



Alimentos e Bebidas

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

DEZEMBRO | 2017



SEBRAE

SIS

Saudabilidade e bem-estar

Uma tendência no mercado de alimentação



Os consumidores estão cada vez mais exigentes com a alimentação e dispostos a desembolsar um pouco mais para que esta seja saudável e natural. Nesse contexto, a pesquisa [Brasil Food Trends 2020](#) destaca a tendência saudabilidade e bem-estar na alimentação. Para que os pequenos negócios do setor de alimentos e bebidas possam acompanhar essa tendência, este relatório explora os nichos desse segmento, os dados sobre faturamento e o público-alvo, além dos casos de sucesso e ações recomendadas.

O mercado



- **R\$ 93,6 bilhões** movimentados em 2016 no Brasil.
- **12,3%** é a média de crescimento ao ano no Brasil.
- **8%** é a média de crescimento em outros países.
- **5º** lugar no *ranking* mundial desse segmento.
- **Orgânicos** é o nicho com maior crescimento em 5 anos (18,5%).

Nichos do segmento

Com base nos resultados das pesquisas da [Euromonitor](#) e [Mintel](#), podemos subdividir o segmento de alimentos saudáveis em quatro nichos:

Produtos com acréscimo de nutrientes como ômega 3 e cálcio



Farinhas;
Pães;
Biscoitos;
Iogurtes.

100% naturais



Frutas;
Grãos;
Castanhas;
Hortaliças.

Sem glúten, sem lactose e sem açúcar



Pães;
Bolos;
Iogurtes;
Queijos.

Orgânicos certificados



Frutas;
Grãos;
Castanhas;
Hortaliças.

Fontes: [Brasil Food Trends 2020](#). Brasil Food Trends. 2010. [Alimentação saudável cresce e vira nicho de mercado](#). O Hoje. 2017. Juliana Gomes. [Mercado de alimentação saudável deve crescer 4,41% ao ano até 2021](#). Diário Catarinense. 2017.

Crescimento do mercado e suas oportunidades

Em contrapartida ao crescimento do mercado de alimentos saudáveis, o número de obesos também chama atenção: um em cada cinco brasileiros está acima do peso, segundo dados do [Ministério da Saúde](#). Porém, ao analisar os fatores que são responsáveis pelo crescimento da obesidade, observa-se que muitos deles podem ser combatidos com uma alimentação saudável e com possibilidades de novos negócios que surgem. A seguir, listamos alguns dos fatores que podem ser combatidos com oportunidades de negócios:

Fatores	Oportunidades
<p>Hábitos alimentares: a rotina corrida faz com que as pessoas tenham pouco tempo para se alimentar e optem por alimentação fora do lar, ou pela compra de alimentos preparados ou congelados que, na maioria das vezes, são pobres em nutrientes e não são saudáveis.</p> <p>Mais pessoas empregadas e aumento de renda: com mais pessoas empregadas, a rotina fica mais corrida e as pessoas têm menos tempo para se dedicar à cozinha e, com o aumento de renda, podem proporcionar experiências que até então não tinham oportunidade.</p>	<p>Estabelecimentos de alimentos saudáveis/naturais: a falta de tempo para se alimentar demanda estabelecimentos que forneçam opções prontas ou para o preparo em casa de alimentos saudáveis.</p>

Faturamento

O grande número de adeptos de uma alimentação saudável cresce a cada ano e, com isso, o faturamento de empresas que atuam com os nichos do segmento de alimentos naturais e saudáveis aumenta também. Só em 2016, o setor faturou **R\$ 93.6 bilhões**, distribuídos nos seguintes nichos:



R\$ 36.332 bilhões

Produtos com acréscimo de nutrientes como ômega 3 e cálcio.



R\$ 37.654 bilhões

100% naturais.



R\$ 1.027 bilhão

Sem glúten, sem lactose e sem açúcar.



R\$ 227 milhões

Orgânicos certificados.



R\$ 18.360 bilhões

Outros produtos

Fontes: Juliana Gomes. [Mercado de alimentação saudável deve crescer 4,41% ao ano até 2021](#). Diário Catarinense. 2017. Tais Seibt. [As razões da explosão de obesidade no Brasil](#). BBC Brasil. 2017.

