

#CatalanFood Trade

Informació de mercats, economia i empresa pel sector de l'alimentació

12# Setembre 2025

El mercat de l'alimentació a **BRASIL**

El mercat brasiler es posiciona com una destinació estratègica per a les empreses agroalimentàries catalanes que volen créixer en un entorn competitiu i en expansió. L'interès creixent de les classes mitjanes i altes per productes importats de qualitat, especialment a les grans ciutats, impulsa la demanda d'aliments saludables, sostenibles i amb identitat mediterrània.

L'expansió dels canals digitals, els supermercats premium i les botigues especialitzades facilita l'accés a productes internacionals, mentre que la sensibilitat per la traçabilitat, l'origen i el compromís mediambiental guanya protagonisme. Aquest escenari ofereix una plataforma atractiva per a les empreses catalanes que aposten per la diferenciació, la innovació i una proposta de valor adaptada a les tendències de consum del Brasil actual.

1. CONTEXT DEMOGRÀFIC	3
2. ECONOMIA I FINANCES	5
3. EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES CATALANES	7
4. IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES	10
5. CONSUM DE PRODUCTES ALIMENTARIS	15
6. TENDÈNCIES DE CONSUM	18
7. CARACTERÍSTIQUES DE LA DISTRIBUCIÓ	19
8. REQUISITS D'ENTRADA DE PRODUCTES AGROALIMENTARIS	21
9. NORMATIVA ALIMENTÀRIA EN COMERCIALITZACIÓ	23
10. PRINCIPALS ESDEVENIMENTS DEL SECTOR	25
11. FER NEGOCIS AL BRASIL	26
12. OPORTUNITATS PEL SECTOR AGROALIMENTARI CATALÀ	27
13. BRASIL EN XIFRES – RESUM	29

1. CONTEXT DEMOGRÀFIC

Amb una població d'uns **213 milions d'habitants** estimada al 2025, Brasil és la nació més poblada de Llatinoamèrica i ocupa un lloc central entre les economies de renda mitjana-alta. La densitat poblacional és moderada, amb grans extensions territorials, i l'urbanització ja afecta més del **90 %** dels habitants, concentrats sobretot al sud-est i al litoral costaner.

La piràmide d'edats mostra una base jove, amb prop del **20-25 %** de menors de 15 anys, una majoria en edat productiva (aproximadament un 65-70 %) i una porció creixent de persones majors de 65 anys, que representa al voltant del **10-11 %** de la població.

L'edat mitjana nacional és d'uns **35 anys** (el 49,18% són homes i el 50,82% són dones. Aquesta edat mitjana varia segons la regió: al Sud-est és més alta (uns 37 anys), mentre que al Nord és més baixa (uns 29 anys).

L'esperança de vida es troba en uns **76-78 anys**, i la taxa de fecunditat ja ha caigut a prop de **1,5-1,6 fills per dona**, indicant transicions demogràfiques similars a les de països en desenvolupament avançat.

La proporció d'immigració neta és baixa o lleugerament negativa, en canvi el creixement poblacional es basa principalment en la natalitat residual i en la població jove que entra en la franja productiva.

Aquest perfil demogràfic amb una població jove i majoritàriament urbana impacta fortament en la demanda de productes importats: hi ha una forta tendència cap als aliments d'alta qualitat, productes gourmet, formats convenients, importats amb marques reconegudes, especialitats i ingredients premium. Brasil importa productes com peix i marisc de gamma alta, formatges importats, i cereals o farines de qualitat superior per combinar amb producció local.

L'alt nivell d'urbanització continua sent una característica destacada, amb el 87,8 % de la població vivint en entorns urbans, si bé presenta diferències molt marcades segons la regió. Les regions amb els nivells més elevats d'urbanització són el Sud-est, on el 94,44 % de la població viu en àrees urbanes, i la regió Centre-oest, amb un 91,35 %. Aquestes zones inclouen grans metròpolis com São Paulo, Rio de Janeiro i Brasília, que concentren gran part de l'activitat econòmica i de serveis del país. La regió Sud també presenta una urbanització elevada, amb un 88,24 % de la població vivint en ciutats i nuclis urbans. En canvi, les regions Nord i Nord-est mostren nivells més baixos: el 78,47 % i el 77,64 %, respectivament. Aquestes àrees, que inclouen territoris amb menor densitat de població i zones rurals més extenses, reflecteixen una estructura econòmica més vinculada a l'agricultura i a la gestió de recursos naturals, com l'Amazònia.

Les llars urbanes, especialment de classe mitjana i alta, juguen un paper clau: busquen varietats noves, productes saludables i orgànics, i valoren molt la traçabilitat, l'origen i la presentació. Al mateix temps, el canal de distribució en supermercats específics, botigues gourmet i comerç electrònic creix amb rapidesa.

Pel que fa al **poder adquisitiu**, el segment de consumidors “**premium**” (amb ingressos per sobre de **900.000 € anuals**) representa aproximadament un **1 %**, mentre que el d'**alt poder adquisitiu** (+ 90.000 €) suposa un percentatge del **2 %** addicional. Aquests segments tendeixen a adaptar-se amb agilitat a noves tendències de consum i a valors com la sostenibilitat o la qualitat diferenciada. El consumidor amb poder adquisitiu mitjà se situa en el 24% de la població.

La **despesa domèstica en alimentació i begudes no alcohòliques** representa aproximadament un **16%**, segons el perfil demogràfic, confirmant que l'alimentació continua sent una partida rellevant en el pressupost de les llars. La despesa en aliments importats resulta en molts casos una aposta pel valor afegit, no només pel preu: productes amb certificacions, sabors exòtics, marques europees amb prestigi tenen un marge rellevant per captar l'atenció de consumidors disposats a pagar més. Aquestes tendències configuraran un marc favorable per a les empreses catalanes que portin propostes diferenciades, de qualitat i adaptades als gustos i expectatives dels mercats urbans brasilers.

DADES DEMOGRÀFIQUES I CONSUM ALIMENTACIÓ AL BRASIL



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades BM, OMC, UNCTAD i Euromonitor International Ltd..

2. ECONOMIA I FINANCES

L'economia del Brasil va tancar el 2024 amb un creixement del **3,4 % del PIB**, un dels més alts des del 2021, impulsat per la demanda interna, el consum domèstic i la inversió. El valor del PIB va assolir uns **2,18 bilions de dòlars**. El PIB per càpita ajustat pel creixement real va augmentar un 3 % respecte el 2023. La inflació va acabar l'any 2024 prop del **4,8 %**, per sobre de la meta oficial del Banc Central però inferior a les taxes extremes dels anys previs. Per gestionar aquesta inflació, el Banc Central manté els tipus d'interès (la taxa Selic) en nivells elevats, esperant que els ajustos monetaris i la moderació del consum i la inversió ajudin a moderar les pressions inflacionàries cap al 2025.

Pel que fa al mercat laboral, la taxa d'atur va assolir el **6,6 %** de mitjana al 2024, la més baixa registrada des de fa anys per Brasil. El creixement dels salaris reals i l'increment de la renda disponible de les llars han contribuït a sostindre el consum, tot i que els costos financers elevats (crèdit, interessos) i la incertesa fiscal limiten una expansió major.

Les projeccions per al 2025 apunten a una desacceleració del creixement: s'estima que el PIB creixerà entre un **2 % i un 2,5 %**, atès l'impacte dels tipus d'interès alts, els ajustos monetaris i la pressió inflacionària persistent. En conjunt, Brasil afronta el 2025 en un escenari en què caldrà adaptar-se: empreses exportadores han de tenir en compte la inestabilitat dels costos, la necessitat de complir normatives rigoroses i l'oportunitat que suposa un mercat amb demanda creixent, sobretot de productes amb valor afegit, saludables i importats.

Un altre element clau és l'**estabilització progressiva de la inflació**, que es preveu que se situï al voltant del **4,5 % a finals de 2025**. Aquesta moderació, si es confirma, podria estimular un lleuger augment del consum i facilitar la reducció gradual dels tipus d'interès. Tanmateix, la volatilitat dels preus dels aliments i l'energia continua sent un risc latent, amb un impacte directe sobre el comportament dels consumidors i sobre els costos de la cadena de subministrament.

En l'àmbit **comercial**, Brasil manté una posició forta com a exportador de productes agroalimentaris, però també és un **mercat d'importació creixent** per a aliments i begudes de valor afegit. El 2024, les importacions d'aquests productes van créixer especialment en categories com vins, olis d'oliva, formatges i especialitats gourmet. Aquesta tendència reflecteix l'obertura gradual del mercat a productes internacionals i la voluntat dels consumidors urbans de pagar més per qualitat i autenticitat.

En conjunt, el Brasil entra al 2025 amb una economia **en fase de consolidació**, amb oportunitats clares per a empreses que sàpiguin adaptar-se a un entorn dinàmic. Tot i els riscos associats a la inflació, la política monetària i la volatilitat externa, el mercat brasiler continua sent una destinació clau per a les exportacions agroalimentàries catalanes, especialment per aquelles que ofereixen productes diferenciats i alineats amb les noves tendències de consum.

3. EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES CATALANES AL BRASIL

El Brasil se situa com el **26è destí** més rellevant per a les **exportacions agroalimentàries catalanes** i el 13è fora de la Unió Europea. Aquesta posició se situa just després de països tercers com Regne Unit, Xina, Estats Units, Japó, Marroc, Filipines, Corea del Sud, Andorra, Mèxic, Aràbia Saudita, Suïssa i Turquia.

Les exportacions agroalimentàries cap al Brasil han superat els **100 milions d'euros** el 2024, representant un 0,63% del total exportat per Catalunya.

En els darrers **5 anys**, el **valor** de les exportacions han experimentat un considerable **increment del 40,6%**, mentre que el **volum** ha registrat un **disminuït un -14,1%**.



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades Perfil Empresa Exportadora.

Actualment, un total de **160 empreses agroalimentàries de Catalunya exporten al Brasil**. D'aquestes, **53 empreses mantenen una presència regular**, havent exportat de manera consecutiva durant els últims quatre anys. Aquesta xifra s'ha mantingut pràcticament en quant a exportadors totals si bé ha patit un decrement del 4,2% anual pel que fa a les regulars.

En termes de volum, **Catalunya ha exportat 23.600 tones d'aliments i begudes** al Brasil durant el 2024.

La **fruita** és el principal producte agroalimentari exportat, representant el **50,98%** del total exportat per Catalunya al mercat brasiler. Dins d'aquesta categoria, destaquen especialment les **pomes** amb un **37,40%** i les **peres** amb un **11,21%**. Aquesta contribució suposa una **quota de mercat del 2,53%** respecte al total de fruita importada mundialment pel Brasil.

