MAPA DE OPORTUNIDADES

CADEIA PRODUTIVA DO SORVETE DO MATO GROSSO DO SUL

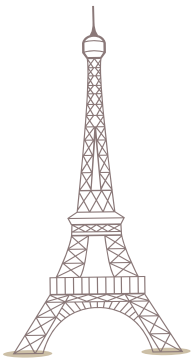
SEBRAE

SORVETE
A HISTÓRIA

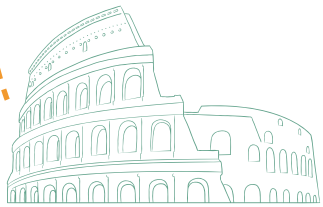
O sorvete surgiu com os chineses, que misturavam neve com frutas fazendo uma espécie de gelado.

Esta técnica foi passada aos árabes, que logo começaram a fazer caldas geladas chamadas de sharbet.

Na Grécia, nas famosas festas gastronômicas, os convidados já degustavam frutas e saladas geladas com neve. O Imperador mandava seus escravos buscarem neve nas montanhas para misturar com mel, polpa ou suco de frutas. O gelo era estocado em profundos poços construídos pelo povo.



E que mais tarde se transformaram nos famosos sorvetes franceses sem leite, os sorbets.
Mas o grande público francês só teve acesso a estas especialidades um século depois do casamento da Catarina, quando Francesco Procópio abriu um café, em Paris, que servia bebidas geladas e sorvete tipo sorbet.



A grande revolução no mundo dos sorvetes aconteceu com Marco Polo, que trouxe do Oriente para a Itália, em 1292, o segredo do preparo de sorvetes usando técnicas especiais. Assim a moda dos sorvetes espalhou-se por toda a Itália, e quando Catarina de Medici casou-se na França com o futuro Henrique II, entre as novidades trazidas da Itália para o banquete de casamento, estavam as deliciosas sobremesas geladas, as quais, encantaram toda a corte.

Os sorvetes se espalharam por toda a Europa e logo chegaram também aos Estados Unidos. A primeira produção de sorvete em escala industrial ocorreu nos Estados Unidos, há 40 anos. Hoje, no mundo todo, quem mais fabrica sorvete são os norte-americanos.

No Brasil, o sorvete ficou conhecido em 1834, quando dois comerciantes cariocas compraram 217 toneladas de gelo, vindas em um navio norte-americano, e começaram a fabricar sorvetes com frutas brasileiras. Na época, não havia como conservar o sorvete gelado e, por isso, tinha que ser tomado logo após o seu preparo. Um anúncio avisava a hora exata da fabricação. O primeiro anúncio apareceu em São Paulo, no dia 4 de janeiro de 1878, contendo a seguinte mensagem: “SORVETES - Todos os dias às 15 horas, na Rua Direita, nº 44”.

SORVETE
O PRODUTO

No Brasil, o sorvete é um dos muitos alimentos que se encontram dentro da Legislação de gelados comestíveis, definidos na resolução RDC nº 266, de 22 de setembro de 2005 da Anvisa, a qual discorre:

> Produtos congelados obtidos a partir de uma emulsão de gorduras e proteínas; ou de uma mistura de água e açúcar(es). Podem ser adicionado(s) outro(s) ingrediente(s) desde que não descaracterize(m) o produto (Anvisa, 2005)

O mercado do produto é abrangente, incluindo o sorvete em massa, picolés, softs (sorvetes produzidos na hora e consumidos principalmente em redes de fast food), sobremesas, tortas, bolos. Os mais tradicionais no mercado brasileiro são o sorvete em massa, os picolés e os softs.

Se em outros países, o sorvete é considerado alimento rico em nutrientes, no Brasil é percebido como uma sobremesa ou guloseima, fator que prejudica seu consumo.

Figura: Valores nutricionais do sorvete

Valores nutricionais* do sorvete comparados com outros alimentos

* Valores médios calculados para sorvetes de uma empresa fabricante. Podem variar de acordo com formulação.