Perfil do consumidor De alimentos saudáveis

Tendências do Consumidor (APAS)



A pesquisa [Tendências do Consumidor](#) feita em conjunto com os institutos Nielsen, Kantar Worldpanel, GfK e Ibope, apresentada na 33ª edição da APAS Show em maio deste ano (2017), apontou o perfil do consumidor de alimentos e bebidas saudáveis:

- Mulheres e consumidores de maior idade dão mais importância a hábitos alimentares mais naturais e saudáveis.
- Dão mais importância à **ausência** de componentes nocivos (aditivos, conservantes, corantes, entre outros) do que à **existência** de componentes benéficos (vitaminas, ingredientes naturais, entre outros).
- Alimentos mais procurados por esses consumidores: ricos em proteína, de origem orgânica e livre de transgênicos.
- Bebidas mais procuradas por esses consumidores: chá, chá gelado, iogurte/smoothie e bebida energética.



Tendências em alimentos e bebidas 2017 (Mintel)

MINTEL

TENDÊNCIAS
GLOBAIS
EM ALIMENTOS
E BEBIDAS 2017



O relatório da Mintel [Tendências em Alimentos e Bebidas 2017](#) destaca que no Brasil a motivação pelo consumo de alimentos saudáveis pode ser maior por exigência médica do que por automotivação. O relatório ainda aponta que:

“Quase dois terços (64%) dos brasileiros adultos nos grupos socioeconômicos D e E comeriam mais alimentos saudáveis devido a dietas restritivas, do que ao desejo de levar um estilo de vida saudável”.



Acesse o estudo da [Mintel](#) e confira iniciativas mundiais para incentivar e tornar acessível o consumo de alimentos saudáveis por pessoas de baixa renda.

Fontes: [Tendências globais em alimentos e bebidas 2017](#). Mintel. 2016. Ivan Monteiro. [APAS Show 2017](#): Consumidor brasileiro busca mais produtos saudáveis em relação ao resto do mundo, indica Pesquisa inédita. APAS. 2017. Ivan Monteiro. [Alimentos naturais](#): pesquisa aponta diferentes percepções do consumidor. APAS. 2017. [Mudanças de hábito do consumidor e o mercado saudável](#). Gluten Free Brasil. 2017.

Características que os consumidores valorizam nos produtos



O relatório *Brasil Food Trends 2020* elenca uma lista de características que os consumidores valorizam em produtos, ao considerar a tendência de saudabilidade e bem-estar, que pode servir de *insights* e oportunidades de negócios para os pequenos negócios que já trabalham ou desejam trabalhar com este ramo:

1. Produtos benéficos ao desempenho físico e mental;
2. Produtos benéficos à saúde cardiovascular;
3. Produtos benéficos à saúde gastrointestinal;
4. Para dietas específicas / restritivas / alergias alimentares;
5. Com aditivos e ingredientes naturais;
6. Funcionais (com valor nutritivo agregado);
7. Isentos ou teor reduzido de sal, açúcar e gorduras (*better-for-you*);
8. Fortificados;
9. Diet/light;
10. Orgânicos;
11. Energéticos;
12. Para esportistas;
13. Minimamente processados;
14. Vegetais (frutas, legumes, verduras, hortaliças, flores e plantas medicinais);
15. Com propriedades cosméticas;
16. Com selos de qualidade de sociedades médicas.



Atenção!

Ao compreender a situação atual do mercado, o público-alvo, o perfil dos consumidores e as características que eles valorizam, é possível pensar em estratégias para o seu negócio atual ou então criar novos negócios com ideias inovadoras para esse mercado. A seguir, exploramos algumas oportunidades de negócios para esse segmento de mercado, confira!



