



2021 ESTUDIO SECTORIAL **BRASIL** VEGETALES EN CONSERVA





TENDENCIAS GENERALES DEL MERCADO Y CONSUMIDOR BRASILEÑO

El mercado de alimentos procesados está en crecimiento en Brasil. Los consumidores buscan, cada vez más, productos listos para comer dado lo práctico y conveniente de alternativas como los alimentos en conserva.

En Brasil, la venta de vegetales procesados ha ido aumentando debido a varios factores, principalmente, por la mejora en la calidad de los productos ofrecidos, el mayor número de mujeres que trabajan fuera del hogar, la mayor cantidad de personas que viven solas y la creciente facilidad para adquirir productos listos para consumir.

Lo práctico y ágil sin exponer la salud, es un rasgo llamativo que está presente en la elección de las mayores tendencias del mercado alimentario. Además, existen oportunidades para segmentos de mercado para consumidores con restricciones alimentarias y veganos. En el caso de las conservas de vegetales, se presta atención a ofrecer productos con contenido reducido en sodio. En los últimos siete años, la población vegetariana se ha duplicado, alcanzando la marca de 29 millones de brasileños, según una encuesta realizada por IBOPE¹.

La producción a escala industrial garantiza el acceso de la población urbana a alimentos básicos a menor costo, más seguros, con mayor control de calidad, de conveniencia para las poblaciones urbanas, reducción de pérdidas y desperdicios, uso eficiente del agua, energía y otros insumos.

En los primeros cinco meses de 2021, la industria alimentaria mantuvo la trayectoria de una reanudación paulatina de la actividad, que se inició en el segundo semestre del año anterior. Para los próximos meses, la perspectiva con relación a las ventas dirigidas al mercado interno es de una mejora en el

desempeño impulsada, principalmente, por la generación de empleos e ingresos dada la reactivación del sector servicios, fuertemente afectado por la pandemia del COVID-19.

TENDENCIAS DE CONSUMO DE VEGETALES EN CONSERVA

Consumo de alimentos en conserva:

Los alimentos en conserva están ganando cada vez más espacio entre los consumidores brasileños, que, potencialmente, están incrementando sus actividades diarias. En el día a día, los alimentos en conserva aparecen como una buena opción para quienes quieren incluir más vegetales en su dieta y que tienen poco tiempo para invertir en la preparación de alimentos frescos. Además, poseen una duración más extendida. Esta tendencia ha favorecido el crecimiento de las ventas de conservas. En realidad, es un redescubrimiento, ya que su popularidad data de mediados del siglo pasado.

Dieta saludable:

En el año en el que más hablamos de salud, es natural que esta misma preocupación se refleje en nuestras elecciones alimentarias. Las demandas y requisitos alimentarios de los consumidores están cambiando rápidamente. Es posible identificar una tendencia hacia una alimentación más saludable. Los vegetales en conserva encajan bien en este escenario ya que mantiene la fibra y los minerales en los alimentos mucho más tiempo de lo habitual.

Confianza y transparencia:

Esta es una tendencia que se ha ido fortaleciendo en los últimos años y promete ser aún más fuerte en los próximos tiempos. Con la pandemia, comenzamos a prestar más atención a aspectos relacionados con el proceso de producción, como la manipulación, higiene y condiciones de almacenamiento. Los

¹ Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística



consumidores quieren conocer el origen de los alimentos que adquieren. Los clientes ahora esperan que las etiquetas de los alimentos proporcionen una mayor transparencia a lo largo del ciclo de vida del producto.

Consumidor sustentable:

La reducción del impacto ambiental se ha convertido en un factor importante al momento de la compra. Este creciente interés es otro factor que está llevando a la población brasileña a cambiar sus hábitos alimenticios y buscar envases sostenibles, sellos de reciclaje y alimentos orgánicos, estos últimos con amplio desarrollo en Brasil. Existe un incremento significativo de consumidores que quieren que sus acciones tengan un impacto positivo en el medio ambiente, lo que lleva al consumo de artículos elaborados con prácticas sostenibles.