Alimento (100gr)	Calorias (Kcal)	Glicídios (g)	Proteínas (g)	Lipídios (g)	Cálcio (mg)	Fósforo (mg)	Ferro (mg)
Carne de Gado Assada	287,70	0,00	25,25	20,75	9,00	303,00	3,20
Frango Assado com Rôle	226,00	0,00	26,30	13,50	11,00	140,00	1,30
Arroz Cozido	109,70	24,40	2,80	0,10	20,00	25,00	—
Filé Francês	269,00	57,40	9,30	0,20	22,00	107,00	1,20
Cachorro Quente	283,00	0,00	11,00	14,70	34,00	99,00	2,40
Filé Torrado Fatias	388,00	3,00	10,00	5,00	42,00	130,00	1,30
Ovo Frito	216,00	57,40	3,80	17,20	65,00	165,00	2,67
Sorvete à base de água	126,30	30,00	1,50	*	65,00	165,00	0,25
Sorvete à base de leite	186,00	20,00	4,01	8,10	144,00	120,00	0,20
Leite em Pó Desnatado	351,00	49,50	35,50	0,80	1301,00	1106,00	0,50
Feijão Mulatinho	332,30	55,37	24,24	1,55	—	—	—

Nota: 100gr correspondem a aproximadamente 2 bolas de sorvete.

Valores nutritivos retirados:

1 – Repertório geral dos Alimentos (Favier/Ripert/Toque/Feinberg).

2 – Tabela de Composição Química dos Alimentos (de Guilherme Franco).

Sorvete é um alimento pouco calórico e rico em nutrientes.
Não causa qualquer doença.
Preparado à base de leite é rico em cálcio, proteína e vitamina A.
Recomenda-se consumo de 3 bolas de sorvete de base láctea por dia.
Essencial para todas as idades.

Fonte: ABIS

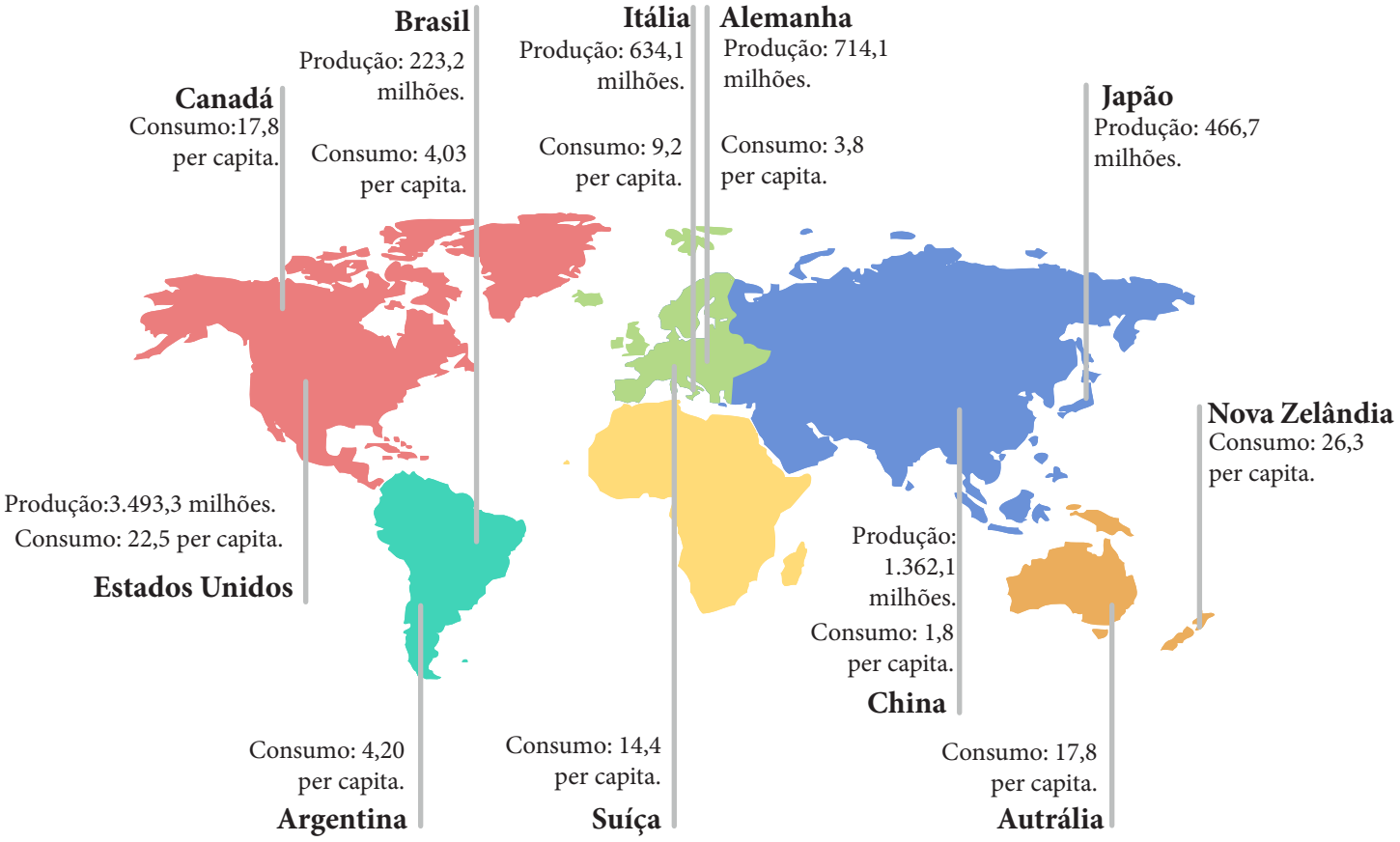
De fato, o sorvete é um alimento de baixo valor calórico. Há algumas iniciativa para mudar a concepção de que o sorvete não é um alimento, como um Programa encabeçado pela ABIS (Associação Brasileiros das Indústrias e do Setor de Sorvetes) chamado 'Sorvete Alimenta'.

