



## **Administração Estratégica**

# **Análise de Conjuntura do Setor de Chocolate**

Integrantes

Amanda Cristina Rocha Batista

Ângela Cristina Leite

Ricardo Augusto Leite

Vânia Issa Farah Ramos

Professor Leonardo Terra

---

**2011**

Jaboticabal / SP

## *Análise de Conjuntura*

Entre a colonização portuguesa em 1500 até 1822, a economia era restrita apenas a produção de bens primários como açúcar, café e ouro.

Após o final da colonização e da dependência quase total de mão de obra escrava, vinda do continente africano, este cenário começou a mudar no final do século XIX com a vinda em massa de imigrantes europeus, buscando melhores oportunidades de vida. Em dados históricos mostram que essa massa começou a imigrar entre 1882 e 1934 com 4,5 milhões no Brasil.

Com a crise econômica mundial desencadeada no final de 2008, enfraquecendo economicamente as maiores potências mundiais como os EUA e a União Européia também afetaram o Brasil de uma forma mais branda, mas mesmo assim pode se sentir os efeitos que até o momento parece não ter terminado.

Com esse cenário, o Brasil parece ter ganhado uma chance maior em se destacar diante da atual situação, pois países emergentes estão atraindo montanhas de capital estrangeiro, com isso ajudando e acelerando o desenvolvimento, devido a forte valorização da moeda nacional (Real) e alta e atrativa taxa de juros, por outro lado está afetando no preço final dos produtos consumidos pelas famílias, pois segundo o analista Sergio Vale afirma que a inflação vai dar trabalho para o atual governo federal, pois historicamente os brasileiros têm dificuldades de lidar com a inflação, vista nos anos 90, onde preços eram reajustados diariamente.

No ano de 2010, segundo a BACEN, o Brasil tornou - se a oitava maior economia do mundo. O Brasil ocupa um cenário de destaque, sendo uma economia emergente e atraindo capital estrangeiro em massa. Seu PIB é composto por setores como serviços que representa 66,8%, indústria 29,7% e a agricultura 3,5%, ou seja, a maior fonte de renda predominante das famílias brasileiras vem do setor de serviços.

De acordo com CAGED em 2008 havia 100,77 milhões de trabalhadores, que são divididos em 71% no setor de serviços, 19% na indústria e 10% na agricultura, provando mais uma vez, que o setor é predominante e possuidor de uma alta influencia na hora de estudar o consumo das famílias.

O governo passado entre 2003 à 2010 de Lula deixou um bom legado para a atual Presidenta Dilma, através de grandes avanços na economia e uma redução

## *Análise de Conjuntura*

considerável da pobreza através de programas sociais como bolsa família, o fome zero e o controle da inflação, tanto temida pelos brasileiros na década de 80 e 90.

É notável que o poder de compra do brasileiro aumentou consideravelmente, com a elevação da massa da população e seu poder de consumo, junto com uma economia estável, houve uma necessidade de dar uma importância maior para a agricultura através de programas como PRONAF e outras linhas de créditos para pequenos e grandes agricultores.

O desempenho da agricultura tem como principais produtos o café, soja, trigo, cana de açúcar, cítricos, cacau e carne, e de acordo com o ministério da agricultura está crescendo em média 8% ao ano.

Na indústria não é diferente, atualmente com o segundo maior parque industrial da América, muitas empresas brasileiras se destacam internacionalmente como as produtoras de automóveis, petroquímicas, aeronaves e outros bens duráveis, e estão investindo pesado em tecnologia para atender a futura demanda tanto interna como externa, deixando um cenário otimista para economia brasileira para os próximos anos.

Mesmo com este cenário a intenção de consumo das famílias brasileiras aumentou 2,5% no mês de julho deste ano e 1,9% em comparação com agosto de 2010, segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), na pesquisa nacional de intenção de consumo das famílias.

Segundo, a gerente de coordenação de contas nacionais do IBGE, Rebeca de La Roquer Palis, o consumo das famílias vem aumentando gradativamente há 31 trimestres consecutivos, confirmando que a crise econômica não afetou o consumo e com isso estarão propensas a consumir mais.

De acordo com pesquisas realizada pela Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo ( Fecomercio- SP), referente ao Consumo das Famílias Brasileiras até 2020, apontou que o consumo das famílias brasileiras deve chegar a R\$ 2,42 trilhões em 2013 e a R\$ 3,29 trilhões em 2020. As classes C, D, E registrou no ano de 2009, gastos de R\$ 864 bilhões, o equivalente a 78% do volume gasto pelas classes A e B, que foi de R\$ 1,10 trilhão, um total de R\$ 1,96 trilhão. Com isso, o crescimento do consumo, até 2020, será de 40%. O estudo indica que o consumo

## *Análise de Conjuntura*

das famílias com renda de até dez salários mínimos deva ser de 7% à 8% maior, nos próximos dois anos.

Segundo, IPEA (Instituto de Pesquisas Econômica Aplicada), a população brasileira, está dividida nas classes A, B, C, D e E. Na qual, a classe A e B, tem renda mensal superior a R\$ 4.800,00, o equivalente a 10,4% da população. A classe C (classe média) recebe mensalmente de R\$ 1.115,00 a R\$ 4.800 e equivale a 47% da população, a classe D ganha entre R\$ 770,00 a R\$ 1.115,00 e detém 22% da população, já a classe E tem renda de até R\$ 770,00 por mês e representa 15% da população condenada a dividir entre si apenas 2% da renda nacional.

Se o público alvo da doçaria fosse no geral à população brasileira, o seu mercado seria de aproximadamente 53% da população (classe C), enquanto a população cresceu 5,35% de 2005 à 2010, a classe C cresceu 62,12%. Segundo relatório da Cetelem (2009), esse crescimento é favorável, pois como afirma Marcos Etchegoyen, presidente da Cetelem que “Existe uma grande transformação e ela pode se transformar em oportunidade se usarmos essas informações para fazer um planejamento estratégico de nossos negócios”, então o empreendimento deve aproveitar essa oportunidade de crescimento para ampliar os clientes, aumentando as vendas para poder competir no mercado regional de forma consolidada, visando atender as pessoas com excelência.