Els **olis vegetals** ocupen la segona posició, amb una presència destacada de l'**oli d'oliva**, que representa el **21,71%** del total exportat per Catalunya i una **quota de mercat del 6,03%** del total mundial d'importacions d'aquest producte.

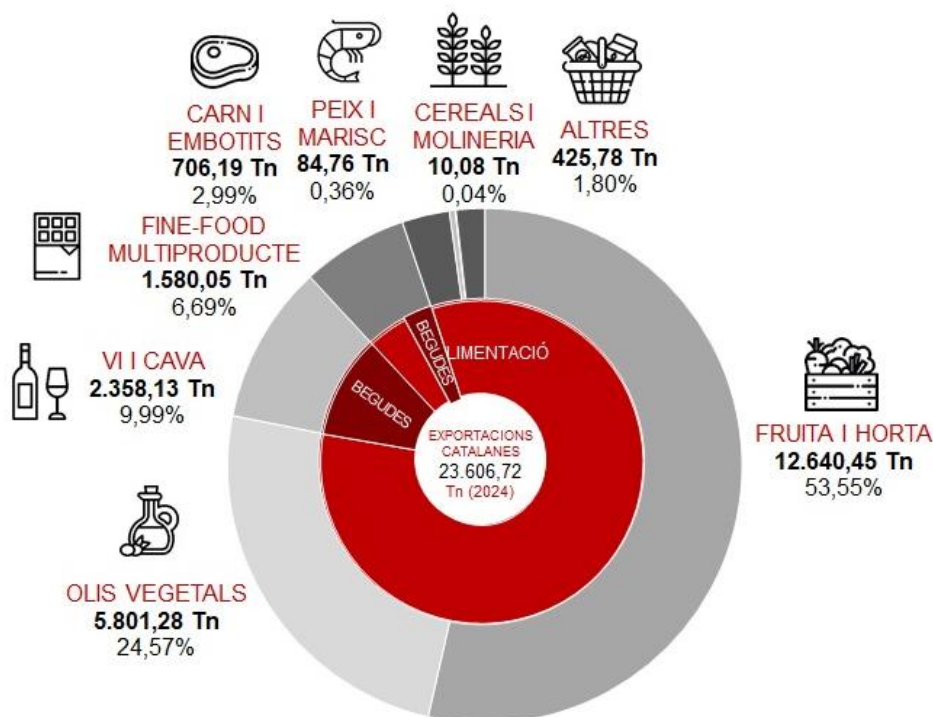
El **vi i cava** també tenen una rellevància significativa, amb un **9,99%** del total exportat. Els **escumosos** destaquen amb un **6,24%**, seguits pels **vins tranquils** amb un **3,75%**. Aquesta categoria evidencia l'interès creixent del mercat brasiler pels productes de qualitat i amb valor afegit.

Els productes **Fine Food**, que inclouen dolços, snacks, sucres, extractes, formatges i plats preparats, representen el **6,69%** del total exportat. Dins d'aquest grup, sobresurten els **snacks i productes de fleca i pastisseria** amb un **2,19%**, així com els **sucs vegetals i begudes** amb un **1,26%**, reflectint la diversitat de l'oferta catalana en productes transformats.

La **carn i embotits** tenen una presència més reduïda, amb un **2,99%** del total exportat. Els **embotits i elaborats carnis** representen un **0,84%**, amb una **quota de mercat del 0,63%** respecte al total mundial.

En conjunt, el Brasil es configura com un mercat estratègic per a les exportacions agroalimentàries catalanes, especialment en categories com la fruita, l'oli d'oliva i el vi. Aquestes dades mostren un gran potencial de creixement, impulsat per la demanda creixent de productes de qualitat i per la consolidació de Catalunya com a proveïdor fiable i diversificat.

EXPORTACIONS CATALANES A BRASIL



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

EXPORTACIONS CATALANES A BRASIL

BRASIL	Importacions de Catalunya (en tones)	Percentatge producte sobre total importat de Catalunya (en volum)	Percentatge producte de Catalunya sobre total mundial importat (en volum)	Percentatge importat Catalunya sobre consumit (en volum)
CARN I EMBOTITS	706,19	2,99%	1,16%	0,91%
Carn	507,58	2,15%	0,84%	0,66%
Boví	0,00	0,00%	0,00%	0,00%
Porcí	0,00	0,00%	#DIV/0!	0,00%
Oví i Cabrum	0,00	0,00%	0,00%	0,00%
Aus	0,00	0,00%	0,00%	0,00%
Embotits i elaborats	198,53	0,84%	63,79%	22,10%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	1.580,05	6,69%	0,11%	0,10%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	119,37	0,51%	0,06%	0,08%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	517,26	2,19%	0,58%	0,37%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	296,64	1,26%	0,09%	0,06%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	197,55	0,84%	0,42%	0,24%
Formatges, productes làctics i ous	5,98	0,03%	0,00%	0,00%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	394,88	1,67%	0,09%	0,19%
Altres (vinagres, gelats,...)	48,38	0,20%	0,09%	0,08%
FRUITA I HORTA	12.640,45	53,55%	1,45%	0,44%
Fruita	12.035,33	50,98%	2,31%	0,58%
Pomes	8.828,05	37,40%	5,74%	0,98%
Peres	2.646,96	11,21%	1,67%	1,76%
Albercocs	0,00	0,00%	0,00%	0,00%
Cireres	0,00	0,00%	0,00%	0,00%
Nectarines i Préssecs	425,83	1,80%	3,26%	2,84%
Cítrics	67,20	0,28%	0,16%	0,18%
Horta	605,12	2,56%	0,17%	0,08%
OLIS VEGETALS	5.801,28	24,57%	0,89%	0,21%
Oli d'oliva	5.126,14	21,71%	6,40%	5,05%
VI I CAVA	2.358,13	9,99%	1,62%	0,71%
Vi de taula	885,83	3,75%	0,64%	0,30%
Escumós	1.472,31	6,24%	20,04%	4,38%
Cava	1.308,50	5,54%	#DIV/0!	#DIV/0!
Altres	0,00	0,00%	0,00%	0,00%
CEREALS I MOLINERIA	10,08	0,04%	0,00%	0,00%
PEIX I MARISC	84,76	0,36%	0,03%	0,04%
Peix	84,76	0,36%	0,03%	0,04%
Marisc	0,00	0,00%	0,00%	0,00%
ALTRES	425,78	1,80%	0,15%	0,15%
TOTAL	23.606,72	100,00%	0,51%	0,27%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'AEAT i d'Euromonitor International Ltd.

4. IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES DE BRASIL

Tot i que el percentatge d'aliments dins de les importacions totals és relativament baix, no significa que Brasil sigui autosuficient en tots els productes alimentaris. Té una agricultura molt potent i exporta molts commodities, però importa productes específics de qualitat, format premium, especialitats o ingredients no habituals localment.

El volum d'importacions anual del Brasil supera els **4,5 milions de tones d'aliments i begudes**.

L'any 2024, les importacions de **productes alimentaris i begudes** (*food imports*) representaven el **5,7 %** del total de les importacions mercants del Brasil, **en augment respecte al 5,4 %** de l'any anterior.

Del conjunt de productes **orientats al consumidor** (*consumer-oriented*) importats pel Brasil, aproximadament un **31 %** provenien de la **Unió Europea**.

El mercat brasiler mostra una clara preferència pels **productes amb valor afegit**: aliments de **gamma alta** (*premium i gourmet*), productes importats de **marques reconegudes** i innovacions en **packaging** (**formats petits, conveniència i etiquetatge clar**) són percebuts com a **avantatges competitius**.

La categoria de productes **Fine Food** lidera el mercat, representant el **31,84%** del total importat. Aquesta categoria inclou **sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats** (6,96%), els **plats preparats, brous, conserves, confitures i melmelades** (9,47%), **extractes, essències i concentrats, ingredients i preparacions per a sopes** (3,23%), així com **dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te i infusions** (4,48%). Els **snacks, aperitius i productes de fleca i pastisseria** representen l'**1,97%**, mentre que **altres productes**, com els vinagres i gelats, suposen un **1,02%** del total.

Aquesta diversitat reflecteix la importància creixent del Brasil com a mercat per a **productes transformats amb valor afegit, especialment en la indústria de begudes i plats preparats**.

El segment de **fruita i horta** té un pes del **19,27%** sobre el total importat. L'**horta** contribueix amb un **7,71%**, mentre que la **fruita** representa un **11,56%**, destacant-se els **cítrics**, les **peres** i les **pomes** com els principals productes d'aquesta categoria.

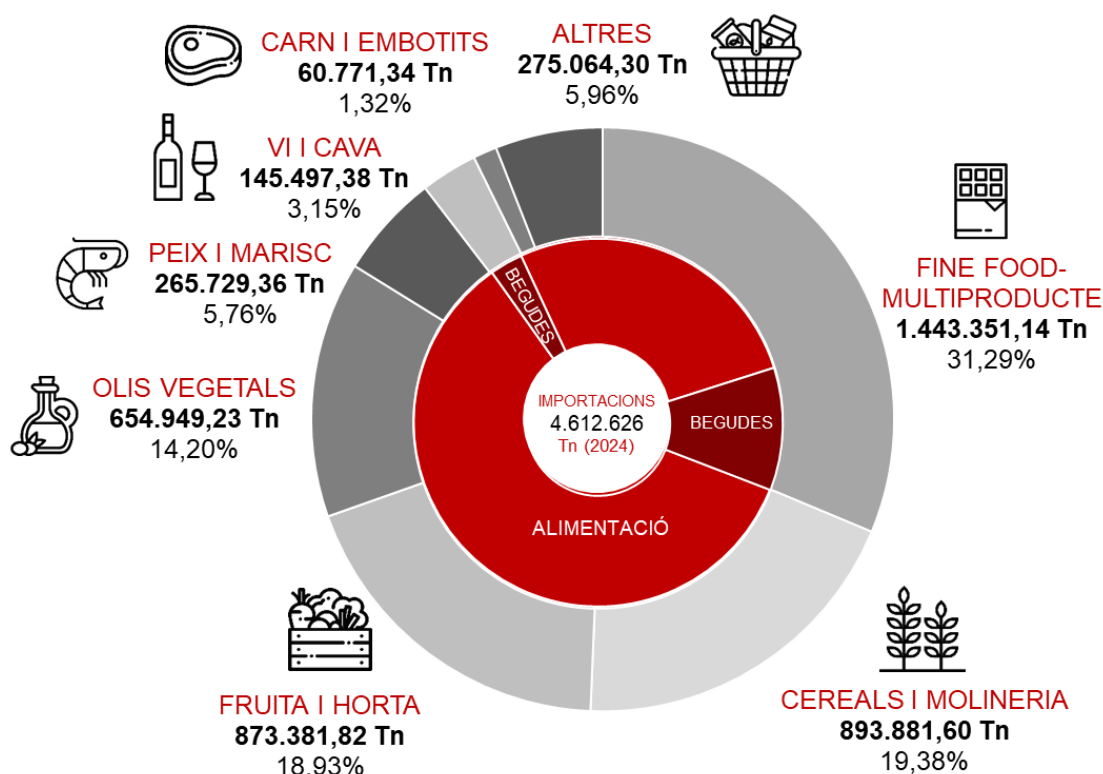
La **carn i els elaborats carnis** tenen una presència més reduïda, amb un **1,33%** del total importat. Dins d'aquesta categoria, destaca la **carn bovina**, que concentra la pràctica totalitat de les importacions, mentre que altres tipus com la **carn porcina** o **avícola** són gairebé inexistents. **Aquest fet representa una oportunitat per introduir progressivament carn porcina i avícola catalana, sempre que es puguin establir acords sanitaris i comercials adequats**.