Entre suas ações está a introdução do sorvete na alimentação escolar, incluindo parcerias com os Conselhos Regionais de Nutrição.

SORVETE NO MUNDO

Segundo estudo realizado pelo Sebrae/MG (Panorama de Negócios – Fabricação de Sorvete na Região Metropolitana de Belo Horizonte, em 2010), o volume de fabricação do sorvete no mercado mundial estava estimado em 12,2 bilhões de litros por ano, em 2008.Enquanto os Estados Unidos e a China são responsáveis por cerca de 40% da produção no mundo, o Brasil responde por menos de 2% desta produção. Os principais fabricantes mundiais são Unilever, Nestlé e General Mills.

Figura 2:Mercado mundial de sorvetes (em litros) – 2008



Fonte: ABIS

Já os maiores mercados consumidores estão espalhados pelo mundo e mais concentrados nos países desenvolvidos. Na Noruega, por exemplo, o consumo chega a 30L per capita ao ano, 26,3L per capita na Nova Zelândia e 22,5L per capita nos Estados Unidos. No Brasil, de acordo com a Abis, este número foi de 6,43L em 2014.

SORVETE
NO BRASIL

A PRODUÇÃO E O CONSUMO DE SORVETE NO BRASIL

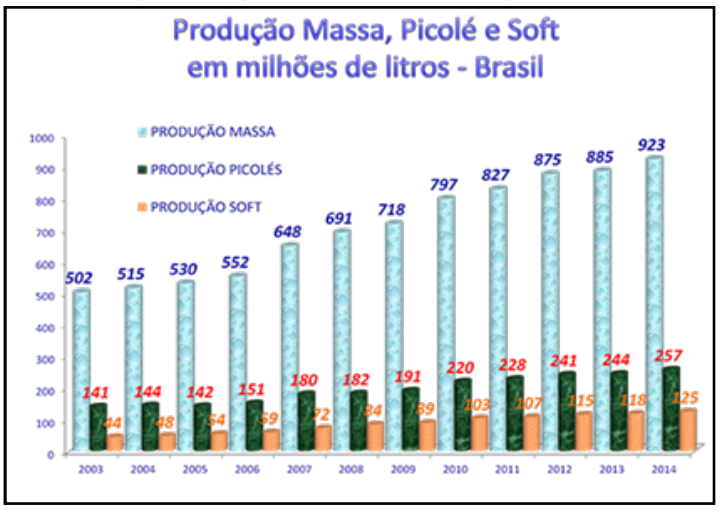
O Brasil apresenta potencial de crescimento da demanda e consequentemente da produção de sorvete. Segundo dados do Sebrae/MG,

Comparando a taxa de crescimento da quantidade de sorvete produzido no Brasil com a dos principais países produtores, o Brasil fica atrás apenas da China (2003-2008). (Sebrae/MG,2010)

A FABRICAÇÃO DO SORVETE NO BRASIL

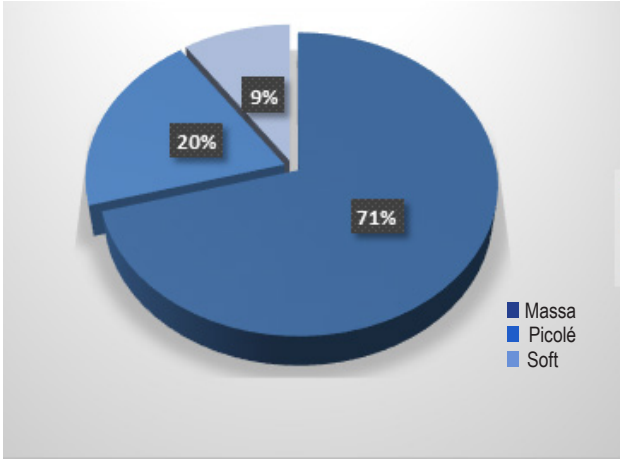
Entre 2003 e 2014, somando os três principais produtos (massa, picolé e soft), a produção de sorvete cresceu 89,95%. No topo do ranking, está o tipo massa, com 923 milhões de litros fabricados em 2014. Em 2013, foram 885 milhões de litros. Os picolés aparecem em segundo lugar. No ano passado, atingiram 257 milhões de litros contra 244 milhões de 2013. Embora em expansão, a variante soft (conhecido também como expresso, é a menos produzida no Brasil, chegando ao volume de 125 milhões de litros em 2014 – sete milhões a mais do que em 2013. (AGAGEL, 2015).