Certificación orgánica:

El consumo de productos orgánicos está aumentando cada vez más en todo Brasil, una tendencia que creció aún más durante este período de pandemia Covid-19. Según una encuesta de la Asociación para la Promoción de Alimentos Orgánicos (Organis), entre marzo y octubre de 2020 el consumo de alimentos orgánicos aumentó un 44,5% en el país. Cabe señalar que en septiembre de 2018 se oficializó el **“Acuerdo de Equivalencia de Productos Orgánicos entre Chile y Brasil”**. Este acuerdo es el primero en el mundo que establece que ambos países aceptarán las certificaciones emitidas en el país de origen del producto, lo que disminuye la burocracia, e incluso los costos, para la exportación de estos productos. Lo anterior puede ser una oportunidad para los productores chilenos con respecto a la competencia.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

La venta de vegetales en conserva forma parte de un proceso relacionado con la satisfacción de una demanda creciente, donde la expansión y aparición de nuevos canales de comercialización puede impulsar las ventas, por ejemplo, a través del *e-commerce*. Brasil experimentó un notable crecimiento de casi 74% en las ventas a través del canal *e-commerce*, impulsado por las restricciones de la pandemia del COVID-19. Pero este cambio en el comportamiento en la manera de consumir seguirá fuerte hasta cuando termine el brote de COVID-19.

Un obstáculo para la entrada de exportadores internacionales es que aún no es posible realizar ventas directamente desde Chile: se requiere tener el producto ya nacionalizado en Brasil. Cabe señalar que el idioma en Brasil es el portugués, un importante desafío para aquellos que deseen ingresar, requiriendo inversión en los principales *marketplaces* en portugués. Una alternativa a considerar es contar con la colaboración de un socio local.

Entre los canales más tradicionales, los supermercados son el primer lugar de compra de conservas, seguido por los mercados populares y tiendas especiales. Los mayoristas distribuyen a restaurantes, hoteles y a algunos mercados populares.

La pandemia del COVID-19 ha impactado positivamente en las ventas de los supermercados. Según el Índice Nacional de Ventas de la Asociación Brasileña de Supermercados (Abbras) éstas acumularon un alza de un 9,36% en 2020, respecto al mismo periodo del año anterior. El año 2020 se convirtió en un gran desafío para el sector supermercados, que vio aumentar sus costos operativos debido al alza del dólar y la inflación, y por la reestructuración de las tiendas para garantizar protocolos de seguridad para empleados y clientes.



Las principales regiones donde están ubicados la mayoría de los importadores son la sureste y sur, siendo además las regiones con la mayor concentración poblacional.



Figura 1 – PIB en BRL y participación en % 2018 @brazilinmaps

ACCESO AL MERCADO

Normativas de Importación:

Al exportar vegetales en conserva a Brasil, se deben cumplir con los requisitos establecidos por legislación específica. La norma oficial de clasificación vegetal de alimentos y productos de origen vegetal, determinada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Abastecimiento (MAPA), es coordinada y supervisada por el Departamento de Inspección de Origen Vegetal (DIPOV), que clasifica y certifica los productos importados.

<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/importacao#section-0>

https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/normativos-cgqv/importacao/IN_49_2019Classificaodeprodutoimportado.pdf

Normas para el control higiénico y sanitario de productos vegetales importados:

El control higiénico-sanitario de los productos estandarizados, en general ocurre de manera aleatoria de acuerdo con la [Instrucción Normativa No. 31](#), del 15 de agosto de 2013. Esta norma establece los procedimientos a ser adoptados dentro del alcance del MAPA, en la verificación de residuos de plaguicidas y químicos, contaminantes físicos y biológicos, según lo establecido en legislación específica por [ANVISA](#), en productos vegetales estandarizados, sus subproductos y residuos de valor económico.



Las empresas importadoras de alimentos deben prestar atención a la obligación o exención del registro obligatorio definido en el RDC n. 27/2010 y los procedimientos básicos para la importación, según lo determinado por RDC n. 22/2000.

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/setorregulado/regularizacao/alimentos/dispensa-de-registro>

Etiquetado del producto importado:

Los productos, al ser expuestos o entregados para consumo, deberán estar etiquetados, sellados o bajo precinto de seguridad, cuando así lo requiera la legislación sanitaria pertinente y con la información aprobada por la autoridad sanitaria competente, previa regularización con Anvisa.