Segundo, estimativa do IBGE, 2010, o Brasil possui cerca de 192 milhões de habitantes, destacando-se como a quinta nação mais populosa do mundo. Ao longo dos últimos anos, o crescimento demográfico do país tem diminuído o ritmo, na qual era muito alto até a década de 1960.

As razões para uma diminuição do crescimento demográfico relacionam-se com a urbanização e industrialização e como incentivos a redução da natalidade (como a ingestão de anticoncepcionais). Embora a taxa de mortalidade no país tenha caído bastante desde a década de 1940, a queda na taxa de natalidade foi ainda maior.

Este fato, representa uma conjuntura econômica demográfica favorável ao processo de desenvolvimento sócio econômico, portanto, é necessário mais investimentos visando o desenvolvimento e adaptação à nova realidade demográfica que começa a se traçar.

Um ponto relevante é que com a redução do número de crianças, aumenta o número de mulheres trabalhando, para aumentar o poder aquisitivo nos lares. E isso

## *Análise de Conjuntura*

certamente fará que com essas mulheres realizem suas compras usufruindo de iguarias (como chocolates e doces em geral), para consumo próprio ou como forma de presentear.

De acordo com o Banco Central, a oferta de crédito fácil, a taxa de emprego em elevação, o aumento dos salários, dos empregos e da confiança do consumidor, têm permitido a expansão das vendas no varejo e também o aquecimento no mercado de trabalho.

Segundo ABRASEL (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes), o mercado de trabalho no setor alimentício vem sendo responsável por empregar milhões de pessoas em todo Brasil, sendo responsável por gerar 8% de empregos diretos, o que equivale a 6 milhões de vagas, dando à chance do primeiro emprego, mesmo sem escolaridade, pois caso essas pessoas recebam um bom treinamento, podem vir à obter sucesso nesse ramo.

As oportunidades de trabalhos temporários também vem sendo considerável, segundo a Associação Brasileira das Empresas de Serviços Terceirizáveis e Trabalhos Temporários, o setor de serviços temporários teve um aumento de 10% em relação aos últimos dois anos, devido a datas comemorativas como Páscoa, Dia das Mães e Natal, tendo como maior destaque a Páscoa, pois é uma das épocas mais lucrativas para o setor de alimentos, representando em média 63,3 mil vagas por ano.

O setor de alimentação, devem preocupar-se com a saúde de seus clientes, portanto devem conhecer muito bem os seus fornecedores, e comprar produtos de qualidade, que tenham o menor teor de agentes químicos possível, uma vez que os transgênicos apresentam riscos à saúde.

Segundo, Ministério da Agricultura, os fertilizantes são responsáveis por 40% do custo de produção dos alimentos no mercado, refletindo diretamente no valor final pago pelos consumidores. No Brasil, o mercado de fertilizantes mobiliza mais de 96 bilhões por ano, e de acordo com o integrante do Ministério da Pesca e Aquicultura (MPA), o país é o terceiro maior importador, com um percentual de 70% e o quarto maior consumidor mundial.

A Petrobrás se destaca nesse cenário por ser a única produtora de uréia (insumo utilizado na produção de fertilizantes e adubos) no país, produzindo 600 toneladas/dias, tendo sua produção concentrada em usinas no estado da Bahia e Sergipe. A estatal tem

## *Análise de Conjuntura*

como meta, aumentar sua produção em mais de 1 milhão de toneladas/ ano a partir de 2013, com o objetivo de reduzir as importações de fertilizantes nitrogenados que somaram no ano passado 2,1 milhões de toneladas. Segundo Paulo Roberto Costa, Diretor do Abastecimento da Estatal, esse volume presumido, diminuirá em até 50% as importações no país, sendo obtida através da construção de uma nova unidade produtiva.

Hoje em dia a presença de produtos químicos nas plantações é bastante considerável, pois a maioria dessas recebem pesticidas, alguns a base de arsênio (veneno que penetra nos tecidos vegetais). O pesticida mais utilizado nas plantações brasileiras é o DDT (diclorodifeniltricloroetano), ele penetra na polpa dos vegetais misturando - se na seiva, na qual são também encontrados em alimentos de origem animal, como exemplo, quando as vacas consomem os vegetais esses produtos ficam acumulados na gordura sendo eliminados no leite.

O Brasil tem o maior rebanho bovino do mundo, com uma média de 160 milhões de cabeça, deste ativo, 34 milhões são de animais reservados para produção de leite. Devido a uma ampla área agricultável e possuir o maior reservatório de água doce do mundo, além de condições climáticas variáveis, que favorecem a produção de pasto e forragem conservada durante o ano todo, permitindo o aumento do gado e a sua produção.

As margens de lucro do mercado leiteiro são restringidas, somente aqueles que conseguem diminuir seus custos de produção e aumentam o volume de leite para comercialização, é que conseguem ficar no mercado.

O Brasil, também tem se destacado na produção de celulose, de acordo com (Bracelpa), Associação Brasileira de Celulose e Papel, o Brasil é o quarto produtor de celulose do mundo, isso devido a investimentos em pesquisas, disponibilidade de terras boas para o cultivo, clima favorável, além de ter um dos menores custos de produção do mundo. Em 2009, surgiu a empresa Fibria, resultante da fusão entre a Votorantim Celulose e Papel (VCP) e Aracruz Celulose, tornando - se líder mundial na produção de celulose de eucalipto, com capacidade de 6 milhões de toneladas por ano.