Figura 3:Produção de sorvetes, por tipo, ao longo dos anos



Fonte: ABIS

Gráfico 1: Participação na produção por tipo de sorvete no Brasil - 2014



Fonte: Produção Foco Opinião e Mercado - Dados ABIS

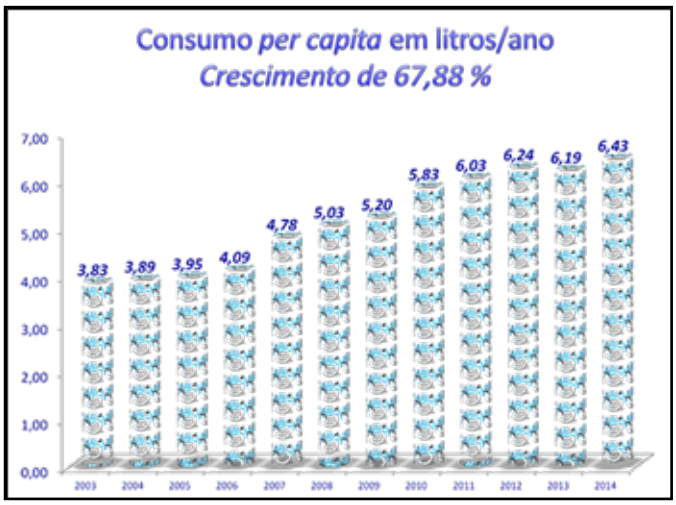
O CONSUMO DO SORVETE NO BRASIL

O Brasil é um mercado em franco desenvolvimento. Conforme informações da AGAGEL - Associação Gaúcha das Indústrias de Gelados Comestíveis e Afins e Abis, o consumo de sorvete no Brasil em milhões de litros cresceu 90,5% nos últimos 11 anos. Além disso, o crescimento do consumo per capita foi igualmente expressivo, de 67,88% em pouco mais de uma década.

Figura 4:Consumo de sorvetes, ao longo dos anos

Fonte: ABIS

Figura 5:Consumo per capita de sorvetes, ao longo dos anos



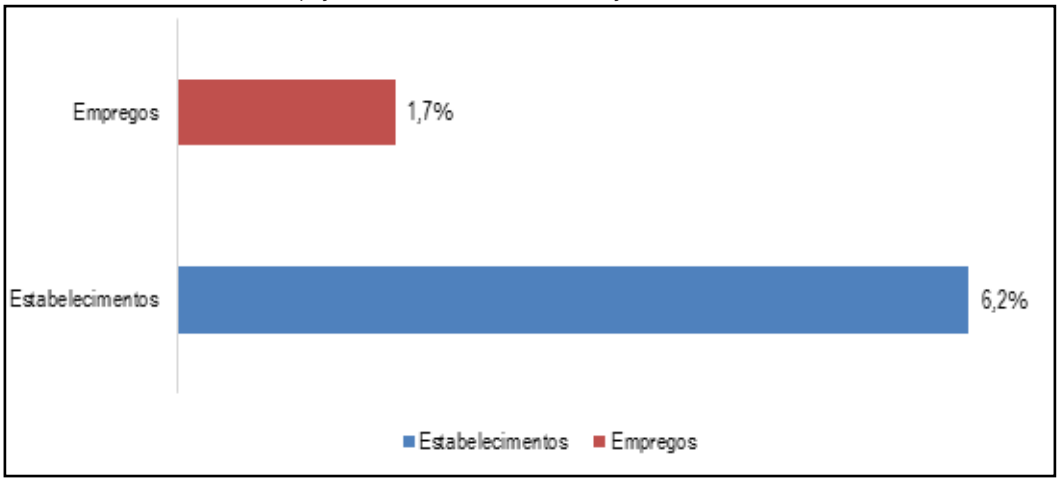
Fonte: ABIS

Além do crescimento na produção e no consumo, o valor de venda do produto também cresceu além da inflação – aumentou cerca de 10,3% ao ano, em média, confirmando um mercado em expansão e rentável.