El **peix i marisc** suposen un **5,80%** del total d'importacions, amb un predomini clar del **peix** (5,46%) per sobre del **marisc** (0,34%). Els **cereals i productes de la molinaria** representen un **19,74%**, reflectint la rellevància d'aquesta categoria dins del mercat brasiler.

Els **olis vegetals** ocupen un **1,41%** del total d'importacions alimentàries, dels quals l'**oli d'oliva** representa un **0,17%**. Aquesta xifra equival a un **11,84% dels olis importats**, evidenciant una demanda creixent d'oli d'oliva en la gastronomia brasilera. **Aquest segment, encara en desenvolupament, té un fort potencial de creixement a llarg termini, especialment si es treballa en la promoció de l'oli d'oliva com a producte saludable i de qualitat.**

En conjunt, el **mercat brasiler** mostra una gran diversitat en el consum d'aliments i begudes, amb un pes destacat dels **productes processats i frescos**. **Aquestes tendències posen de manifest la necessitat d'oferir productes adaptats a les preferències locals, i obren oportunitats per a les empreses catalanes que apostin per la qualitat, la innovació i l'adaptació a les demandes específiques d'aquest mercat.**

IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES DE BRASIL



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES DE BRASIL

BRASIL	IMPORTACIONS MUNDIALS DEL MERCAT (en Tones)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT (en Volum)
CARN I EMBOTITS	60.771,34	1,32%
Carn	60.740,21	1,32%
Boví	40.752,28	0,88%
Porcí	0,00	0,00%
Oví i Cabrum	4.280,75	0,09%
Aus	2.116,15	0,05%
Embotits i elaborats	311,24	0,01%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	1.443.351,14	31,29%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	201.900,76	4,38%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	89.738,74	1,95%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	320.554,26	6,95%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	46.588,01	1,01%
Formatges, productes làctics i ous	277.339,74	6,01%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	453.948,27	9,84%
Altres (vinagres, gelats,...)	53.281,37	1,16%
FRUITA I HORTA	873.381,82	18,93%
Fruita	520.383,27	11,28%
Pomes	153.707,20	3,33%
Peres	158.620,38	3,44%
Albercocs	63,89	0,00%
Cireres	36.697,58	0,80%
Nectarines i Préssecs	13.074,44	0,28%
Cítrics	43.135,70	0,94%
Horta	352.998,55	7,65%
OLIS VEGETALS	654.949,23	14,20%
Oli d'oliva	80.114,08	1,74%
VI I CAVA	145.497,38	3,15%
Vi de taula	137.713,88	2,99%
Escumós	7.347,07	0,16%
Cava		0,00%
Altres	436,43	0,01%
CEREALS I MOLINERIA	893.881,60	19,38%
PEIX I MARISC	265.729,36	5,76%
Peix	249.299,96	5,40%
Marisc	9.031,31	0,20%
ALTRES	275.064,30	5,96%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades UN Comtrade i Euromonitor International Ltd.

PRINCIPALS SOCIS COMERCIALS AGROALIMENTARIS DE BRASIL

El Brasil compta amb una xarxa sòlida de socis comercials en el sector agroalimentari, amb una forta presència de països veïns i socis regionals que contribueixen de manera significativa a l'abastiment i diversitat dels productes que arriben al mercat brasiler.

Aquests socis són essencials per mantenir la **seguretat alimentària** i garantir una oferta variada que respongui a la demanda d'una població nombrosa i amb preferències de consum molt diverses. La seva selecció reflecteix la importància d'establir **cadenes d'aprovisionament fiables i properes**, especialment en categories estratègiques com la carn, els cereals, la fruita i el vi.

Els principals proveïdors agroalimentaris del Brasil són:

- **Argentina:** És el principal soci comercial, amb un **29,35%** del total d'aliments importats. Destaca especialment per l'exportació de **carn bovina, cereals, olis vegetals i productes processats**, aprofitant la seva proximitat geogràfica i la complementarietat de les seves produccions amb la demanda brasilera.
- **Paraguai i Uruguai:** Aquests països representen conjuntament un **17,34%** de les importacions (Paraguai 10,43% i Uruguai 6,91%). El seu pes respon principalment a la **carn i productes ramaders**, així com a determinats cereals i subproductes agrícoles.
- **Chile:** Amb un **9,40%** de quota, és un proveïdor clau de **fruita fresca, vi i productes del mar**, categories on el país destaca a nivell internacional.
- **Estats Units:** Representa un **4,77%** del total importat, amb un paper diversificat que inclou **cereals, carn, fruits secs, sucres i productes processats**.
- **Indonèsia:** Té una participació del **4,70%**, vinculada principalment a l'exportació d'**olis vegetals i productes tropicals**, com el palmell i derivats.
- **Unió Europea:** Diversos països europeus tenen una presència significativa en el mercat brasiler. **Portugal (3,62%), Itàlia (2,16%), Espanya (2,07%), Alemanya (1,82%), Països Baixos (1,68%), França (1,57%), Bèlgica (1,33%), Àustria (1,59%)** i altres països sumen conjuntament un pes important. Destaquen en **vins i escumosos, olis d'oliva, formatges i productes gourmet**, aportant valor afegit i diversitat a l'oferta local. **És rellevant que l'origen europeu sigui percebut com a sinònim de qualitat**, fet que beneficia els productes catalans.

• **Xina:** Amb un **3,43%**, és un proveïdor estratègic de **cereals, ingredients i productes industrials**, consolidant-se com a soci rellevant en matèries primeres.

En conjunt, el Brasil depèn en gran mesura dels **socis de Mercosur i de països propers**, que representen més del 50% de les importacions agroalimentàries. **Aquesta proximitat facilita fluxos logístics eficients i un subministrament estable**, mentre que els socis llunyans, com la UE, els EUA o la Xina, aporten productes especialitzats i de valor afegit que diversifiquen l'oferta del mercat brasiler.

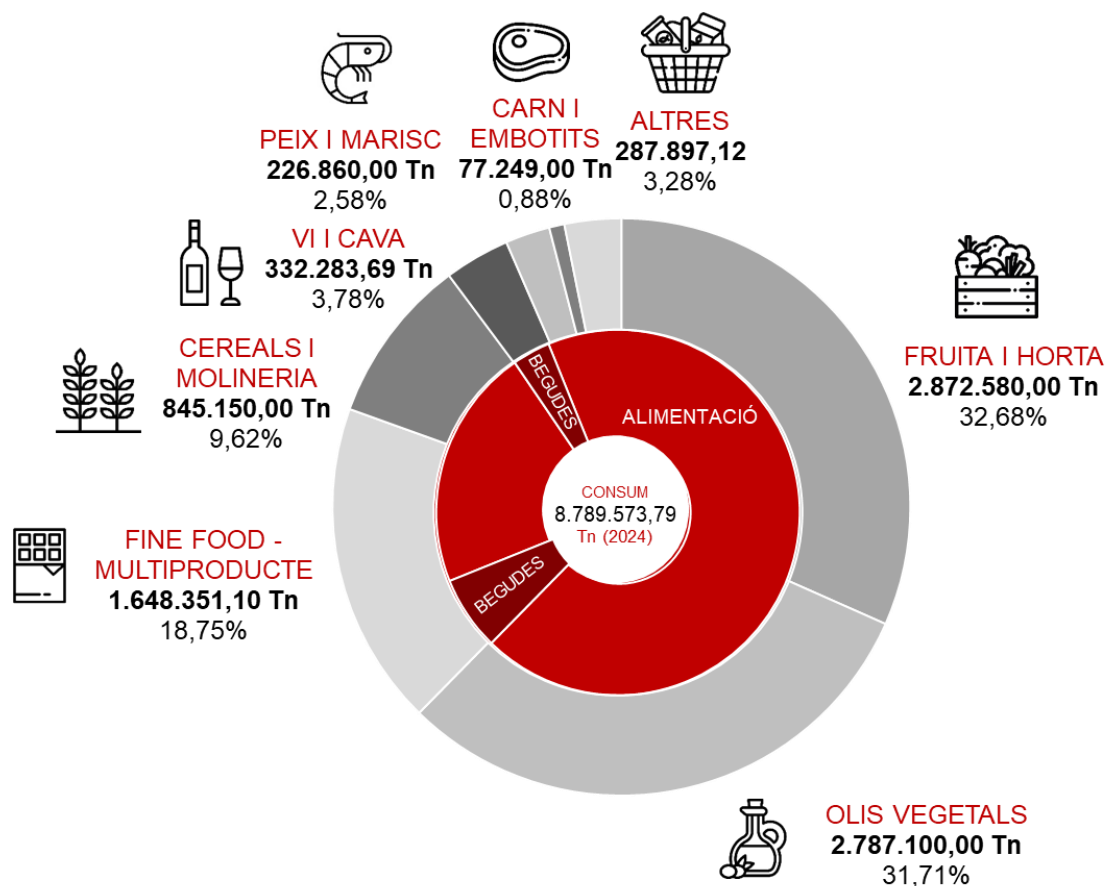
TOP 20 PROVEÏDORS AGROALIMENTARIS DE BRASIL		PERCENTATGE SOBRE TOTAL D'ALIMENTS IMPORTATS
1	Argentina	29,35%
2	Paraguay	10,43%
3	Chile	9,40%
4	Uruguay	6,91%
5	USA	4,77%
6	Indonesia	4,70%
7	Portugal	3,62%
8	China	3,43%
9	Italy	2,16%
10	Spain	2,07%
11	Germany	1,82%
12	Netherlands	1,68%
13	United Kingdom	1,61%
14	Austria	1,59%
15	France	1,57%
16	Belgium	1,33%
17	Colombia	1,07%
18	Russian Federation	1,00%
19	Switzerland	0,86%
20	Viet Nam	0,84%
	Altres (110 països)	9,79%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

5. CONSUM DE PRODUCTES ALIMENTARIS

El Brasil és el 12è consumidor mundial d'aliments i begudes, amb el 2,2% del total i un consum estimat, en volum, de 8.789.573 Tones anuals d'aliments i begudes.