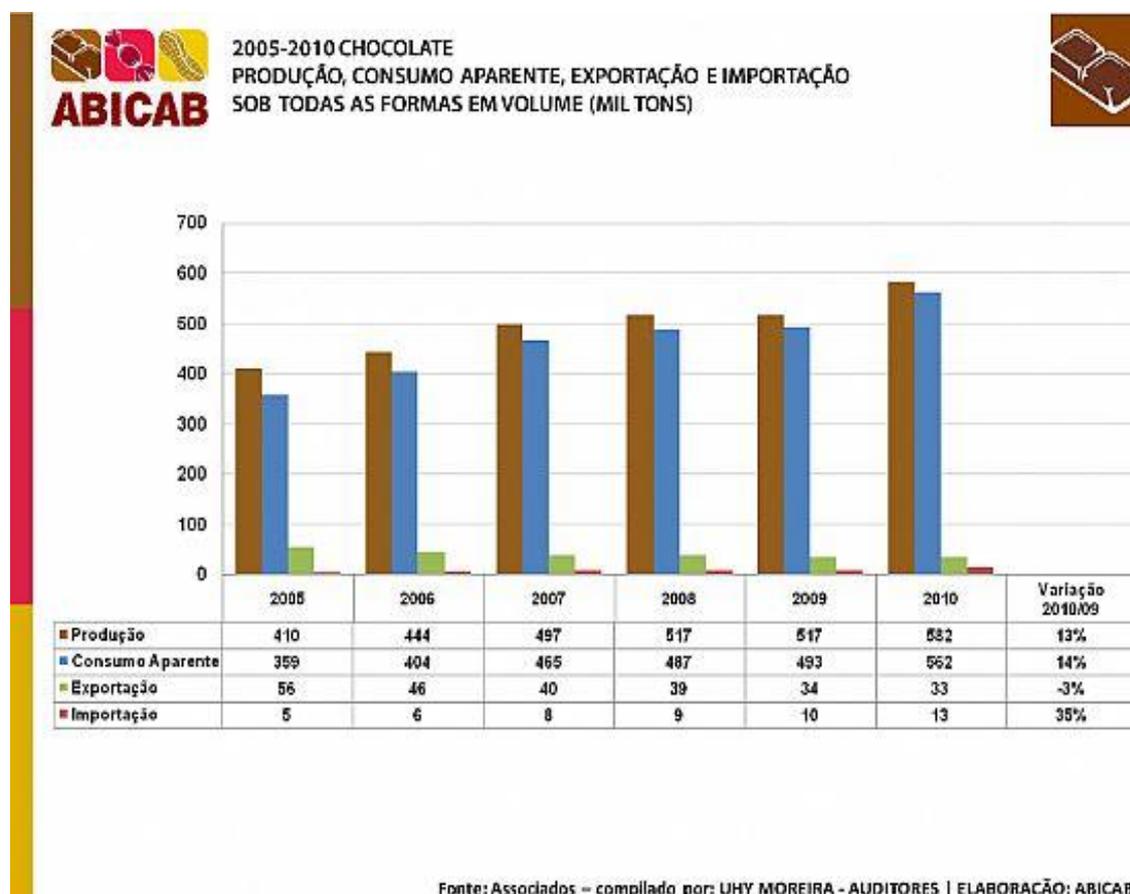
Em agosto deste ano a produção de celulose no Brasil cresceu 4 %, perante o mesmo período em 2010, sendo produzidas 1,21 milhão de tonelada de celulose, em

## Análise de Conjuntura

relação ao mesmo mês do ano anterior com 1,16 toneladas, representando também um crescimento de 4,5 % em comparação a julho deste ano, tendo um acumulo de 9,34 milhões de toneladas em relação aos oito primeiros meses do ano de 2010.

Atualmente; o Brasil está ocupando o sexto lugar no ranking mundial, sua produção nacional de cacau está em torno de 220 mil toneladas/ano, sendo o estado da Bahia o primeiro produtor nacional, responsável por 63% desta produção, com aproximadamente, 140 mil toneladas/ano. Conforme a ABICAB (Associação Brasileira da Indústria do Chocolate, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados), o Brasil assumiu no ano de 2009, o quarto lugar no consumo de chocolate do mundo, ficando apenas atrás dos Estados Unidos, Alemanha e Reino Unido.

Podemos observar também no gráfico abaixo que houve um aumento considerável no consumo aparente nos últimos seis anos, com uma variação de 14% entre o anos de 2009/2010, a produção também vêm se destacando, manteve-se estável nos anos de 2008/2009 e com um aumento de 3% em 2010, a exportação vem sofrendo queda com uma variação de -3% entre o ano 2009/2010, já a importação tem mostrado um leve crescimento nesses últimos anos.



## *Análise de Conjuntura*

Apesar das dificuldades, com a alta cotação do cacau no comércio exterior, os conflitos e os elevados preços na Costa do Marfim e a queda das bolsas com baixa no dólar, isso não favorece os produtores brasileiros, pois o mercado cacauero depende da cotação do mercado futuro na bolsa de Nova York e a compra interna das Indústrias de Chocolate. Sendo assim, as perspectivas para os produtores cacaueros ainda são boas, pois a demanda pelo produto está aquecida no Brasil, ocupando o sexto lugar em produção, e sendo o quarto maior consumidor do mundo, em média 500 mil toneladas/ano, com uma tendência de aumento de 10%. O Brasil tem uma posição excepcional quanto ao produto derivado do cacau.

O consumo médio de um brasileiro é de 2,4 kg de chocolate por ano, em São Paulo essa média chega à de 3,8 kg, enquanto em alguns Estados do Norte não chega a 1 kg por ano.

Um estudo realizado pelo IBOPE média ouviu 18.884 pessoas, entre agosto de 2009 e julho de 2010, nas regiões metropolitanas de São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Fortaleza, e Brasília, além do interior de São Paulo e das regiões sul e sudeste, mostrou que os curitibanos (73%), seguidos dos paulistas e do interior (71%) e recifenses 70% são os maiores consumidores de chocolate no País. Os portos alegrenses (65%) e os cariocas (63%) são os que menos se interessam pelo produto, mas ainda assim o consumo é expressivo. A pesquisa também constatou que as mulheres (71%) consomem mais chocolates que os homens. Mostrou também que o consumo diminui com o avanço da idade. Já entre as classes sociais, os entrevistados pertencentes às classes A e B consomem (69%), seguidos pela classe C com (66%) e por último estão os consumidores das classes D e E com (57%).

A tabela abaixo mostra a penetração do chocolate nas regiões metropolitanas.