A INDÚSTRIA DO SORVETE NO BRASIL

Apesar da significativa representação em termos de números de estabelecimentos (6,2% da indústria de alimentos), a indústria do sorvete emprega apenas 1,7% do total da mão de obra formalmente absorvida pela indústria de alimentos brasileira.

Gráfico 2: Participação da indústria do sorvete em relação ao total da indústria de alimentos



Fonte: Rais 2014

Tal fato é confirmado por um expressivo número de MPEs no setor, na proporção de 98,2% (até 49 funcionários) e 1,8% com (50 ou mais funcionários).

Tabela1: Total de indústrias de sorvete no Brasil por número de funcionários

ATE 4	DE 5 A 9	DE 10 A 19	DE 20 A 49	DE 50 A 99	DE 100 A 249	DE 250 A 499	DE 500 A 999	1000 O MAIS
1516	567	279	157	42	16	6	3	1
39,3%	14,7%	7,2%	4,1%	1,1%	0,4%	0,2%	0,1%	0,0%

Fonte: Produção Foco Opinião e Mercado - Dados RAIS 2014

Além disso, segundo a ABIS (2010), existiam naquele ano mais de 10.000 fabricantes de sorvete no Brasil (90% MPEs). Isto sugere um alto nível de informalidade, já que dados da RAIS de 2014 apontam para apenas 3.853 empresas fabricantes de sorvetes e outros gelados comestíveis.

Considerando os diferentes tipos de consumo em relação ao tamanho dos negócios, observa-se, no mínimo, duas características distintas: aqueles artesanais, produzidos por pequenas empresas normalmente em processos não industriais e vendidos no local e as indústrias de diferentes portes, que respondem pela maior venda do produto.

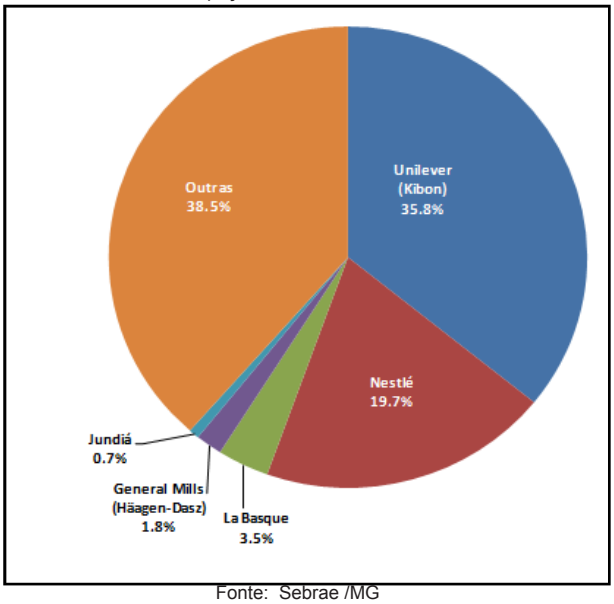
Figura 7:Tipos de consumo e respectiva participação no Brasil

Tipo	Definição	Participação no Brasil
Artesanal	Produzido por pequenos produtores, com processos não-industriais, e para venda no próprio local.	Baixíssima. Menos de 1% do volume (litros) de sorvete vendido no país em 2008.
Impulso	Produtos industriais, embalados (picolés e potes) ou não (granel), vendidos para o consumo individual e unitário.	É o tipo com maior valor de vendas (63% do valor do mercado em 2008).
Em Casa	Produtos (potes principalmente) voltados para o consumo familiar, geralmente comercializados em supermercados.	Ainda é o sorvete com maior volume (litros) de vendas no país (51% em 2008).

Fonte: Sebrae MG

Com relação às principais marcas no país, apesar dos valores variarem, todos os estudos e estimativas apresentam a mesma divisão no mercado nacional: Kibon e Nestlé são líderes absolutos e o restante do mercado é fragmentado. Além disso, duas marcas focadas no segmento premium (Häagen-Dasz e La Basque) têm participação nacional significativa de mais de 5%(Sebrae/MG, 2010).

Gráfico 3: Participação das marcas no mercado brasileiro



Fonte: Sebrae /MG

A INDÚSTRIA DO SORVETE NO MS

A indústria do sorvete no MS é pouco expressiva. Apesar de representar 9,0% do total da indústria de alimentos do estado, equivale a apenas 2,3% das indústrias do setor de gelados comestíveis no Brasil. Se a quantidade de industrias é pouco representativa em relação ao país, a mão de obra empregada é ainda menor, num total de 302 empregados nos estabelecimentos do estado em 2014, 1,18% do total de empregos no setor, no Brasil, naquele ano.