CONSUM D'ALIMENTS A BRASIL



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'AEAT i d'Euromonitor International Ltd.

El Brasil presenta una alta diversitat de preferències alimentàries, amb un mercat molt ampli i segments en expansió. Algunes de les categories més consumides són:

- **Productes Fine Food:** Representen el **18,75%** del consum total d'aliments i begudes al Brasil.

Dins d'aquesta categoria, destaquen clarament les **begudes i sucs vegetals, aigües, cerveses i líquats**, amb un **5,29%** del total, reflectint una forta demanda de begudes tradicionals i una creixent tendència cap a opcions **més saludables i innovadores**.

Els **productes làctics i formatges** tenen un pes significatiu, amb un **6,69%**, sent bàsics en la dieta brasilera. **Aquest segment està experimentant un creixement en opcions sense lactosa i alternatives vegetals**, responent a noves necessitats dels consumidors.

Altres subcategories rellevants són els **snacks, productes de fleca i pastisseria, i productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums**, que representen un **1,59%**, i els **plats preparats i conserves**, amb un **2,36%**.

Els **dolços, cacau i productes de confiteria**, incloent-hi cafè i infusions, tenen un consum de **1,77%**, mostrant la importància d'aquests productes dins l'alimentació diària.

- **Fruita i horta:** Constitueixen la categoria més rellevant, amb un **32,68%** del total consumit.

Les **fruites** representen el **23,54%**, amb especial pes de **pomes (10,28%)**, seguides de peres i cítrics.

L'**horta** concentra el **9,14%**, confirmant la forta presència d'aliments frescos en la dieta brasilera.

Aquesta dada reflecteix la importància dels productes frescos i locals, i la tendència cap a una alimentació saludable i de proximitat.

- **Carn i productes càrnics:** Suposen un **0,89%** del consum total.

La **carn bovina** domina clarament amb un **0,87%**, mentre que el **porcí** i les **aus** tenen una presència molt més reduïda.

Els **embotits i elaborats carnis** només representen un **0,01%**, evidenciant un **gran potencial per a la introducció de productes catalans en aquest segment**, especialment en categories premium.

- **Olis vegetals:** Amb un **31,71%** del consum total, és una de les categories més fortes del mercat brasiler.

L'**oli d'oliva** representa un **1,16%**, una dada que mostra un creixement sostingut d'aquest producte vinculat a la gastronomia mediterrània i a la percepció de **salut i qualitat**.

Altres olis, com el de soja i palmell, són molt utilitzats per la seva **accessibilitat i paper en la cuina diària i la indústria alimentària**.

- **Vi i cava:** Representen un **3,78%** del consum total.

Els **vins tranquils** concentren un **3,39%**, mentre que els **escumosos** tenen un **0,39%**, evidenciant un interès creixent per aquesta categoria, especialment en el segment de consumidors urbans i amb més poder adquisitiu.

- **Cereals i productes de la molinaria:** Suposen un **9,62%** del consum, amb un pes molt destacat en la dieta bàsica brasilera, especialment per a productes com la farina de blat, la tapioca i altres derivats.
- **Peix i marisc:** Representen un **2,58%** del consum total, amb el **peix** dominant clarament (2,42%) per sobre del **marisc** (0,16%).

La popularitat d'aquest segment està creixent gràcies a l'expansió de la gastronomia asiàtica i la incorporació de plats internacionals com el sushi i el ceviche.

Aquesta diversitat en les preferències de consum demostra la **riquesa i el potencial del mercat alimentari brasiler**, oferint **oportunitats significatives per a les empreses catalanes** que vulguin introduir productes diferenciats, especialment en categories amb potencial de creixement com els **embotits**, l'**oli d'oliva**, el **vi** i els **productes gourmet**.

PRODUCTES MÉS CONSUMITS

BRASIL	CONSUM DEL MERCAT (en Tones)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE CONSUM TOTAL (en Volum)
CARN I EMBOTITS	77.249,00	0,88%
Carn	76.350,80	0,87%
Boví	61.035,00	0,69%
Porcí	3.609,30	0,04%
Oví i Cabrum	1.109,00	0,01%
Aus	10.597,50	0,12%
Embotits i elaborats	898,20	0,01%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	1.648.351,10	18,75%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	155.911,80	1,77%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	140.072,00	1,59%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i liquats	459.847,30	5,23%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	80.800,00	0,92%
Formatges, productes làctics i ous	543.000,00	6,18%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	207.000,00	2,36%
Altres (vinagres, gelats,...)	61.720,00	0,70%
FRUITA I HORTA	2.872.580,00	32,68%
Fruita	2.069.080,00	23,54%
Pomes	903.900,00	10,28%
Peres	150.000,00	1,71%
Albercocs	98,32	0,00%
Cireres	16.000,00	0,18%
Nectarines i Préssecs	15.000,00	0,17%
Cítrics	37.193,00	0,42%
Horta	803.500,00	9,14%
OLIS VEGETALS	2.787.100,00	31,71%
Oli d'oliva	101.600,00	1,16%
VI I CAVA	332.283,69	3,78%
Vi de taula	297.100,00	3,38%
Escumós	33.600,00	0,38%
Cava		0,00%
Altres	1.583,69	0,02%
CEREALS I MOLINERIA	845.150,00	9,62%
PEIX I MARISC	226.860,00	2,58%
Peix	213.010,00	2,42%
Marisc	13.850,00	0,16%
ALTRES	287.897,12	3,28%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'AEAT i d'Euromonitor International Ltd.

6. TENDÈNCIES DE CONSUM

El 2025, els consumidors brasilers prioritzen aspectes com la salut, el benestar i els viatges, reflectint un canvi cap a experiències que promoguin un equilibri i qualitat de vida.

La composició de la cistella bàsica actual inclou aliments frescos i mínimament processats, composta per deu grups diferents: mongetes (lleguminoses), cereals, arrels i tubercles, llegums i hortalisses, fruites, oleaginoses, carns i ous, llet i formatges, sucres, sal, oli i greixos, cafè, te, mate i espècies.

Cerca d'alimentació saludable:

Aquesta iniciativa té com a objectiu millorar l'alimentació dels brasilers, fent èmfasi en la importància de cuinar a casa i ensenyar habilitats culinàries des de ben petits. [Entrevista alimentació saludable, Rita Lobo.](#)

Sector de gran consum:

El sector de gran consum al Brasil ha mostrat dinamisme el 2025, amb un creixement del 3% en volum i del 5% en valor. Aquest impuls s'associa principalment a un augment en la freqüència de compra, amb una mitjana de 3,2 actes de compra setmanals en la distribució organitzada. [Creixement del sector de gran consum.](#)

Comportament del consumidor:

La major part dels consumidors brasilers es classifiquen com a cautelosos (43%), prestant atenció a les seves despeses i amb la intenció d'estalviar. La principal preocupació continua sent l'increment dels preus dels aliments (35%). Per finals d'aquest any, els consumidors planegen reduir la despesa en articles no essencials, especialment l'entreteniment fora i dins de la llar (44% i 41%, respectivament), així com estalvis i inversions (40%) i millores a la llar (39%). *Font: NielsenIQ*

Pel que fa als productes escollits pels consumidors brasilers, es detecten tendències en:

- **Snacks saludables i pràctics:** El mercat de snacks al Brasil està experimentant un creixement notable, amb preferència per opcions saludables com productes integrals i rics en proteïnes vegetals. Es preveu que el 2025 aquest segment assoleixi ingressos d'uns 92,6 milions de dòlars, amb una taxa de creixement anual del 6,49% fins al 2029. [Tendències de snacks.](#)

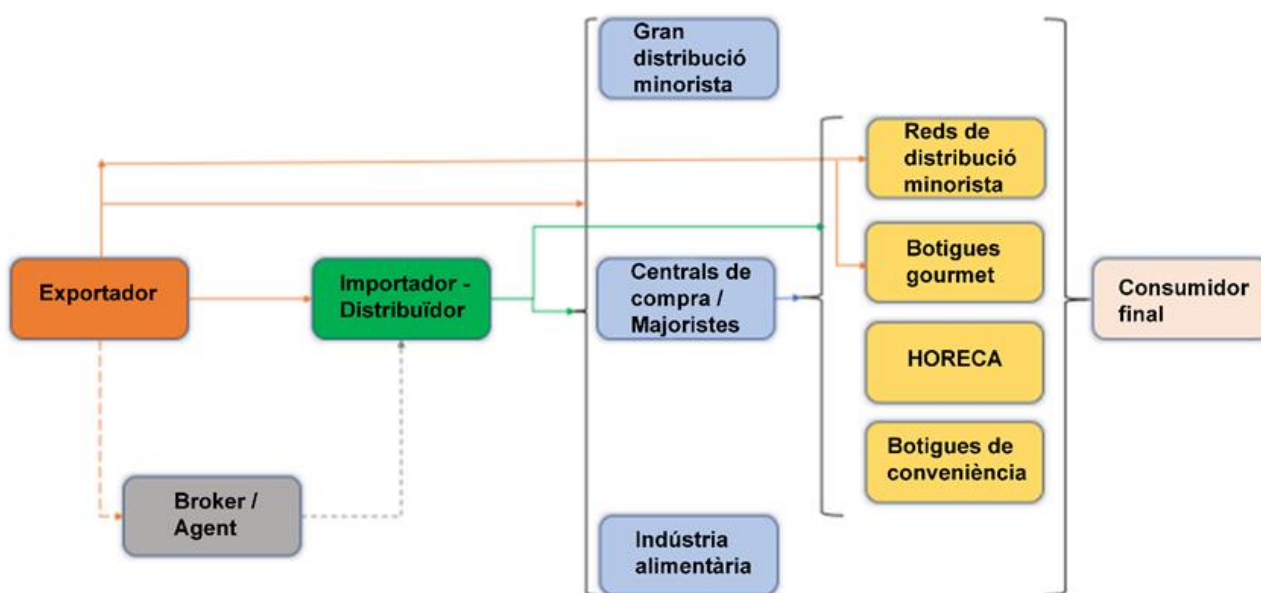
- **Oli d'oliva:** El consum ha crescut notablement en els darrers anys, reflectit en un augment de les importacions i una major presència en supermercats i restaurants. Des del 14 de març passat s'han eliminat completament les taxes sobre l'oli d'oliva verge extra (9%).
- **Carns i embotits:** El mercat està influït per factors econòmics, culturals i comercials. El creixement econòmic i l'accelerada urbanització han incrementat la demanda de proteïnes animals. La carn de vedella continua dominant la gastronomia brasilera, sobretot al sud, on la tradició ramadera està molt arrelada. L'augment d'ingressos ha afavorit també el consum d'embotits i productes processats, especialment en entorns urbans i de menjar ràpid.
- **Vins:** El Brasil viu una transformació en la seva cultura vinícola. Els consumidors exploren etiquetes de França, Itàlia i Espanya, tot i que els vins argentins, xilens i portuguesos mantenen la seva popularitat. Els vins escumosos estan en auge. El 2024, els moscatel van ser l'única categoria nacional amb un creixement significatiu, amb un increment del 30% en les vendes.