<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/paf/importacao/importacao-de-produtos/rotulagem-do-produto-importado>

El importador debe presentar en la etiqueta, en idioma extranjero de su empaque, primario y / o secundario, la siguiente información al ingresar al territorio nacional:

- 1) Nombre comercial en uso en el extranjero;
- 2) Nombre del fabricante y ubicación de la fabricación;
- 3) Lote o número o código de lote;
- 4) Fecha de fabricación, cuando así lo requiera la legislación sanitaria pertinente;
- 5) Fecha de vencimiento cuando corresponda.

EXHIBICIÓN DEL PRODUCTO



[REMOLACHA EN CONSERVA 400G HEMMER](#) – BRL 18,36



[Cebollas Oderich En Escabeche Pequeñas Con Peso Bruto 300g](#) – BRL 15,90



[Ajo en conserva](#) – BRL 29,00



[Calabacín a la parrilla](#) – BRL 30,24



[Maíz en conserva](#) – BRL 3,29



RECOMENDACIONES GENERALES DE LA OFICINA COMERCIAL DE PROCHILE EN BRASIL

Los vegetales en conserva juegan un papel importante en el mercado mundial de alimentos. Los alimentos envasados se pueden conservar durante meses en un estado muy similar a su forma original. Es una oferta atractiva ya que se trata de un producto disponible 365 días al año.

La comercialización de alimentos en conserva es parte de un proceso relacionado con la satisfacción de una demanda creciente, donde la expansión y aparición de nuevos canales de comercialización puede definir el futuro de los sistemas de producción. Las ventas a través del *e-commerce* se presentan como una forma más reciente de comercialización.

Actualmente existe una demanda de vegetales procesados, especialmente, por el incremento en la calidad de los productos ofrecidos, ejemplo de ello son los productos con contenido reducido en sodio y el creciente número de personas que buscan mayor facilidad para adquirir productos listos para consumir y mantener una dieta saludable. Esta demanda seguirá con posibilidad de crecimiento en el futuro.

Para lograr mejores resultados con los contactos en el mercado brasileño se recomienda establecer una confianza interpersonal. Los brasileños, antes de hacer negocios, buscan crear lazos de camaradería con sus contrapartes. La toma de decisiones de compra no suele ser demasiado rápida: normalmente, se cita a varias reuniones. El brasileño posee una fuerte cultura negociadora, es muy probable que los precios propuestos, en primera instancia, sean negociados. Se presentan diversas propuestas que se van ajustando en el transcurso de la negociación. Realizan comparación de precios y buscan negociar descuentos.

Conocer estas diferencias culturales son de suma importancia para desarrollar y perfeccionar el discurso comercial. Además, para apoyar su discurso es importante contar con una presentación que contenga información breve y precisa, videos o imágenes relativos a los productos que comercializa su empresa y es importante tener preparada una propuesta de precios en dólares (USD). Agregue valor a su discurso, trabaje en información que puedan agregar valor a su cliente y creará una ventaja sobre otros proveedores, sumar temas relevantes: certificaciones, requisitos de seguridad alimentaria, estándares de calidad y sostenibilidad en su producción.

Se considerará una muy buena actitud tener disponible una presentación en portugués, ya que Brasil es el único país de las Américas que habla este idioma. Mostrar interés y conocimiento sobre el mercado, informaciones sobre el país, los consumidores, hábitos alimenticios y tendencias del país.



FERIAS INTERNACIONALES Y OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS:

a) Principales ferias brasileñas del sector de alimentos:

APAS Show

<https://apasshow.com>

Anufood

www.anufoodbrazil.com.br

Fispal Food Service

www.fispalfoodservice.com.br

Fipan

<https://fipan.com.br>

Super Rio Expo Food

<https://sretradeshows.com.br>

Super Minas Food Show

<https://superminas.org.br>

b) Organismos Empresariales:

ABIA – Asociación Brasileña de la Industria de Alimentos

www.abia.org.br

ABBA – Asociación Brasileña de los Importadores y Exportadores de Alimentos y Bebidas

www.brazilianflavors.com.br

c) Revistas relacionadas al sector alimentario en general:

Food Service News

www.foodservicenews.com.br

Portal Alimentos y Bebidas

<https://alimentosybebidas.com.br>

Grupo Mais Food

<http://grupomaisfood.com.br>