Oportunidades de negócios com alimentos saudáveis e naturais

- Venda de refeições prontas e saudáveis ou saladas em potes separados, que podem ser retornáveis ou não. Ao pensar no critério sustentável, podem aderir a embalagens de vidro e trabalhar descontos para consumidores que devolverem as embalagens. A comercialização das refeições pode ser para retirar no local ou por *delivery*.
- A comercialização de comida congelada pode ser focada para alimentação em casa ou no trabalho, pois é muito prática e pode ser trabalhada com preços mais acessíveis para compras com pacote fechado, compra coletiva etc.
- *Delivery* para frutas e verduras ou pacotes de assinatura para frutas e verduras; uma opção é a entrega semanal do produto na comodidade da casa do consumidor com produtos saudáveis ou orgânicos com selos de origem e procedência.
- Lojas próprias ou específicas para alimentos naturais, sem glúten, sem lactose, entre outros.
- Lojas do tipo açougue vegano.
- Lojas para o público fitness; os produtos podem ser os mais variados possíveis (sorvete de *whey*, brigadeiro funcional, entre outros), visando ao objetivo deste público específico.
- Se já tem um negócio de alimentação, é possível adaptar o cardápio com alimentos vegetarianos, veganos, oferecer opções sem glúten e sem lactose, e diversos tipos de saladas. Caso sinta necessidade, pode aplicar uma pesquisa de mercado com seus consumidores antes de implementar as mudanças, assim é possível verificar a aderência do cardápio com os objetivos de seus clientes.
- A variação do valor das refeições é importante para torná-las mais acessível a todos os públicos, é possível criar pacotes com valores diferenciados e que ainda assim tenham alto poder nutritivo e que sejam saudáveis.



Curiosidade

A [exemplo](#) da França e de outros países, o incentivo ao consumo de alimentos considerados “feios” (amassados, com crescimento anormal ou com deformidades), porém comestíveis, como frutas, verduras e legumes, é importantíssimo para a redução do desperdício. Uma forma de estimular o consumo é a redução do valor desses alimentos.

Fontes: [Como aproveitar o crescimento do mercado *lifestyle* \(com dados e insights sobre o segmento\)?](#). InfoPrice Blog. 2016. Naiady Piva. [Do sorvete de *whey* ao brigadeiro funcional: comida fitness é oportunidade de negócio](#). Gazeta do Povo. 2017. [6 ideias de negócio do mercado da alimentação que podem inspirar você](#). PEGN. 2017.

Tendências do mercado De alimentos saudáveis

Pesquisa Fiesp/Ibope

A Fiesp/Ibope, no relatório Brasil Food Trends 2020, apontou que as seguintes tendências de consumo convergem para as tendências atuais internacionais:



Fonte: Brasil Food Trends 2020.

Pesquisa Mintel

O relatório da Mintel [Tendências Globais em Alimentos e Bebidas 2017](#) elenca diversas tendências que se confirmam ao que os consumidores buscam:

- A influência da **tradição da marca** na confiança dos consumidores: consumidores tendem a confiar mais em marcas que mostram tradição e história, podendo inclusive continuar com a confiança em atualização de produtos antigos.
- Preferência por **dietas baseadas em plantas** (vegetarianas e veganas).
- O foco em sustentabilidade está em alta, sendo assim, a redução do desperdício é uma das tendências para os alimentos. Desde a compra de menos alimentos até o reaproveitamento dos alimentos para outros pratos.
- Por causa da rotina, a **falta de tempo** faz com que surja essa demanda por alimentos prontos, de rápido ou fácil preparo, e que sejam pouca louça.
- Alimentos e bebidas para **período noturno** que façam com que as pessoas se acalmem, tenham uma noite de sono tranquila e se sintam saciados por mais tempo para evitar que se alimentem durante a madrugada. Com uma rotina muitas vezes corrida que provoca estresse e ansiedade, essa é uma tendência que tem muitos adeptos em vários países do mundo.
- A última tendência do relatório diz respeito a alimentos e hábitos saudáveis e defende a ideia de que não é "luxo", e sim, muitas vezes, necessidade.





Tendências apontadas na feira Summer Fancy Food



Karyna Muniz, consultora do Sebrae-SP, esteve presente na feira e apontou as principais tendências cotadas durante o evento:

Personalização: uma ferramenta que, por meio de um questionário e inteligência artificial, identifica o perfil alimentar das pessoas e torna possível a escolha dos alimentos em um painel para depois fazer a entrega.