7. CARACTERÍSTIQUES DE LA DISTRIBUCIÓ

La distribució alimentària al Brasil es caracteritza per una estructura complexa, amb un fort domini d'importadors i distribuïdors majoristes. Tot i la creixent presència de canals alternatius com el comerç electrònic, l'entrada al mercat brasiler sol passar per intermediaris clau que tenen relacions estables amb minoristes i empreses del sector HORECA (hotels, restaurants i cafeteries).

Aquesta estructura crea un canal de distribució exigent, on la qualitat, el preu, la reputació i el posicionament de la marca són fonamentals per a l'èxit.

La selecció d'un bon importador o distribuïdor és crucial per assegurar la penetració al mercat brasiler.



Actors del mercat

Els importadors o distribuïdors són els primers actors clau: compren directament al proveïdor estranger, gestionen el despatx duaner i venen a supermercats, distribuïdors regionals, majoristes o al canal HORECA (hotels, restaurants i càtering).

Alguns supermercats grans, com **Carrefour**, **GPA** o **Cencosud**, també realitzen importacions directes gràcies a la seva capacitat logística.

Les botigues gourmet (com **Casa Santa Luzia**, **Empório Santa Maria** o **Casa dos Frios**) compren a distribuïdors o importen directament productes **premium**, mentre que el canal **HORECA** s'abasteix a través de distribuïdors especialitzats com **Interfood**, **Porto a Porto**, **Cdi Barra** o **Castelo Alimentos**, i també mitjançant **cash & carry** com **Makro**, **Assaí** o **Martins**.

Els actors principals del sector **retail** són:

PRINCIPALS AGENTS SECTOR RETAIL
<u>GRUPO PÃO DE AÇÚCAR</u>
<u>CARREFOUR</u>
<u>ASSAÍ ATACADISTA (PÃO DE AÇÚCAR)</u>
<u>SUPERMERCADOS BH</u>
<u>SUPERMERCADO Nordsão</u>
<u>CENCOSUD</u>
<u>SUPERMERCADOS ZONA SUL</u>
<u>TENDA ATACADO</u>
<u>GRUPO MUFFATO</u>
<u>CONDOR SUPER CENTER LTDA</u>
<u>GRUPO JACOMAR</u>
<u>SUPERMERCADOS IMPERATRIZ</u>
<u>COMERCIAL ZAFFARI</u>
<u>REDE SAO PAULO SUPERMERCADOS</u>
<u>SAVEGNAGO</u>
<u>DMA DISTRIBUIDORA</u>
<u>FORT ATACADISTA</u>
<u>SUPERMERCADOS ABC</u>
<u>MART MINAS</u>
<u>GRUPO PEREIRA</u>

Entre els actors principals que són importadors i distribuïdors del canal HORECA al Brasil trobem:

EMPRESA	PERFIL	PRODUCTE
INTERFOOD IMPORTACAO LTDA	Importador HORECA	Vins
ZAHIL IMPORTADORA LTDA	Importador HORECA	Vins
BRUCK IMPORTACAO EXPORTACAO E COMERCIO LTDA	Importador HORECA	Vins
DECANTER VINHOS FINOS LTDA	Importador HORECA	Vins
AURORA BEBIDAS E ALIMENTOS FINOS LTDA	Importador HORECA	Vins
ADEGA ALENTEJANA COMERCIO IMPORTACAO E EXPORTACAO LTDA	Importador HORECA	Vins
FRUGAL IMPORTADORA E EXPORTADORA LTDA	Importador HORECA	Oli d'oliva
BRASSOL BRASILIA ALIMENTOS E SORVETES LTDA	Importador HORECA	Embotits
ARCOFOODS ALIMENTOS E BEBIDAS	Importador HORECA	Carn, <i>fine food</i>
MEGA G ALIMENTOS	Distribuïdor HORECA	Varis
TAF DISTRIBUIDORA	Distribuïdor HORECA	Varis
FENIX FOODS DISTRIBUIDORES	Distribuïdor HORECA	Varis
MAR FOOD SERVICE	Distribuïdor HORECA	Varis

Estructura de la Distribució per Canal

Canal d'Hipermercats i Supermercats (Gran Distribució):

Aquest canal és essencial per al consum massiu i es caracteritza per:

- **Domini d'importadors i majoristes:** Els grans importadors tenen relacions consolidades amb les principals cadenes de supermercats i juguen un paper decisiu en la introducció de nous productes.
- **Sistema de reposició Just-in-Time:** La infraestructura logística al Brasil està molt orientada a entregues freqüents degut als espais limitats d'emmagatzematge als supermercats, fet que obliga a rebre mercaderies diàriament.
- **Competència per introduir productes nous:** Les cadenes de supermercats brasileres prefereixen treballar amb majoristes fiables que no només gestionin la logística, sinó també la negociació, el registre de productes, l'obtenció de codis de barres i la promoció.
- **Predomini de productes nacionals:** El mercat brasiler està dominat per productes de fabricació local. Els productes internacionals es troben principalment en categories com olis, snacks, begudes alcohòliques i llaunadures.

Principals cadenes de supermercats:

- Grupo Pão de Açúcar: <https://www.paodeacucar.com.br>
- Carrefour Brasil: <https://grupocarrefourbrasil.com.br>
- Extra: <https://www.extra.com.br>
- Bompreço: <https://www.bompreco.com.br>
- Max Atacadista: <https://www.maxatacadista.com.br>
- Grupo Mateus: <https://www.grupomateus.com.br>
- Supermercados BH: <https://www.supermercadosbh.com.br/belo-horizonte>

Canal Especialitzat (Botigues Gourmet, Delicatessen i Minoristes Independents):

Encara que amb un volum menor, aquest canal té un paper estratègic en la distribució:

- **Espais reduïts i més selectivitat:** Les botigues gourmet i delicatessen tenen menys espai, però són més receptives a productes diferenciats i d'alt valor afegit. Aquest segment sol tenir una proporció més gran de productes importats en comparació amb els supermercats.
- **Distribuïdors petits i especialitzats:** Els distribuïdors més petits estan disposats a introduir productes nous i premium, fet que permet construir la marca i posicionar productes internacionals abans que arribin als grans supermercats. Els productes es venen en botigues físiques especialitzades o en plataformes en línia.

Principals botigues gourmet i delicatessen:

- Casa Santa Luzia: <https://www.santaluzia.com.br/>
- Le Dépanneur Delicatessen: <https://ledep.com.br/>
- Supermercado Verdemar: <https://www.loja.verdemaratevoce.com.br/>
- Empório Santa Maria: <http://www.emporiostmaria.com.br/>
- Empório Espanha: <https://www.facebook.com/emporioespanha/>
- Porto Divino: <https://www.portodivino.com.br/>
- Gosto Ibérico: <https://gostoiberico.com.br/>

Canal HORECA (Hotels, Restaurants, Cafeteries):

Aquest sector presenta oportunitats per a productes menys coneguts, però d'alt valor gastronòmic:

- **Obertura a la innovació:** Els xefs i restauradors al Brasil estan molt oberts a nous sabors i propostes culinàries, cosa que facilita l'entrada de productes nous al mercat.
- **Generació de demanda:** Els importadors que abasteixen restaurants poden ajudar a crear una demanda inicial i familiaritzar els consumidors amb productes que després poden ser comercialitzats en altres canals.
- **Majoristes locals:** Els majoristes locals juguen un paper crucial en aquest sector, abastint els establiments amb productes específics i, en molts casos, els restaurants prefereixen formats més petits a causa de la manca d'espai d'emmagatzematge.

Principals cadenes de restaurants rellevants:

- Fogo de Chão: <https://www.fogodechao.com.br>
- Churrascaria Palace: <http://www.churrascariapalace.com.br>
- Rodizio Grill: <https://www.rodiziogrill.com>
- Empório Vila Bistro: <https://www.restauranteemporiovilla.com.br>
- Adega Santiago Barra: <https://www.adegasantiago.com.br>
- Venga: <https://venga.com.br>
- Fim de Tarde: <http://www.fimdetarde.com.br>
- Paellas Pepe: <https://www.paellaspepe.com.br>
- Sevillano Birstro e Tapas: <https://sevillanobistro.com.br>
- Sancho Bar y Tapas: <http://www.sanchobarytapas.com.br>

Comerç en línia:

Encara que continua sent un canal minoritari, el comerç electrònic està guanyant rellevància, especialment per a productes internacionals:

- **Creixement i diferenciació:** Les plataformes en línia ofereixen un espai perquè els productes importats arribin a un públic interessat a provar nous sabors, sense les barreres tradicionals del mercat físic.
- **Menys barreres d'entrada:** A través d'internet, les marques internacionals poden arribar directament al consumidor, reduint la dependència dels canals tradicionals de distribució.
- **Plataformes predominants:** En l'àmbit del comerç electrònic, **Mercado Livre** i **Amazon Brasil** dominen el mercat, amb una forta presència en la venda de productes internacionals.