Tabela 2: Total de empresas e empregos das indústrias de alimentos e de sorvetes no Brasil e no MS

	Indústria de alimentos		Industria do sorvete	
	Empresas	Empregos	Empresas	Empregos
Brasil	61.699	153.1732	3.853	25.567
MS	1.017	43.188	92	302

Fonte: Foco Opiniao e Mercado - Dados Rais, 2014

Considerando a posição do estado em relação ao restante do país, MS ocupa a 13ª posição em quantidade de industrias. Os principais polos estão nos estados de SP, MG, PR e RS.

Tabela 3: Total de indústrias de sorvetes por estado

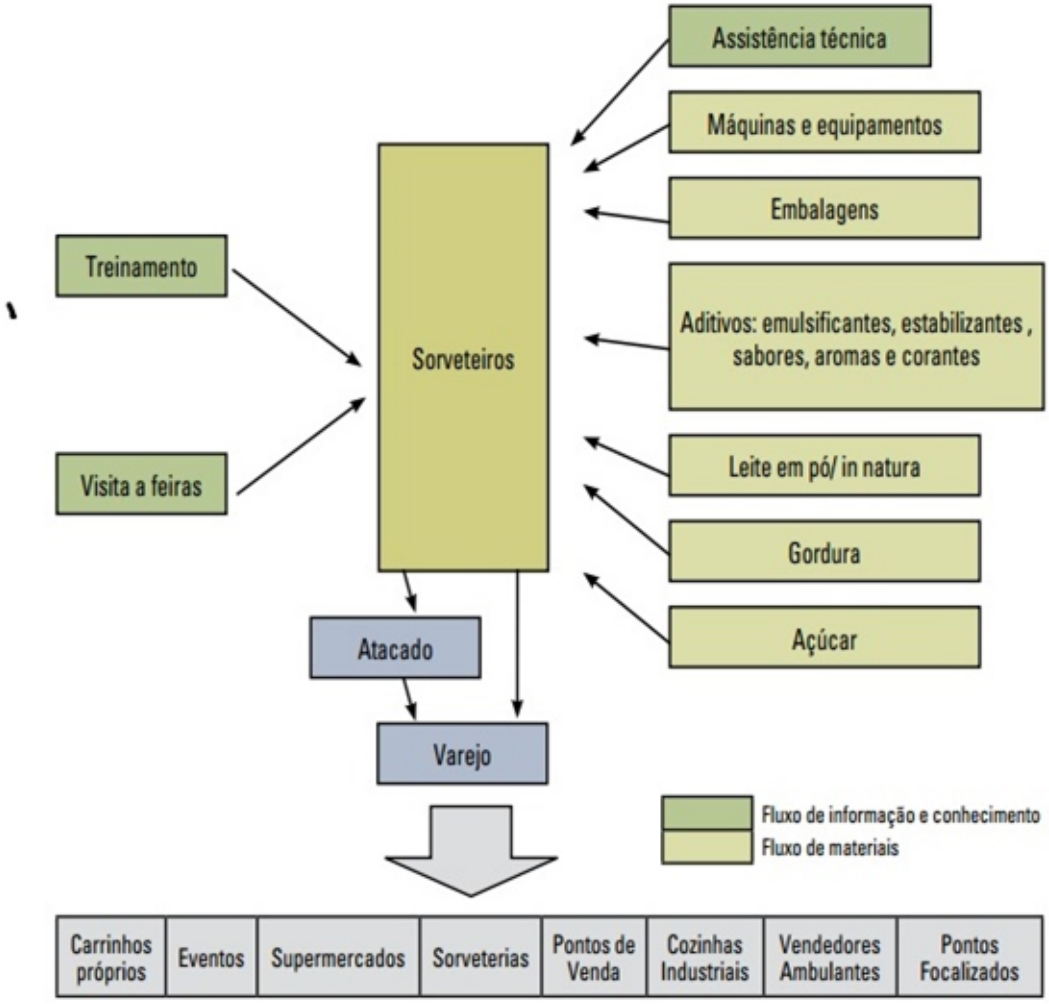
UF	Empresas	% no país	Posição		Empresas	% no país	Posição
São Paulo	601	15,6%	1º	Rio Grande do Norte	67	1,7%	15º
Minas Gerais	600	15,6%	2º	Piauí	63	1,6%	16º
Paraná	400	10,4%	3º	Paraíba	57	1,5%	17º
Rio Grande do Sul	367	9,5%	4º	Rondônia	53	1,4%	18º
Santa Catarina	224	5,8%	5º	Maranhão	51	1,3%	19º
Bahia	191	5,0%	6º	Distrito Federal	38	1,0%	20º
Rio de Janeiro	189	4,9%	7º	Amazonas	30	0,8%	21º
Goiás	164	4,3%	8º	Alagoas	29	0,8%	22º
Ceará	144	3,7%	9º	Sergipe	29	0,8%	23º
Espírito Santo	128	3,3%	10º	Tocantins	23	0,6%	24º
Pernambuco	108	2,8%	11º	Acre	14	0,4%	25º
Mato Grosso	104	2,7%	12º	Roraima	9	0,2%	26º
Mato Grosso do Sul	92	2,4%	13º	Amapá	7	0,2%	27º
Pará	71	1,8%	14º	TOTAL NO PAIS	3853		