Superfoods: podem ser chamados também de alimentos funcionais, são ricos em nutrientes e podem ser também industrializados.



Produtos free: alimentos livres de glúten, lactose, açúcar, alergênicos, entre outros.



Praticidade: além da alimentação saudável, a praticidade é uma necessidade, e um dos produtos apresentados foi a sopa fria. Vem em garrafas ao estilo das de sucos, são sopas naturais para serem servidas geladas.



Embalagens verdadeiras: rótulos mais visíveis e verdadeiros, e a presença das certificações nas embalagens são sinais de valor agregado ao produto.



Dica

Para atuar nesse segmento, é importante sempre estar de olho nas tendências que surgem. Confira na lista a seguir instituições que divulgam suas pesquisas de tendências para o setor de alimentos:

- | | | |
|------------------|--------------------|----------------|
| ● Edelman; | ● McCormick; | ● Restaurant; |
| ● Mintel; | ● Sensory Effects; | ● Forbes; |
| ● Trendwatching; | ● Food Navigator; | ● Bom Appétit. |



Quer ter mais ideias sobre produtos para esse segmento? Confira na página 68 do Relatório [Brasil Food Trends 2020](#) dicas de inovações em produtos para a tendência de saudabilidade e bem-estar.

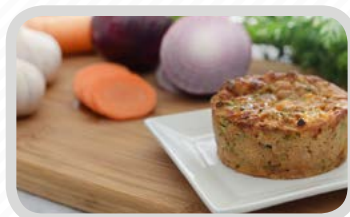
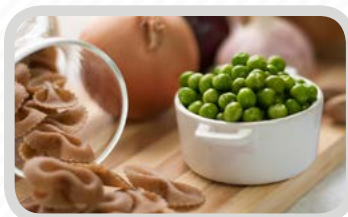
Fontes: Cristina Leonhardt. [A lista definitiva: 129 tendências de alimentos para 2017](#). Sra Inovadeira. 2017. Fernanda Maranhã. [5 tendências em alimentação que devem chegar logo ao Brasil](#). PEGN. 2017. Julia Grippa. [3 tendências para o mercado de alimentos](#). GEPEA. 2017.

Casos de sucesso catarinenses

Dunati



O casal Bárbara Kinderman e Caio Marcio Marins são os sócios da Dunati. Os dois eram empregados do ramo da alimentação e em 2005 resolveram empreender em um negócio juntos e montaram uma fábrica de comida natural congelada.



O cardápio conta com mais de 35 pratos, todos feitos com produtos naturais.

Apoio do Sebrae



Mesmo a ideia sendo boa, os sócios não conseguiam emplacar a marca e foi aí que contaram com a ajuda do Sebrae por meio do Programa Agente Local de Inovação (ALI). O agente analisou o negócio e identificou que era preciso inovar nas embalagens, a fim de dar destaque aos produtos naturais. Com isso, a produção que era de 500 quilos passou para 10 toneladas por mês.



Site



Facebook

Padaria Gluten Free



Kátia Jungmann e o marido Pedro Jungmann sempre sonharam em ter um negócio próprio na área de panificação artesanal, porém não tinham experiência e não sabiam o tipo de produtos que queriam trabalhar. Pedro então perguntou a uma amiga confeitadeira o tipo de produto que ela vendia e ela afirmou que "todos menos sem glúten". Foi aí que Pedro viu o potencial desse nicho.



Kátia então se capacitou e o casal investiu R\$ 150 mil em uma fábrica de pães sem glúten com serviço de entregas na Lagoa da Conceição em Florianópolis.

O negócio cresceu e hoje já possui sete funcionários e vende 4 mil pães por mês, inclusive para outros estados.



Site



Facebook

Fontes: Empresa de congelados aumenta produção após mudar embalagem. PEGN. 2015. Juliana Gomes. Mercado de alimentação saudável deve crescer 4,41% ao ano até 2021. Diário Catarinense. 2017.

Casos de sucesso

catarinenses

Empório Döll



A Empório Döll aposta na rede de franquias de produtos naturais desde 2013, e está há 37 anos no mercado. A rede sentiu o número de franquias acelerar nos últimos dez meses, que passou de quatro para oito lojas espalhadas pelo Brasil.