Principals plataformes de comerç en línia:

- | | |
|---|--|
| • Mercado Livre: Enllaç | • Magazine Luiza: Enllaç |
| • Amazon Brasil: Enllaç | • Shopee Brasil: Enllaç |
| • iFood: Enllaç | • Clube Wine: Enllaç |
| • Americanas: Enllaç | • Carrefour Brasil: Enllaç |

8. REQUISITS D'ENTRADA DE PRODUCTES AGROALIMENTARIS

La importació de productes agroalimentaris al Brasil està regulada per diverses entitats governamentals, principalment l'[Agência Nacional de Vigilância Sanitária \(ANVISA\)](#) i el [Ministério da Agricultura e Pecuária \(MAPA\)](#). A continuació, es presenten els principals requisits i procediments:

Registre de l'importador

- **ANVISA:** L'importador ha d'estar registrat a l'ANVISA per a productes sota el seu control, com aliments processats, begudes i suplements alimentaris.
- **MAPA:** Per a productes d'origen animal i vegetal, l'importador ha de registrar-se al MAPA.

Registre i autorització del producte

- **ANVISA:** Alguns productes requereixen registre o notificació prèvia abans de la seva importació. La *Resolució RDC nº 843/2024* estableix les categories d'aliments i envasos subjectes a registre, notificació o comunicació.
[Informació sobre regularització d'aliments i envasos al Brasil](#)
- **MAPA:** Els productes d'origen animal i vegetal poden necessitar un registre o autorització específica.

A continuació, es mostren els documents requerits per a la importació de productes alimentaris:

Llicència d'importació (LI):

La Llicència d'Importació és una autorització oficial del govern brasiler que permet l'entrada legal de determinats productes al país. El seu objectiu principal és controlar, fiscalitzar i assegurar el compliment de normatives tècniques, sanitàries, fitosanitàries, de seguretat o comercials abans que els béns siguin importats.

El règim brasiler de llicències d'importació inclou llicències automàtiques i no automàtiques. Les sol·licituds per a tots dos tipus de llicències se solen presentar electrònicament a través del *Sistema Integrado de Comercio Exterior (Siscomex)*.

- Les llicències d'importació automàtiques i no automàtiques s'han d'obtenir, generalment, abans de la presentació de la Declaració Duanera d'Importació.
- Tanmateix, les llicències d'importació no automàtiques poden haver d'obtenir-se abans de l'embarcament de les mercaderies al país d'exportació en casos específics, per exemple, si així ho estableix la legislació específica.

- Les llicències automàtiques d'importació es sol·liciten a la Dirección de Vigilancia de Productos Controlados (DFPC) de l'Exèrcit Brasiler (*Exército Brasileiro*).
- Les llicències no automàtiques d'importació estan subjectes al control del Departamento de Operaciones de Comercio Exterior (DECEX) o d'altres organismes i institucions governamentals, segons la categoria del producte pel qual es sol·licita la llicència, com per exemple l'Agència Nacional de Vigilància Sanitària (ANVISA) o el Ministeri d'Agricultura i Ramaderia (MAPA).

Preguntes recurrents sobre importació d'aliments

Certificats Sanitaris i Fitosanitaris

Emesos per les autoritats competents del país d'origen, certifiquen que el producte compleix amb els estàndards sanitaris exigits pel Brasil. És un document que garanteix que les plantes i productes vegetals importats han estat inspeccionats i compleixen amb les normatives fitosanitàries del país importador, assegurant que estan lliures de plagues quarantenàries i altres plagues nocives.

- Ha de ser emès per les autoritats fitosanitàries competents del país d'exportació.
- Pot redactar-se en qualsevol idioma, encara que es recomana una traducció al portuguès.

A més de la Llicència d'Importació i els certificats sanitaris, es requereixen documents com:

- Factura comercial
- Llista d'embalatge
- Coneixement d'embarcament (*Bill of Lading*)
- Certificat d'origen
- Certificat d'anàlisi (*aplica a mel, llet i iogurt, carns i embotits*)

Després d'obtenir els documents requerits, en arribar al Brasil, els productes estan subjectes a inspecció per part de l'ANVISA i/o el MAPA per verificar el compliment dels requisits sanitaris i de qualitat. Depenent del tipus de producte, les mercaderies poden ser sotmeses a inspeccions fitosanitàries, veterinàries o de qualitat, realitzades per les autoritats competents.

9. NORMATIVA ALIMENTÀRIA EN COMERCIALITZACIÓ

La comercialització d'aliments al Brasil està subjecta a normatives estrictes que garanteixen la seguretat, la qualitat i la informació al consumidor. A continuació, es destaquen els aspectes més rellevants de les entitats reguladores ANVISA i MAPA.

Agència Nacional de Vigilància Sanitària (ANVISA):

Registre i aprovació de productes: Verificar que tots els productes alimentaris processats estiguin registrats i aprovats abans de la seva comercialització, garantint la seva eficàcia, seguretat i qualitat.

Control de qualitat en la manufactura: Estableix normes estrictes per a la producció d'aliments, assegurant bones pràctiques que garanteixin la innocuïtat i qualitat dels mateixos.

Declaració d'al·lèrgens: Els aliments han de declarar obligatòriament els principals al·lèrgens alimentaris, seguint els requisits establerts per ANVISA. [Declaració d'al·lèrgens, panorama llatinoamericà.](#)

Etiquetatge i presentació: Regula l'etiquetatge dels aliments, exigint informació clara i precisa sobre ingredients, data de caducitat, instruccions d'emmagatzematge i preparació, i país d'origen.

Tots els productes alimentaris han de complir amb les normes d'etiquetatge d'ANVISA, incloent informació en **portuguès** sobre:

- Nom del producte
- Empresa fabricant
- Segell de l'òrgan encarregat de la inspecció sanitària
- Ubicació de l'empresa fabricant
- Marca comercial del producte
- Data de fabricació
- Pes líquid brut
- País de procedència
- Temperatura de conservació
- Termini de validesa

És essencial que l'etiquetatge compleixi amb la [Resolució RDC nº 727/2022.](#)

Ministeri d'Agricultura, Ramaderia i Subministrament (MAPA):

El **MAPA** és responsable de regular la producció i comercialització de productes agrícoles i alimentaris al Brasil. Les seves atribucions inclouen:

- **Normes per a productes orgànics:** Regula la producció i comercialització de productes orgànics, establint criteris i certificacions específiques per a la seva comercialització.

És fonamental que les empreses es mantinguin **actualitzades** sobre les regulacions vigents i assegurin el **compliment de totes les normatives** per garantir l'accés al mercat brasiler i la confiança dels consumidors. *Food Tech*

10. PRINCIPALS ESDEVENIMENTS DEL SECTOR

1. **ANUGA SELECT BRASIL**: Fira de negocis exclusiva per al sector d'aliments i begudes. Inspirada en Anuga, la fira més gran d'aliments i begudes del món, ANUFOOD Brazil presenta un concepte de sectorització que abasta tota la diversitat de la indústria alimentària sud-americana i destaca l'agronegoci.

Sector: **Begudes i Alimentació**

Periodicitat: **Anual**

Pròxima Edició: **Del dimarts 8 al dijous 10 d'abril de 2025**

Recinte: **Anhembi**

Ciutat: **Sao Paulo**

País: **Brasil**

2. **FISPAL FOOD SERVICE**: La fira més completa per al mercat de serveis alimentaris, que presenta solucions per a tota la cadena productiva del sector, incloent restaurants, fleques, bars, cafeteries, fast-food, gelateries, supermercats, hospitals, escoles, empreses de càterring, hotels, clíniques, clubs, cuines industrials i institucions públiques.

Sectors: Restaurants, Fleca, Cafè, Indústria de l'alimentació, Alimentació

Periodicitat: Anual

Pròxima Edició: Del dimarts 27 al divendres 30 de maig de 2025

Ciutat: Sao Paulo

País: Brasil

3. **APAS**: És un esdeveniment complet dedicat als negocis en el sector dels supermercats. Un punt de trobada on els professionals del sector estableixen nous contactes, amplien els seus negocis i s'informen sobre temes d'actualitat i noves tendències per al sector.

Sectors: Alimentació

Pròxima Edició: Del 18 al 21 de maig de 2026

Recinte: Centre d'Exposicions Nord

Ciutat: Sao Paulo

País: Brasil

4. **INGREDIENTES ALIMENTARIOS AMÉRICA DEL SUR**: Food Ingredients South America, en la seva 23a edició, és l'esdeveniment d'ingredients alimentaris més complet d'Amèrica Llatina. La fira reuneix, cada any, prop de 750 marques exposidores i més de 10.800.000 professionals qualificats, nacionals i internacionals, de 40 països.

Sectors: Alimentació, Màrqueting I+D

Pròxima Edició: Del 26 al 28 d'agost de 2025

Ciutat: Sao Paulo

País: Brasil

5. **NATURAL TECH**: Fira especialitzada en la indústria d'aliments i productes naturals. Està segmentada en tres grans àrees: aliments, salut i bellesa.
Sectors: Alimentació, Bellesa, Salut
Pròxima Edició: De l'11 al 14 de juny de 2025
Ciutat: Sao Paulo
País: Brasil

6. **EXPOMEAT**: Esdeveniment que se centra en la sinergia entre les empreses de producció de proteïna animal. Aquesta fira aposta fortament per la innovació i les noves tecnologies per millorar els processos de producció, reduir les despeses i aconseguir un tractament més eficient de la carn.
Sectors: Càrnic
Pròxima Edició: Del 22 al 24 de setembre de 2026
Ciutat: Sao Paulo
País: Brasil

7. **EXPOVINIS BRASIL**: Fira de vins més gran i important d'Amèrica Llatina, que reuneix cellers de renom mundial, vins de primer nivell i professionals de la indústria. L'esdeveniment presenta una àmplia gamma de vins de diferents regions i països, oferint als assistents l'oportunitat de tastar, aprendre i establir contactes.
Sectors: Vi
Pròxima Edició: Del 19 al 21 de juny de 2025
Ciutat: Sao Paulo
País: Brasil

8. **FIPAN**: Aquest esdeveniment es destaca per la seva forta presència d'operadors del sector **Food Service** al Brasil, atraient més de 55.000 professionals de diversos sectors relacionats. La fira està dirigida a professionals i gerents de fleques, pastisseries, pizzeries i altres indústries vinculades a la fleca.
Sectors: Alimentació, Fleca
Pròxima Edició: Del 22 al 25 de juliol de 2025
Ciutat: Sao Paulo
País: Brasil

11. FER NEGOCIS AL BRASIL

El Brasil, malgrat el seu atractiu, fer negocis en aquest país presenta desafiaments a causa de la seva complexa legislació, les seves normes fiscals i les diferències culturals. Tanmateix, amb la preparació adequada, entendre la cultura de negocis i comptar amb el suport d'un soci local, les oportunitats d'èxit són considerables.