## Análise de Conjuntura

<b>Chocolate: penetração por praça</b>	<b>elementos</b>	<b>total</b>	<b>Consumidores de chocolate*</b>
<b>total</b>	% horz	100%	66%
Curitiba	% horz	100%	73%
São Paulo	% horz	100%	71%
São Paulo - Interior (Total)	% horz	100%	71%
São Paulo - Interior (exceto Campinas)	% horz	100%	71%
Recife	% horz	100%	70%
Salvador	% horz	100%	69%
Campinas	% horz	100%	68%
Brasília (DF)	% horz	100%	67%
Belo Horizonte	% horz	100%	67%
Fortaleza	% horz	100%	65%
Porto Alegre	% horz	100%	65%
Rio de Janeiro	% horz	100%	63%
Sul/ Sudeste - Interior	% horz	100%	58%

\* consumiram nos últimos 7 dias.

Fonte: Target Group Index - 18.884 entrevistas entre agosto de 2009 e julho de 2010.

A tabela abaixo mostra os índices de consumo em sete dias, e destaca que pessoas entre 12 e 19 anos são as mais fanáticas pelo produto: 77% comeram a guloseima.

<b>Chocolate: penetração por classe, sexo e idade.</b>	<b>elementos</b>	<b>total</b>	<b>2010</b>
			<b>Consumidores de chocolate*</b>
<b>total</b>	% horz	100%	66%
Brasil - AB	% horz	100%	69%
Brasil - C	% horz	100%	66%
Brasil - DE	% horz	100%	57%
Masculino	% horz	100%	61%
Feminino	% horz	100%	71%
12 - 19 anos	% horz	100%	77%
20 - 24 anos	% horz	100%	73%
25 - 34 anos	% horz	100%	70%
35 - 44 anos	% horz	100%	61%
45 - 54 anos	% horz	100%	60%
55 - 64 anos	% horz	100%	53%

\* consumiram nos últimos 7 dias.

## *Análise de Conjuntura*

Do total de pessoas que consumiram chocolates nos últimos setes dias, 82% consumiram do tipo tablete puro 72% consumiram bombons e 55% barras recheadas.

Por muitos anos a tecnologia em relação à produção de chocolate, praticamente não existiu, o chocolate era feito da seguinte forma: primeiro começava com o esmagamento das sementes do cacau, as pessoas andavam sobre as sementes esmagando - as e, em seguida era temperado com pimenta, depois a mistura era levada ao fogo e cozida, mexendo vigorosamente com uma pá de madeira até ficar espumosa. E para se ter um sabor mais agradável, adiciona-se baunilha, urucum, pimentão, milho verde, cogumelos (alucinógenos), frutas, e raramente mel. Nesse período quase não se usava doces nas preparações.

Quando a Revolução Industrial chegou, muitas mudanças ocorreram, como a criação de máquinas de espremer cacau, que ajudava a fazer um chocolate mais consistente e durável.

Com o passar do tempo e com a intervenção do homem que procurou tornar mais eficiente a produção de chocolate, os processos começaram a ganhar alguns benefícios com equipamentos simples, baratos e de fácil uso como: máquinas de torrefação, de fragmentação de eliminação das cascas, de moagem e de refino, que os ajudavam em seu manuseio artesanal. Mas dependendo ainda de habilidades pessoal nos processos.

Com o aperfeiçoamento das tecnologias, desenvolvimento de equipamento mais sofisticados e com o aparecimento de várias indústrias, o processo do chocolate começou a ser feito em grande escala, na qual esse processo é composto de cinco etapas básicas: malaxação, refinação, conching, tempera, a modelagem.

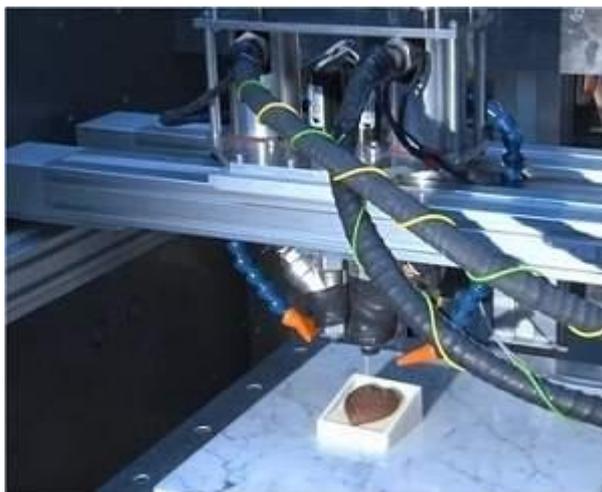
A quase V séculos depois, a tecnologia está sendo capaz de influenciar o aproveitamento dos derivados do cacau a partir da produção, de tal forma que a integração do subproduto e dos resíduos está sendo reutilizados e transformados em adubo e em complemento de alimentos dos animais. Além disso, a casca do cacau também é utilizada na produção de álcool, biofertilizantes e biogás.

Decorrentes de consumidores cada vez mais exigentes, inovações surgem a todo o momento, um exemplo disso é a máquina impressora de chocolate 3D desenvolvida pela universidade de Exeter, no Reino Unido. Essa máquina/ robô desenha o objeto e o

## *Análise de Conjuntura*

transforma em chocolate, para isso ocorrer, são necessários vários ciclos de aquecimento e resfriamento até obter a consistência adequada. Futuramente este tipo de tecnologia irá permitir fabricar objetos para domicílios e até mesmo jóias.

A figura abaixo mostra um exemplo de impressão e mais abaixo a máquina que desenvolveu esse processo.



Fonte: [Olhardigital](#)

Com a globalização e a tecnologia avançada, os concorrentes não são apenas as empresas vizinhas, que possuem os mesmos recursos, a concorrência envolve também empresas multinacionais e internacionais, que na maioria das vezes possuem mais recursos e maior poder de mercado. Portanto, estratégias de competitividade devem envolver um diferencial, seja ele científico, tecnológico ou outros, e primordialmente oferecer um atendimento de qualidade para os clientes, conquistando sua fidelização.

