premium, gastronomia, turismo, marketing, sustentabilidade.

Responsável: Rodrigo Padovani

SUMÁRIO:

A cerveja artesanal brasileira, marcada por sua diversidade de estilos e forte vínculo com territórios de origem, ainda é pouco conhecida no mercado chileno. No entanto, o crescente interesse por produtos premium e diferenciados, aliado ao fortalecimento do turismo enogastronômico, abre caminho para que microcervejarias brasileiras explorem esse nicho em expansão. Apostar em parcerias com estabelecimentos gastronômicos, marketing digital e a valorização de atributos como origem e sustentabilidade pode posicionar a cerveja artesanal do Brasil como uma alternativa sofisticada e autêntica diante da concorrência internacional.

INTRODUÇÃO

Contextualização da produção de cerveja artesanal no Brasil

O Brasil é hoje o terceiro maior produtor de cerveja do mundo, com uma cena artesanal vibrante. Segundo o Ministério da Agricultura e Pecuária (MAPA), havia em 2024 mais de 1.700 cervejarias registradas no Brasil, sendo a maioria de pequeno porte, com foco em produção de qualidade e inovação. A variedade vai de IPAs tropicais e stouts com adição de ingredientes amazônicos, a receitas inspiradas por terroirs locais e fermentações espontâneas.

A produção está distribuída em todos os estados brasileiros, refletindo características regionais e práticas sustentáveis. A crescente adoção de insumos nacionais — como frutas, especiarias e mesmo madeiras brasileiras para maturação — contribui para uma identidade própria.

Exportações atuais e espaço para crescer

Os principais parceiros econômicos na compra de cerveja brasileira são os países de nosso continente, sendo a América do Sul o destino de 97,8% da exportação do produto pelo Brasil. Neste contexto, o Chile representa uma oportunidade promissora, por já possuir uma cultura cervejeira consolidada e consumidores ávidos por novos sabores e experiências.

Oportunidades de inserção no mercado chileno

Cultura cervejeira e consumo no Chile

Chile é, per capita, um dos maiores consumidores de cerveja da América Latina, com predileção por produtos premium e importados. A valorização de rótulos diferenciados, de origem controlada ou produção sustentável, favorece as artesanais brasileiras.

Turismo e vínculos culturais

Cresce o número de chilenos que visitam destinos cervejeiros brasileiros, como Blumenau, Curitiba ou São Paulo, gerando familiaridade com as marcas. O turismo pode ser um vetor para expandir o conhecimento e a demanda por essas bebidas no Chile.

Interesse por autenticidade e sabores únicos

O consumidor chileno busca produtos com histórias, autenticidade e apelo sensorial. Cervejas com insumos nativos (como cupuaçu, caju, castanha-do-pará) e narrativas territoriais (serra da Mantiqueira, Amazônia, Cerrado) têm potencial de diferenciação.

Estratégias para ampliação das exportações

1. Criação de identidade para a cerveja artesanal brasileira: Campanhas que reforcem seu caráter inovador, regional e sustentável.
2. Parcerias gastronômicas: Participação em feiras, harmonizações com pratos brasileiros e menus degustação em restaurantes chilenos.
3. Presença digital e storytelling: Conteúdos nas redes sociais sobre os bastidores da produção, perfis dos mestres cervejeiros e processos artesanais.
4. Distribuição estratégica: Acordos com importadores e pontos de venda especializados em Santiago e outras grandes cidades.
5. Certificação e selos de qualidade: O desenvolvimento de um selo de origem ou qualidade para cervejas artesanais brasileiras pode agregar valor e facilitar o acesso a mercados regulados.