Més enllà de la seva potència econòmica, el Brasil es distingeix per una cultura de negocis molt relacional i empàtica, on el vincle humà precedeix qualsevol negociació formal.

Les relacions personals i la generació de confiança són essencials: els brasilers valoren conèixer els seus socis comercials abans de discutir termes contractuals. Les reunions presencials i els àpats empresarials són claus per construir aquesta proximitat, i s'espera que el visitant mantingui un to cordial, obert i emocionalment receptiu. Els saluts solen incloure contacte visual i llenguatge corporal expressiu, aspectes culturals que reflecteixen entusiasme i sinceritat.

Factors clau per a l'èxit dels negocis al Brasil

- **Coneixement de la legislació tributària i fiscal:** És crucial comprendre la legislació brasilera, ja que les lleis varien entre els 27 estats del país. La manca de familiaritat amb aquestes regulacions podria generar inconvenients a l'hora d'intentar entrar al mercat.
- **Confiança i relacions personals:** Al Brasil, la confiança és fonamental per establir relacions comercials. És important comptar amb un soci comercial local que conegui bé el mercat i els processos burocràtics. Les relacions personals tenen un paper crucial abans de fer negocis.
- **Ús de la llengua portuguesa en els processos operatius:** Dominar l'idioma portuguès, o almenys mostrar esforç per comprendre'l, és molt valorat. Tot i que molts professionals parlen anglès o espanyol, presentar documents en portuguès enforteix la relació comercial.

Horaris i dies festius

- **Horaris de treball:** La jornada laboral al Brasil és de dilluns a divendres, amb una pausa entre les 12:00 i les 14:00 hores. Els comerços obren de 9:00 a 19:00 hores, els dissabtes de 9:00 a 18:00 hores i els diumenges de 9:00 a 14:00 hores. Els centres comercials solen tenir horaris més amplis.

- **Dies festius:** El Brasil té diversos dies festius importants, com el **Carnaval**, el **Dia de la Independència** i **Nadal**. És fonamental tenir en compte aquests dies a l'hora de planificar reunions i activitats comercials.

Cultura de reunions

- **Programar cites:** Es recomana programar les cites amb almenys dues setmanes d'antelació i confirmar-les uns dies abans per escrit. El trànsit a les principals ciutats pot ser un problema, per la qual cosa és recomanable programar les cites al matí (de 10:00 a 12:00 hores) o a la tarda (de 15:00 a 17:00 hores).
- **Confiança i relacions personals:** Al Brasil, és essencial establir relacions personals abans de prendre decisions comercials. Les primeres reunions són ideals per conèixer les persones i trencar el gel, on és habitual parlar sobre **futbol**, **carnaval**, **samba** o **família**.

Vestimenta i obsequis

- **Vestimenta:** L'empresari brasiler, encara que més relaxat que en altres països, encara valora la formalitat en el vestir. Es recomana que els homes portin vestit, camisa, corbata i sabates formals. Per a les dones, un vestit d'oficina elegant, brusa, talons moderats i un ús discret del maquillatge són adequats.
- **Obsequis:** Els regals han de ser representatius del país i de l'empresa, però no han de ser ostentosos per evitar malentesos. Les flors són un obsequi comunament ben rebut.

Negociacions

- **Procés de negociació:** Les negociacions al Brasil solen ser més lentes que en altres països a causa de la importància de les relacions personals. Durant les primeres reunions, és probable que no es prenguin decisions definitives, per la qual cosa és important tenir paciència i aprofitar per enfortir els vincles.
- **Assessorament legal:** Degut a la complexitat del sistema legal brasiler, és altament recomanable comptar amb un advocat especialitzat abans de signar qualsevol contracte. A més, tots els contractes al Brasil han d'estar redactats en portuguès i calculats en la moneda local, el **real brasiler**.
- **Decisions finals:** Les empreses brasileres tenen una estructura jeràrquica definida. Encara que tots els membres participaran en la discussió, les decisions finals les prendran els alts càrrecs.

12. OPORTUNITATS PEL SECTOR AGROALIMENTARI CATALÀ

- **Snacks premium i funcionals:**

El mercat brasiler de **snacks i productes de fleca i pastisseria** representa actualment un **1,59%** del consum total, però amb una **tendència creixent** a mesura que augmenta la classe mitjana urbana. Els consumidors **busquen snacks amb ingredients naturals, baixos en sucre i greixos trans**, amb formats fàcils de consumir *on-the-go*. Destaquen les **barres energètiques, mixes de fruits secs**, productes a base de **mandioca**, així com **aperitius inspirats en la dieta mediterrània**, com **crackers amb oli d'oliva i olives**. **Es preveu un creixement anual superior al 6% fins al 2032**, impulsat per la distribució a supermercats i apps de *delivery*.

- **Productes “free-from” (sense gluten, lactosa, etc.):**

El Brasil presenta una demanda creixent de productes **sense lactosa i sense gluten**, vinculada a la conscienciació sobre salut i benestar. El segment **làctic** representa un **6,69%** del consum total i està en plena transformació: cada cop més **iogurts, formatges i llets vegetals** responen a necessitats de consumidors intolerants o que volen opcions més saludables. **El segment “gluten-free” i “lactose-free” creix a ritmes del 7-8% anual**, amb forta presència en grans cadenes com **Pão de Açúcar** o **Carrefour Brasil**. A més, **més del 30% dels compradors** adquireixen productes “free-from” encara que **no tinguin intoleràncies diagnosticades**, seguint una tendència de prevenció i salut preventiva.

- **Aliments preparats i formats convenients:**

El ritme de vida de les **grans ciutats brasileres** (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte) ha impulsat la demanda de **plats preparats i menjar llest per consumir**, un segment que ja representa **2,36%** de les importacions. Els **kits de cuina i menús refrigerats** guanyen popularitat gràcies a plataformes de *delivery* com **iFood** i **Rappi**. Els **formats individuals i el packaging sostenible** són factors clau per al consumidor urbà, que valora la **comoditat sense renunciar a la qualitat nutricional**. Aquest segment té **fort potencial per a productes internacionals premium**, especialment plats mediterranis i *ready-to-eat* saludables.

- **Productes gourmet i fine food:**

El Brasil és un mercat emergent per als **productes gourmet i de valor afegit**, que actualment representen **18,75% del consum total**, incloent begudes, snacks, conserves i productes làctics. La **classe alta urbana** i el turisme gastronòmic impulsen la demanda de productes **amb origen i autenticitat**, especialment **olis d'oliva, formatges artesans, conserves premium**, melmelades i vinagres balsàmics. En el sector **HORECA**, restaurants de cuina internacional i hotels de luxe són punts estratègics per introduir productes catalans i europeus. **Aquest segment ha crescut un +10% entre 2023 i 2024**, amb forta concentració a ciutats com São Paulo i Rio de Janeiro.

- **Oli d'oliva i olis vegetals:**

El segment dels **olis vegetals** és un dels més rellevants al Brasil, representant el **31,71% del consum total**. L'oli d'oliva, amb un **1,16%**, mostra un **gran potencial de creixement**, ja que és percebut com un producte **saludable, premium i vinculat a la gastronomia mediterrània**. L'oli d'oliva importat de **Catalunya i altres regions europees** té una **alta acceptació entre consumidors urbans i de poder adquisitiu mitjà-alt**. Es detecta una **tendència d'ús creixent en restaurants i cuines professionals**, així com en llars que busquen opcions saludables. Campanyes educatives i promocions en supermercats són clau per ampliar la base de consumidors i incrementar el volum de vendes. **Aquest segment és estratègic per a les empreses catalanes**, ja que combina una **alta valorització per part del consumidor** i una baixa penetració encara a nivell general, la qual cosa ofereix espai per al creixement.

- **Begudes amb valor afegit:**

El segment de begudes representa un **5,29% del consum total**, amb una forta dinàmica d'innovació. Les tendències més rellevants són:

- **Cerveeses artesanes locals i internacionals**, amb creixement a doble dígit i enfocament en sabors tropicals i de temporada.
- **Vins i escumosos premium**, especialment en la franja urbana de major poder adquisitiu. Els escumosos representen **0,39%** del consum total i tenen un ampli marge de creixement.
- **Begudes funcionals** com kombutxa, sucus vegetals enriquits i infusions fredes, molt populars entre **consumidors joves** i de perfil saludable.
- **Productes amb història i sostenibilitat**, on el relat de marca és clau per captar el consumidor brasiler.

Es preveu un creixement anual conjunt del 6-7% fins al 2032, impulsat pel canvi d'hàbits de consum i la innovació en formats.

- **Alternatives plant-based i proteïna vegetal:**

El Brasil és un mercat clau per a la **proteïna vegetal**, amb un **creixement anual superior al +8%**. Un **27% dels consumidors urbans** ja consumeixen **productes plant-based** almenys un cop per setmana.

Els productes amb més demanda són:

- **Begudes vegetals**, especialment de soja, civada i ametlla.
- Substituts vegetals de formatges i iogurts.
- Snacks i plats preparats d'origen vegetal.

El perfil **flexiterià**, present en **un 35% de la població urbana**, és el principal motor d'aquesta tendència. A més, el creixement està impulsat per supermercats i restaurants que incorporen línies verdes i menús vegetarians en establiments de cadenes nacionals i internacionals.

- **Productes saludables i funcionals:** El **62% dels consumidors brasilers** han modificat la seva dieta per motius de **salut**, segons estudis recents de l'ABIA (*Associação Brasileira da Indústria de Alimentos*). Hi ha una clara preferència per **aliments que millorin la salut digestiva, mental i cardiovascular**, així com aquells **enriquits amb fibra, proteïna vegetal o probiòtics**.