O seguimento de mercado de chocolates não se destaca somente em produtos industrializados, mas também proporciona espaço para oficinas artesanais, pequenos

## *Análise de Conjuntura*

produtores, cuja fabricação é caseira. A abertura de uma fábrica caseira pode gerar bons rendimentos o ano todo. Apesar da grande concorrência, a fabricação de chocolates caseiros oferece muitas oportunidades para o pequeno empreendedor, garantindo uma fonte de renda para muitas famílias. O fundamental é o empreendedor identificar os segmentos que ainda não foram explorados. Esse mercado tem crescido bastante e hoje representa cerca de 15% do total, afirma Antonio Salgado Filho, vice – presidente da Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, amendoim, balas e derivados( Abicab). Segundo ele, as cidades que mais se concentram a produção artesanal são Gramados e Canelas (RS), Campos do Jordão (SP) e Nova Friburgo (RJ). Em Gramado o volume de produção é tão grande, que já existe até a associação do chocolate.

A vantagem do pequeno produtor, é que pode oferecer aos consumidores produtos e recheios diversificados que não são encontrados em larga escala, fazendo com que os mesmos, tenham a sensação de nunca ter comido algo com aquele sabor, o que não acontece com produtos industrializados.

Nos dias de hoje há vários artesões que utilizam o chocolate pronto em barra, como uma maneira fácil, rápida e acessível para se trabalhar. Eles utilizam essas barras de chocolates para derretê-las e dar formas, criando outros produtos. Nesse processo os equipamentos básicos são: eletrodomésticos em geral, refratários, talheres, máquinas de ralar o chocolate, balanças eletrônicas, derretedeiras, estufas e formas de silicone. Com o avanço da tecnologia esses pequenos fabricantes/ artesões, também podem aproveitar e se beneficiar com essas novas oportunidades de negócio, com o objetivo de aperfeiçoar o produto oferecido, adquirindo novos equipamentos, para demonstrar o seu trabalho em forma de decorações e enfeites.

O chocolate faz parte da cultura brasileira, desde que o cacau foi introduzido no Brasil, o chocolate se tornou uma iguaria desejada por muitos. Hoje em dia o chocolate é encontrado em diferentes formas, como: chocolate em pó, barras, ovos, bombons e achocolatados, além de ser também um ingrediente de muitos alimentos, como: bolos, mousses, sorvetes, entre outros. Paralelamente, o chocolate passou a ser associado a determinadas datas comemorativas, como: páscoa, aniversários, dia dos namorados, dia das mães, dia dos pais, natal, dia das crianças, dia da secretária, pois são presentes fáceis de encontrar, sendo acessível ao bolso de todas as pessoas. Fonte: Oficina & CIA.

## *Análise de Conjuntura*

Na páscoa a procura por chocolates é ainda maior, pois a oferta e a variedade de ovos de chocolate estimulam a busca por esta iguaria.

De acordo com um levantamento feito pelo Indicador Serasa Experian de Atividade do Comércio - Páscoa 2010, as vendas tiveram um crescimento mais expressivo, houve um aumento de 4,5%, em comparação com a Páscoa de 2009. Os resultados da pesquisa são positivos e reafirmam a boa fase do crescimento econômico do Brasil.

Hoje os derivados do cacau são consumidos em várias formas por diferentes tipos de pessoas, e podem ser em formas de barras de alto valor nutritivo, em formas sofisticadas ou em um simples bombom, além de muitos de seus derivados serem utilizados em vinhos, licores, vinagres e geléias. Fonte: Portal São Francisco

Com as mudanças ocorridas ao longo dos anos e com os avanços tecnológicos, hoje encontramos o cacau, não somente em produtos para consumo, mas também em cosméticos, perfumaria e tratamentos estéticos.

Segundo, (IUB) Instituto Universal Brasileiro, O chocolate tem mostrado vários benefícios na cosmética moderna. Suas propriedades antioxidantes e ação hidratante têm sido amplamente exploradas em uma grande variedade de cosméticos para o corpo, rosto e cabelos. Hoje em dia são vendidos cremes hidratantes, xampus, condicionadores, perfumes, óleo de banho, sabonetes, batons e muitos outros produtos.

A indústria de cosméticos e perfumaria é um dos setores que mais se destacam no Brasil, com uma média de crescimento anual de 11% nos últimos dez anos. Em 2010 esse mesmo mercado cresceu em 12,6%. Cada vez mais o chocolate vem sendo usado para finalidades estéticas, rico em vitaminas como potássio, fósforo, ferro, zinco, cobre, cromo, vitaminas E, B1 e B2, excelentes para a pele.

A idéia de usar os produtos em tratamentos estéticos já chegou ao Brasil, onde várias clínicas de estéticas oferecem diferentes produtos e/ou serviços, como banhos, tratamentos faciais, massagens, entre outros.

Além de ser usado na indústria cosmética o chocolate consumido sem exagero, no máximo 20 gramas por dia e dentro de um estilo de vida saudável pode ajudar evitar pressão alta e melhorar o colesterol, devido aos antioxidantes do cacau. Um estudo da

## *Análise de Conjuntura*

Universidade de Cambridge, na Inglaterra, afirma que quem come mais chocolate tem um risco menor de sofrer derrames, doenças do coração e até mesmo de ter diabetes.

O mercado de chocolate é bastante amplo e diversificado e atingi as várias classes sociais. Existem produtos dos mais variados preços, gostos e preferências. O volume de certos itens da despesa familiar dependem de fatores como tamanho da família, o lugar onde moram, o modo de vida, a classe social e rendimentos.

O empreendimento estará localizado na cidade de Pitangueiras no interior do estado de São Paulo. A cidade foi fundada em 27 de julho de 1858 e de acordo com o Censo 2010 do IBGE ela possui uma área de 430,638 km<sup>2</sup>. No ano de 2010, 11.856 domicílios de Pitangueiras foram recenseados, com população de 35.307 habitantes, sendo que 18.009 são homens e 17.298 são mulheres. Matrículas no ensino fundamental foram 5.853, no ensino médio foram 1.590, e docentes no ensino fundamental foram 278 e no ensino médio 123. Foram cadastradas 1.285 unidades de empresas com pessoal ocupado por 7.444 pessoas, sendo que 6.133 são assalariados, com salário médio mensal de 2.8 salários mínimos, IDH 0,764, PIB R\$372.446,948 mil e PIB per capita R\$10.620,10.