Fonte: Produção Foco Opiniao e Mercado - Dados Rais, 2014

A CADEIA PRODUTIVA DO SORVETE

Estendendo a visão da indústria do sorvete para sua cadeia produtiva, observa-se que ela é relativamente pequena, envolvendo diretamente sete linhas de fornecimento entre produtos e serviços em seu processo produtivo direto. Os produtos de maior impacto são o leite, a gordura e o açúcar, os quais possuem também a maior gama de fornecedores. Já as máquinas e equipamentos, aditivos e assistência técnica são produtos e serviços com oferta mais restrita e também com menor concorrência.

Figura 8: Cadeia produtiva do sorvete



Fonte: IEL - Pesquisa de Campo

Na outra extremidade, ou seja, na comercialização do produto, existe uma série de opções e atores envolvidos, especialmente de varejo. Entretanto, este quesito é também um gargalo já que a distribuição do produto é um processo complexo e de alto custo, especialmente para empresas de pequeno porte.

SORVETE
OPORTUNIDADES

A partir da análise de dados secundários e de entrevistas realizadas com 18 empresários do setor no estado do Mato Grosso do Sul, foram identificados os principais gargalos e lacunas da atividade, bem como as tendências e oportunidades do setor.

OPORTUNIDADES

1 DEMANDA
Aumento sistemático do consumo ao longo dos anos

2 PODER AQUISITIVO
Inclusão do produto na cesta de compras.

3 CLIMA
O calor influencia no consumo do produto.

4 ESPAÇO PARA EXPANSÃO
O consumo per capita no Brasil é ainda baixo em relação ao restante do mundo.

5 BAIXA CONCORRÊNCIA
Não foi identificada concorrência expressiva de marcas representativas no estado de Mato Grosso do Sul.

6 REGIONALIZAÇÃO
Pelo alto grau de variedades permitido pelo produto, é possível criar sabores com características regionais.

7 SEGMENTAÇÃO
Há demanda e o produto permite variações em linhas específicas (ligth, diet, intolerantes, funcionais, etc.)

8 DIFERENCIAÇÃO
Promovida pela versatilidade do produto (misturas, sabores, embalagens, formatos).

9 SABORES PREMIUM
Com maior valor agregado e podendo ser vendido por preços menores que as ofertas das grandes marcas.

10 COMPRA POR IMPULSO E MARKETING
Produtos com boa publicidade e preço diferenciado tem espaço no mercado.

GARGALOS

01 ASSOCIAÇÕES

Percebe-se uma baixa organização de entidades representativas do setor.
Há sindicatos patronais espalhados em alguns estados, porém não no MS. Além disso, possui apenas duas associações sendo a principal delas a ABIS.

02 EMPRESA DE ADITIVOS

Pequena oferta, especialmente de sabores e nenhum localizada no Estado do MS, segundo a RAIS 2014.

03 ARMAZENAMENTO

Em produções industriais, o produto precisa ser estocado no inverno para atender a demanda do verão, exigindo espaço e equipamentos adequados.

04 LOGÍSTICA

O produto precisa ser transportado e armazenado em condições específicas de temperatura.

05 DEMANDA

Demanda fragmentada com necessidade de investimento em marketing para venda do produto por impulso.
A exceção de grandes marcas da rede de varejo, dominadas pelas grandes marcas, os clientes são dispersos.

06 INVESTIMENTO

Necessidade de investimento em equipamentos para ser disponibilizado no ponto de venda.

07 GRANDES MARCAS

Melhores pontos ocupados por grandes marcas.

08 PARCERIAS

Baixa capacidade de gestão de parcerias das MPEs.

SEBRAE

SORVETE
NEGÓCIOS

OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

A partir da análise do cenário no setor e dos gargalos indicados pelos empresários, observou-se as seguintes oportunidades de negócios relacionados à cadeia produtiva da indústria do sorvete em MS.