Productes amb gran potencial:

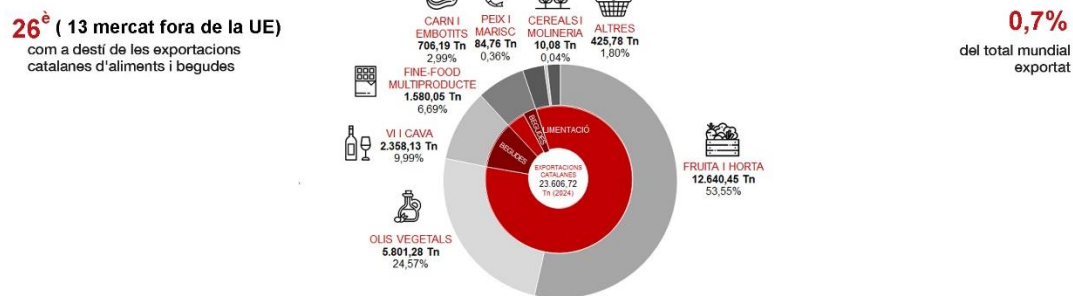
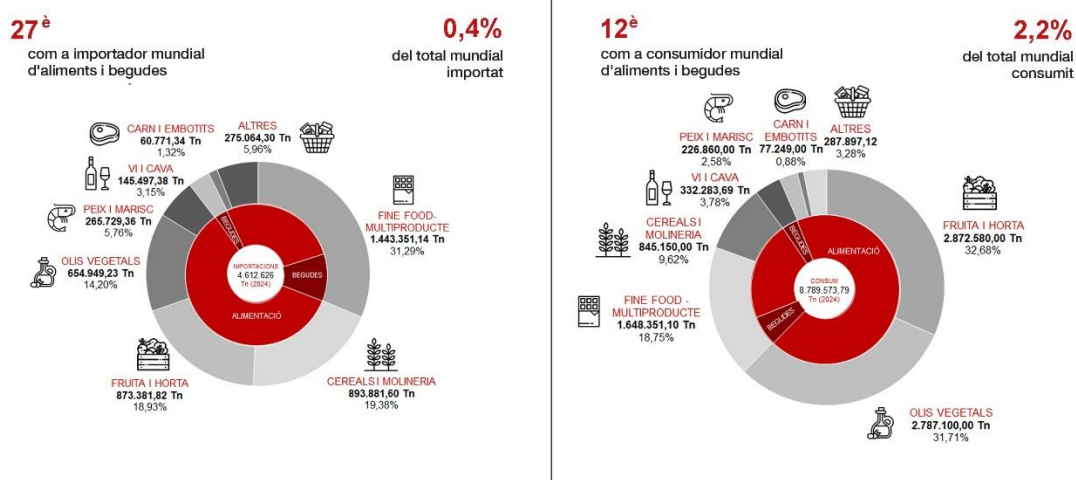
- **logurts funcionals** i fermentats.
- **Snacks amb superaliments**, com açai o chia.
- **Barres proteiques i energètiques**.
- **Begudes fermentades** com kombutxa i kefir.

Aquest segment és estratègic per la seva transversalitat, ja que connecta amb les tendències *plant-based*, *free-from* i *premium*.

13. BRASIL EN XIFRES – RESUM



Rànquing de comerç i consum



BRASIL	VOLUM (Tn)	INCREMENT ANUAL	VALOR (M€)	INCREMENT ANUAL
Exportacions agroalimentàries catalanes al mercat	23.607	↓ -2,8%	100	↑ 6,8%
Importacions agroalimentàries mundials del mercat	4.612.626	↑ 3,9%	14.936	↑ 4,2%
Consum agroalimentari del mercat	8.789.574	↑ 3,7%	199.283	↑ 6,4%

Empreses exportadores catalanes a Brasil



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades UN Comtrade, AEAT, Worldbank, Euromonitor International Ltd. Dades 2024.

QUADRE RESUM TOTAL MAGNITUDS CONSUM I COMERÇ

Brasil	CONSUM DEL MERCAT	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE CONSUM TOTAL	IMPORTACIONS MUNDIALS DEL MERCAT	PERGENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT	IMPORTACIONS DE CATALUNYA	PERGENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL IMPORTAT DE CATALUNYA	PERGENTATGE PRODUCTE DE CATALUNYA SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT	PERCENTATGE IMPORTAT MON SOBRE CONSUMIT	PERCENTATGE IMPORTAT CATALUNYA SOBRE CONSUMIT
	en Tones	en Volum	en Tones	en Volum	en Tones	en Volum	en Volum	en Volum	en Volum
CARN I EMBOTITS	77.249,00	0,88%	60.771,34	1,32%	706,19	2,99%	1,16%	78,67%	0,91%
Carn	76.350,80	0,87%	60.740,21	1,32%	507,58	2,15%	0,84%	79,55%	0,66%
Boví	61.035,00	0,69%	40.752,28	0,88%	0,00	0,00%	0,00%	66,77%	0,00%
Porcí	3.609,30	0,04%	0,00	0,00%	0,00	0,00%	#DIV/0!	0,00%	0,00%
Oví i Cabrum	1.109,00	0,01%	4.280,75	0,09%	0,00	0,00%	0,00%	386,00%	0,00%
Aus	10.597,50	0,12%	2.116,15	0,05%	0,00	0,00%	0,00%	19,97%	0,00%
Embotits i elaborats	898,20	0,01%	311,24	0,01%	198,53	0,84%	63,79%	34,65%	22,10%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	1.648.351,10	18,75%	1.443.351,14	31,29%	1.580,05	6,69%	0,11%	87,56%	0,10%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	155.911,80	1,77%	201.900,76	4,38%	119,37	0,51%	0,06%	129,50%	0,08%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	140.072,00	1,59%	89.738,74	1,95%	517,26	2,19%	0,58%	64,07%	0,37%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	459.847,30	5,23%	320.554,26	6,95%	296,64	1,26%	0,09%	69,71%	0,06%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	80.800,00	0,92%	46.588,01	1,01%	197,55	0,84%	0,42%	57,66%	0,24%
Formatges, productes làctics i ous	543.000,00	6,18%	277.339,74	6,01%	5,98	0,03%	0,00%	51,08%	0,00%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i melmelades	207.000,00	2,36%	453.948,27	9,84%	394,88	1,67%	0,09%	219,30%	0,19%
Altres (vinagres, gelats,...)	61.720,00	0,70%	53.281,37	1,16%	48,38	0,20%	0,09%	86,33%	0,08%
FRUITA I HORTA	2.872.580,00	32,68%	873.381,82	18,93%	12.640,45	53,55%	1,45%	30,40%	0,44%
Fruita	2.069.080,00	23,54%	520.383,27	11,28%	12.035,33	50,98%	2,31%	25,15%	0,58%
Pomes	903.900,00	10,28%	153.707,20	3,33%	8.828,05	37,40%	5,74%	17,00%	0,98%
Peres	150.000,00	1,71%	158.620,38	3,44%	2.646,96	11,21%	1,67%	105,75%	1,76%
Albercocs	98,32	0,00%	63,89	0,00%	0,00	0,00%	0,00%	64,98%	0,00%
Cireres	16.000,00	0,18%	36.697,58	0,80%	0,00	0,00%	0,00%	229,36%	0,00%
Nectarines i Préssecs	15.000,00	0,17%	13.074,44	0,28%	425,83	1,80%	3,26%	87,16%	2,84%
Cítrics	37.193,00	0,42%	43.135,70	0,94%	67,20	0,28%	0,16%	115,98%	0,18%
Horta	803.500,00	9,14%	352.998,55	7,65%	605,12	2,56%	0,17%	43,93%	0,08%
OLIS VEGETALS	2.787.100,00	31,71%	654.949,23	14,20%	5.801,28	24,57%	0,89%	23,50%	0,21%
Oli d'oliva	101.600,00	1,16%	80.114,08	1,74%	5.126,14	21,71%	6,40%	78,85%	5,05%
VI I CAVA	332.283,69	3,78%	145.497,38	3,15%	2.358,13	9,99%	1,62%	43,79%	0,71%
Vi de taula	297.100,00	3,38%	137.713,88	2,99%	885,83	3,75%	0,64%	46,35%	0,30%
Escumós	33.600,00	0,38%	7.347,07	0,16%	1.472,31	6,24%	20,04%	21,87%	4,38%
Cava		0,00%		0,00%	1.308,50	5,54%	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
Altres	1.583,69	0,02%	436,43	0,01%	0,00	0,00%	0,00%	27,56%	0,00%
CEREAIS I MOLINERIA	845.150,00	9,62%	893.881,60	19,38%	10,08	0,04%	0,00%	105,77%	0,00%
PEIX I MARISC	226.860,00	2,58%	265.729,36	5,76%	84,76	0,36%	0,03%	117,13%	0,04%
Peix	213.010,00	2,42%	249.299,96	5,40%	84,76	0,36%	0,03%	117,04%	0,04%
Marisc	13.850,00	0,16%	9.031,31	0,20%	0,00	0,00%	0,00%	65,21%	0,00%
ALTRES	287.897,12	3,28%	275.064,30	5,96%	425,78	1,80%	0,15%	95,54%	0,15%
TOTAL	8.789.573,79	100,00%	4.612.626,16	100,00%	23.606,72	100,00%	0,51%	52,48%	0,27%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades UN Comtrade, AEAT i Euromonitor International Ltd. Dades 2024.

#CatalanFood Trade

Informació de mercats, economia i empresa pel sector de l'alimentació

MÉS INFORMACIÓ

Marc Oliveras

Cap Àrea de Coneixement i Estratègia Prodeca

Email: marc.oliveras@gencat.cat

Eva Castro

Tècnica Àrea de Coneixement i Estratègia Prodeca

Email: evacastro@gencat.cat

Telèfon de contacte: 93 552 48 20

FONTS

- AEAT: <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/estadisticas.html>
- UNCOMTRADE: <https://comtradeplus.un.org>
- Fons Monetari Internacional (FMI): www.imf.org
- The International Trade Administration, U.S. Department of Commerce: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides>
- Euromonitor International Ltd: <https://www.euromonitor.com>
- Mintel: <https://es.mintel.com/>
- Banc Mundial: <https://datos.bancomundial.org/>
- The European Commission's trade department: <https://trade.ec.europa.eu>
- UNCTAD: <https://unctad.org>
- Govern de Brasil: <https://www.gov.br>
- OFECOMES: https://comercio.gob.es/Red_Oficinas_Economicas/Red_Exterior
- The World Trade Organization: <https://www.wto.org>
- Mordor Intelligence: <https://www.mordorintelligence.com>
- Statista. <https://www.statista.com>
- SIS – International Research - <https://www.sisinternational.com/>
- NielsenIQ - <https://nielseniq.com/global/es>

Avís de renúncia i confidencialitat

Aquest document es publica únicament amb finalitats informatives. La informació ha estat elaborada a partir de, o sobre la base de fonts que considerem fiables, però no es pot garantir ni acceptar la responsabilitat per la seva integritat o exactitud. Les conseqüències de qualsevol actuació realitzada sobre la base de la informació continguda en el mateix són de l'exclusiva responsabilitat del destinatari.