Em Pitangueiras grande parte das empresas é de pequeno porte, no seguimento de varejo e que se enquadram no regime tributário Simples Nacional.

No Brasil o número de empresas optante pelo Simples Nacional cresceu em média 250% nos últimos quatro anos, chegando a cinco milhões de novas empresas. Índices divulgados pelo CGSN (Cômite Gestor do Simples Nacional) mostram esse crescimento de empresas que optaram por esse sistema. Em 2007, foram 266.725, em 2008, 304.643, em 2009, 406.108, em 2010, 418.873, e em 2011 já são 129.775 empresas. Pequenas empresas se enquadram neste regime tributário Simples Nacional e tem receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 2.400.000,00, sendo mais adequado para esse tipo de empreendimento.

Elas possuem algumas vantagens optando pelo simples como: a tributação com alíquotas mais favorecidas e progressivas, de acordo com a receita bruta auferida; recolhimento unificado e centralizado de impostos e contribuições federais, cálculo simplificado, dispensa da obrigatoriedade de escrituração instituídas pela União, e

## ***Análise de Conjuntura***

recolhimentos destinados ao Sesc, Sesi, Senai, Senac, Sebrae, e seus congêneres, bem assim as relativas ao salário – educação.

A doçaria deverá seguir as normas da Vigilância Sanitária, pois esta é responsável por fiscalizar e controlar a fabricação, produção, armazenagem, transporte, distribuição e comercialização de produtos e a prestação de serviços de interesse da Saúde Pública. Instrumentos legais, notificações e multas, são usadas para punir e reprimir práticas que coloquem em risco a saúde dos cidadãos. Desse modo a empresa deve se preocupar com o bem estar dos clientes e seguir todas as normas impostas pela Vigilância Sanitária.

O empreendimento também deverá levar em consideração, questões sobre o meio ambiente, que estão em ênfase na atualidade. No qual o processo de produção totalmente artesanal, visando, o não desperdício de matéria prima, todo o lixo gerado é separado e posteriormente é encaminhado a coleta seletiva, na qual é realizada pelas empresas, incentivando também a população a separar o lixo, mostrando a importância da reciclagem.

### **1 - Cenários**

#### **1.1 - Provável**

O governo está estimulando o crescimento do país, com projeto de infraestrutura com concursos públicos. Com isso aumentar o poder aquisitivo, gerando o consumo da população e aumento o PIB do país, futuramente isso será algo favorável para o empreendimento, pois cada vez mais as pessoas estão consumindo mais.

Atualmente o mercado de trabalho no setor alimentício é responsável por empregar milhões de pessoas em todo Brasil, dando à chance do primeiro emprego, mesmo sem escolaridade, pois caso essas pessoas recebam um bom treinamento, podem vir à obter sucesso nesse ramo.

As oportunidades de trabalhos no setor de serviços temporários também vem sendo considerável, isso devido a datas comemorativas, tendo como maior destaque a Páscoa, na qual é uma das épocas mais lucrativas para o setor de alimentos, representando em média 63,3 mil vagas por ano.

## *Análise de Conjuntura*

Atualmente a presença de produtos químicos nas plantações é bastante considerável, pois a maioria dessas recebem pesticidas, alguns a base de arsênio (veneno que penetra nos tecidos vegetais).

Os setores de alimentação, devem – se preocupar com a saúde de seus clientes, portanto devem conhecer muito bem os seus fornecedores, e comprar produtos de qualidade, que tenham o menor teor de agentes químicos possível, uma vez que os transgênicos apresentam riscos a saúde.

Um projeto de lei 851/11 defende o que produto alimentício esclareça se a formulação utiliza derivados de cacau ou aromatizantes. Segundo o Deputado Geraldo Simões sem a formulação na embalagem, fica difícil saber se o produto realmente tem derivados de cacau ou apenas substâncias químicas para imitar o sabor. Como essas percepções não podem ter certeza do que estamos consumindo, é necessário ter a formulação na embalagem para que o consumidor fique consciente sobre o produto adquirido, isso trará uma valorização do produto no empreendimento, pois o rótulo ele mantém uma característica do produto, firmando sua credibilidade.

Apesar das dificuldades, com alta cotação do cacau no exterior e a baixa do dólar, as perspectivas para os produtores cacauzeiros ainda são boas, pois a demanda pelo produto esta aquecida no Brasil, na qual ocupa o sexto lugar em produção, em média de 220 mil toneladas/ano, e é o quarto maior consumidor do mundo em média 500 mil toneladas/ano, com uma tendência de aumento de 10%. O Brasil tem uma posição excepcional quanto ao produto derivado do cacau.

De acordo com as pesquisas realizadas, o cenário mais provável no momento, mostra que o setor alimentício continuará crescendo, incluindo as iguarias (chocolates), mesmo que o setor cacauzeiro não consiga a renegociação de imediato de suas dívidas, e o setor de doçaria passe por alguma dificuldade, ele continuará se expandindo, principalmente os pequenos artesões que aproveitam as oportunidades oferecidas pelo mercado e cada vez mais investe em pequenos empreendimentos que geram um retorno financeiro rápido, complementando o orçamento dessas pessoas, e podendo até virar um grande negócio.

Outro fator relevante é a tecnologia avançada, não afetando diretamente o pequeno produtor artesanal, pois o público de seus produtos são consumidores distintos dos consumidores dos chocolates industrializados.

## *Análise de Conjuntura*

Consequência disso, é que essas indústrias tem se deparado com um consumidor cada vez mais exigente e consciente dos benefícios e malefícios vinculados ao consumo de alguns alimentos industrializados.