Relacionados à Produção Industrial

Formação de mão de obra

Oferta restrita de treinamentos para o setor.

Marketing de Produto

Embalagens personalizadas;
Formas de picolés;
Material de publicidade;
Responsabilidade social (palitos, embalagens).

Armazenamento

Serviço de locação de freezer e câmaras frias para armazenamento no PDV[1] e na fábrica.

Distribuição

Serviço de distribuição e transporte entre a fábrica e o PDV.

1 PDV - Ponto de Venda

SEBRAE

SORVETE
NEGÓCIOS

OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

Relacionados à Produção Artesanal

Novos Sabores

Sabores regionais

Food Truck
Pequenos distribuidores de sorvete de qualidade com rede de distribuição.

Produtos funcionais
Produtos light, diet e intolerantes

Produtos Gourmet
Diferenciados, no sabor e na apresentação

Sorveterias Artesanais
Expansão de mercado no interior do estado.

SORVETE NEGÓCIOS

FICHA TÉCNICA

ENTIDADES DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL

FAMASUL – Federação da Agricultura e Pecuária do Estado de Mato Grosso Sul
AMEMS – Associação das Microempresas do Estado de MS
BB S/A – Banco do Brasil S/A
CAIXA – Caixa Econômica Federal
FAEMS – Federação das Associações Empresariais do Mato Grosso do Sul
FECOMÉRCIO – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de Mato Grosso do Sul
FIEMS - Federação das Indústrias do Estado de MS
FUNDECT – Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso do Sul
SEBRAE Nacional – Serviço Brasileiro de Apoio as Micro e Pequenas Empresas.
SEMADE – Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Econômico
UFMS – Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

DIRETORIA EXECUTIVA DO SEBRAE/MS

Cláudio George Mendonça
Tito Manuel Sarabando Bola Estanqueiro
Maristela de Oliveira França

CORPO TÉCNICO

Leandra Oliveira da Costa – Gerente da Unidade de Soluções Empresariais

Ellen da Silva Coelho Doreto – Analista da Unidade de Soluções Empresariais

Rodrigo Maia Marcelo Pirani - Gerente da Unidade de Competitividade Empresarial

Cícero Augusto Bruel Antônio - Analista da Unidade de Competitividade Empresarial

Cinthía Shigemoto Guedes - Analista da Unidade de Competitividade Empresarial

SEBRAE

SORVETE
NEGÓCIOS

Coordenação Executiva de Pesquisa

foco
OPINIÃO E MERCADO

Rua Júlio Moura, 176 – Centro – 88.020-150 Florianópolis SC - 48 3024.4090 – foco@focoopiniao.com.br

Equipe técnica

ALISON CARLOS DA SILVA, Auxiliar de Projetos
BRUNO DE LIMA, Sistematização de Dados
CINTHIA FRAGA, Diretora Administrativa Financeira
CLEISIMARA SALVADOR, Diretora Executiva
DAIANE SABINO, Coordenadora Operacional
EDIMARTA STECKERT PALADINI, JULIANA RADATZ KICKHÖFEL, REJANE ROECKER, Analistas Técnicas
ÉLVIO J. BORNHAUSEN, Gerente de Análise
GREYCE KELLY MACHADO, Gerente de Projetos
KELLI PIERINI, Assessoria de Comunicação
KELLY APARECIDA DOS SANTOS, Assistente Social
LUANA SOARES, Auxiliar de Projetos
MAYNA DE MELO SILVEIRA, Auxiliar de Projetos
WELINTON LUCAS DOS SANTOS, Diretor Comercial

Ficha Catalográfica

S443m Sebrae/MS. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Mato Grosso do Sul.

Mapa de Oportunidades de Negócios para o Setor de Alimentos e Bebidas – Segmento de Sorvetes do Estado do Mato Grosso do Sul: Resultados da Pesquisa / produção final de conteúdo: Foco Opinião e Mercado – Florianópolis: Foco Opinião e Mercado, 2015.
31 p. : il.

1. Alimentos e Bebidas. 2. Sorvete. 3. Oportunidades. 4. Pesquisa. I. Sebrae/MS. II. Foco Opinião e Mercado. III. Salvador, Cleisimara. IV. Bornhausen, Élvio José. V. Machado, Greyce Kelly. VI. Título.

CDU: 658.1

Esta publicação (*) faz parte da pesquisa realizada pela Foco Opinião e Mercado, conforme Contrato nº 054/2015, firmado com o Sebrae/MS.
(*) publicação interna da Foco Opinião e Mercado

SORVETE