### **1.2 - Pessimista**

A moeda Americana está se desvalorizando, de tal forma que está afetando o custo elevado de exportação e gerando o aumento de inflação, implicando no consumo, entretanto o preço da matéria prima para processo de produção terá o custo elevado. Além disso, o preço do chocolate provavelmente ficará muito mais alto, pois o consumo do doce está sendo maior que a produção de cacau, podendo até se tornar em 20 anos uma iguaria rara como afirma a Associação de Pesquisa do cacau da Inglaterra. Ela cita também que o preço do cacau aumentou nos últimos anos, devido os produtores não receber incentivos para replantio das cacauzeiros. E o cacau também só pode ser cultivado em zonas próximas à linha do Equador, abrangendo países em desenvolvimento.

Outro ponto pessimista é que na fabricação de chocolate são inseridas algumas substâncias não saudáveis, como é o caso do açúcar e da gordura saturada (derivada do leite), o que acaba agregando calorias no produto. E isso influencia muito as mulheres, pois a preocupação das mesmas é não engordar, optando sempre por fazer dietas. Se essa tendência crescer, certamente elas deixarão de consumir chocolates caseiros e irão optar pelos industrializados, diet e light que hoje estão sendo disponibilizados pelas grandes marcas do mercado. Outro grupo influenciado que podem deixar de consumir chocolates são as pessoas com casos de Diabetes, que aumentou mais de 100% no país desde 1980 e segundo a publicação científica “Lancet”, no mundo já afetou quase 350 milhões de pessoas, se isso continuar futuramente esse grupo consumirá cada vez menos o produto, influenciando nas vendas do chocolate, sendo algo desfavorável para a empresa.

Outro fator significativo que pode afetar a doçaria, é a inflação e a taxa de juros crescente, na qual o poder aquisitivo das pessoas será menor, e isso fará com que elas optem em aplicar seus recursos em alimentos essenciais do dia a dia.

## *Análise de Conjuntura*

Outro ponto que poderá afetar a empresa é a tecnologia avançada, que pode acabar com os produtos caseiros, pois essas novas máquinas/ robô futuramente, poderão fazer em grande escala produtos artesanais padronizados e diferenciados para um público bem diversificado.

A empresa possui concorrentes diretos e indiretos (cafeterias e sorveterias), situados na mesma cidade. Este cenário é ruim, pois os concorrentes poderão inovar seus processos de produção, ou seu ambiente, fazendo com que os clientes optem por comprar as guloseimas na concorrência e não na doçaria.

### **1.3 - Otimista**

Com análise no mercado, podemos avaliar que as empresas de eventos estão em alta, um ótimo investimento, com isso podemos observar que as empresas que fabricam doces em geral têm uma grande oportunidade de crescimento no mercado, pois hoje em dia as pessoas estão sempre sem tempo e disponibilidade para organizar festas e eventos, gerando um cenário otimista para empresas deste segmento, e provavelmente isso continuará acontecendo, garantindo uma estabilidade para o mesmo.

Com o desenvolvimento do país, o poder aquisitivo da população está concentrado na classe C, na qual é o público alvo da empresa, a Classe C representa 53% da população total do país, enquanto a população cresceu 5,35% de 2005 à 2010, a classe C cresceu 62,12%. Esse crescimento é favorável, pois como afirma Marcos Etchegoyen, presidente da Cetelem que “Existe uma grande transformação e ela pode se transformar em oportunidade se usarmos essas informações para fazer um planejamento estratégico de nossos negócios”, então o empreendimento deve aproveitar essa oportunidade de crescimento que provavelmente tende a continuar, para ampliar os clientes, aumentando as vendas para poder competir no mercado regional de forma consolidada, visando atender as pessoas com excelência.

Pode – se citar também que segundo a gerente de coordenação de contas nacionais do IBGE, Rebeca de La Roquer Palis, o consumo das famílias vem aumentando gradativamente há 31 trimestres consecutivos, confirmando que a crise econômica não afetou o consumo e com isso estarão propensas a consumir mais, sendo um ponto favorável também para o empreendimento.

## *Análise de Conjuntura*

Apesar da grande concorrência e o surgimento de novas tecnologias (como a máquina robô), a fabricação de chocolates caseiros oferece muitas oportunidades para o pequeno empreendedor, garantindo uma fonte de renda para muitas famílias. Segundo, Antonio Salgado Filho, vice – presidente da Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Amendoim, Balas e Derivados (ABICAB), esse mercado tem crescido bastante e hoje representa cerca de 15% do total.

A vantagem do pequeno produtor, é poder oferecer aos consumidores produtos e recheios diversificados que não são encontrados em larga escala, fazendo com que os mesmos, tenham a sensação de nunca ter comido algo com aquele sabor, o que não acontece com produtos industrializados.

Em Pitangueiras S/P, o concorrente direto não possui uma estratégia de vendas planejada, então, a empresa será a única doçaria da cidade há possuir loja física nesse tipo de segmento, proporcionando um atendimento direto com o cliente, sendo um fator muito importante principalmente nos dias de hoje onde a organização deve sempre saber quais são as expectativas de seus clientes para poder atender - las e superá-las. Portanto se futuramente não entrar nenhum concorrente que ofereça os mesmos serviços no mercado local, o empreendimento terá maior chance de disponibilidade no mercado.

### **Referências:**

- Braspack
- Embrapa
- KLOTTER, Philip. Administração de Marketing. Análise, Planejamento, Implementação e Controle. 4ª Edição , São Paulo, Atlas, 1995.
- <http://www.administradores.com.br/informe-se/informativo/vendas-para-a-pascoa-crescem-em-2010-revela-pesquisa/31929/>
- <http://www.anutricionista.com/vilao-ou-mocinho-descubra-o-papel-do-chocolate.html>
- <http://blog.institutouniversal.com.br/index.php/2010/03/pascoa-cosmeticos-de-chocolate/>

## *Análise de Conjuntura*

- <http://chocolatecomcultura.blogspot.com/>
- [http://www.dohmsweb.net/apparenza/informes/173\\_boletim\\_cosm\\_art\\_tec.pdf](http://www.dohmsweb.net/apparenza/informes/173_boletim_cosm_art_tec.pdf)
- <http://www.estadao.com.br/noticias/nacional,consumo-das-familias-cresce-7-em-2010-aponta-ibge,687118,0.htm>
- <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,valorizacao-do-real-reflete-mudancas-na-economia-global-diz-bc,80911,0.htm>
- [http://www.fecomercio.com.br/?option=com\\_estudos&view=interna&Itemid=19&id=3105](http://www.fecomercio.com.br/?option=com_estudos&view=interna&Itemid=19&id=3105)
- <http://www1.folha.uol.com.br/folha/comida/ult10005u548558.shtml>
- <http://jornale.com.br/mirian/?p=4019>
- <http://www.lumisites.com/oportunidades/distribuidor-lumi/distribuidor-mercado>
- <http://ww.personare.com.br/revista/saude-e-beleza/materia/1381/cosmeticos-de-chocolate-como-usar>
- <http://pt.shvoong.com/humanities/history/1785689-cacau-ao-chocolate/#ixzz1VkqfhNLT>
- <http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=4625>
- [http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2010/noticia\\_00110.htm](http://www.serasaexperian.com.br/release/noticias/2010/noticia_00110.htm)
- [http://pt.wikipedia.org/wiki/Economia\\_do\\_Brasil](http://pt.wikipedia.org/wiki/Economia_do_Brasil)
- [http://pt.wikipedia.org/wiki/Problemas\\_econ%C3%B4micos\\_do\\_Brasil](http://pt.wikipedia.org/wiki/Problemas_econ%C3%B4micos_do_Brasil)
- [http://pt.wikipedia.org/wiki/Renda\\_no\\_Brasil](http://pt.wikipedia.org/wiki/Renda_no_Brasil)
- <http://pt.wikipedia.org/wiki/Chocolate>
- <http://pt.shvoong.com/humanities/history/1785689-cacau-ao-chocolate/#ixzz1VkqfhNLT>
- <http://www.varejista.com.br/noticias/2902/consumo-de-chocolate-diminui-com-avanco-da-idade-diz-pesquisa>

## *Análise de Conjuntura*

- <http://www.comunicacao.ba.gov.br/noticias/2011/02/10/camara-setorial-implanta-mutirao-para-renegociar-de-divida-do-cacau>
- [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)
- <http://www.diainfo.com.br/tecnologia/1647>
- <http://www.portalsaofrancisco.com.br/alfa/cacau/cacau-10.php>
- <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI237447-17180,00-NUMERO+DE+EMPRESAS+NO+SIMPLES+CHEGA+A+MILHOES.html>
- <http://www.santanderempreendedor.com.br/noticias/legislacao/1458-simples-nacional-cresce-250-em-quatro-anos>
- <http://g1.globo.com/jornal-da-globo/noticia/2011/09/pib-desacelera-e-governo-admite-crescimento-menor-este-ano.html>
- <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2011/09/comer-chocolate-faz-bem-saude-comprovam-cientistas-ingleses.html>
- <http://www.canalbrasilnewsusa.com/v1/2011/06/27/casos-de-diabetes-aumentaram-mais-de-100-desde-1980-no-brasil/>
- <http://veja.abril.com.br/noticia/ciencia/chocolate-devera-ser-iguaria-rara-em-20-anos>
- <http://www.valor.com.br/empresas/990618/producao-de-cacau-sera-15-menor>
- <http://agricultura.ruralbr.com.br/noticia/2011/07/apesar-da-alta-cotacao-do-cacau-no-exterior-baixa-do-dolar-prejudica-produtor-brasileiro-3373469.html>
- <http://tvterraviva.band.com.br/conteudo.asp?ID=500923>
- [www.cetelem.com.br](http://www.cetelem.com.br)
- <http://www.cnc.org>
- [www.ibge.gov.br](http://www.ibge.gov.br)
- [www.ipobe.com.br](http://www.ipobe.com.br)

## *Análise de Conjuntura*

- [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)
- [www.cetelem.com.br](http://www.cetelem.com.br)
- [www.abicab.org.br](http://www.abicab.org.br)
- [http://blig.ig.com.br/eder\\_geo/2010/03/07/classes-a-b-c-d-e-e-no-brasil/](http://blig.ig.com.br/eder_geo/2010/03/07/classes-a-b-c-d-e-e-no-brasil/)
- <http://www.acil.com.br/noticias/07/06/2010/gasto-de-classes-cd-e-e-crescera-o-dobro-das-classes-a-e-b-ate-2012>
- <https://www.gerafuturo.com.br/petrobras-quer-ampliar-produ%C3%A7%C3%A3o-de-ureia>
- [http://economia.terra.com.br/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201110051829\\_RT\\_R\\_1317839054nE5E7GR0EW](http://economia.terra.com.br/noticias/noticia.aspx?idNoticia=201110051829_RT_R_1317839054nE5E7GR0EW)
- <http://www.logweb.com.br/novo/conteudo/noticia/23196/logistica-da-brasil-cacau-esta-planejada-para-comportar-expansao/>
- [http://gazetaonline.globo.com/\\_conteudo/2009/08/120747-vendas+da+garoto+triplicam+sete+anos+apos+negocio+com+a+nestle.html](http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2009/08/120747-vendas+da+garoto+triplicam+sete+anos+apos+negocio+com+a+nestle.html)
- <http://economia.estadao.com.br/noticias/economia,compra-da-garoto-pela-nestle-faz-oito-anos,6647,0.htm>
- <http://www.brasileuropa.com/artigos/e-nestle.htm>
- <http://mundodomarketing.com.br/7,19050,a-receita-do-sucesso-da-cacau-show.htm>
- <http://opiniaoenoticia.com.br/economia/negocios/faturamento-da-nestle-pode-chegar-a-r-31-bilhoes/>
- <http://exame.abril.com.br/pme/galerias/franquias/brasil-cacau-kopenhagen-popular-582198>
- <http://www.kopenhagen.com.br/site/default.aspx>
- <http://juizdeforaonline.wordpress.com/2011/04/16/oportunidades-de-trabalho-temporario-na-pascoa-crescem-10-por-ano-materia-2/cia>