Somente em 2016, a marca fechou o ano com um crescimento no faturamento de 47%.

A Empório Döll oferece suporte total antes e depois da inauguração da loja, além de diversos benefícios aos franqueados. Para saber mais, [acesse](#).



Site



Facebook



Twitter



Instagram

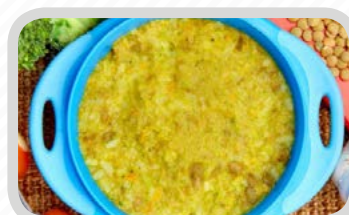
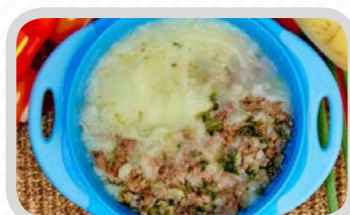


YouTube

Papíssima



A Papíssima foi criada em 2015 e está localizada no Itacorubi em Florianópolis. A proposta da empresa é uma alimentação saudável para bebês em forma de papinhas que seja complementar ao aleitamento materno.



Lema da empresa

Para Fabiano de Lima Farah, um dos sócios e diretor de produção, o lema ultrapassa a simples comercialização:

“Cozinhamos com carinho, amor e dedicação, pensando sempre na saúde e bem-estar dos nossos filhos”.

A empresa fornece seus produtos para diversas lojas e empórios de produtos naturais. Para saber onde encontrar, acesse uma lista no [site](#).



Site



Facebook



Instagram



Confira outros casos de sucesso nacionais:

[Vegan Easy](#) | [DNA Natural](#) | [Verde Vício](#) | [Light Chef](#) | [Saladorama](#)

Fontes: Janine Alves. Mercado de alimentação saudável em processo de expansão em Santa Catarina. Notícias do Dia online. 2017.



AÇÕES RECOMENDADAS



Conte com o apoio do [Sebrae/SC](#) para traçar estratégias para o seu negócio. Entre em contato com um de nossos consultores pelo telefone 0800 570 0800 ou na [unidade](#) mais próxima.

Acesse outros relatórios do Sebrae Inteligência Setorial que podem servir como inspiração e gerar *insights* para o seu negócio:



- Lojas de produtos naturais: oportunidade de negócio;
- *Cashback* como estratégia de fidelização de clientes;
- A importância da vitrine no varejo;
- Desperdício de alimentos: medidas para minimizar impactos;
- Produção orgânica de alimentos;
- Teor de lactose em produtos lácteos: potencializando mudanças no setor.

O Sebrae disponibiliza diversos conteúdos de ideias de negócios para quem deseja empreender com o setor de alimentos e bebidas, selecionamos alguns do segmento de alimentação saudável, confira:



- Como montar uma tapiocaria;
- Como montar uma loja de produtos para diabéticos, celíacos e hipertensos;
- Como montar um restaurante natural;
- Como montar uma loja de produtos naturais (alimentos);
- Como montar um beneficiamento de legumes (legumes cortados e embalados).

Para iniciar um empreendimento, além dos conhecimentos sobre o setor pretendido, público-alvo, perfil do consumidor e tendências do setor, outros conhecimentos são necessários. Listamos alguns cursos gratuitos e *online* do Sebrae para quem deseja empreender com o setor de alimentos e bebidas, confira:



- Gestão de finanças;
- Atendimento ao cliente;
- Plano de negócio;
- Negócio certo - trilhas de autoatendimento;
- Boas práticas nos serviços de alimentação.

 **Alimentos e Bebidas**
RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA
DEZEMBRO | 2017



Coordenador: Fábio Burigo Zanuzzi
Gestor do Projeto: Leandro Silveira Kalbusch
Analista de informação: Ana Paula Martins
Supervisor de Conteúdo: Alan David Claumann

SEBRAE Santa Catarina
Endereço: SC 401, KM 01, Lote 02
Parque Tecnológico Alfa - João Paulo
CEP: 88030000 - Florianópolis - SC
Telefone: 48 3221 0800

Dúvidas ou sugestões sobre o conteúdo do relatório envie um e-mail para:
atendimento.sis@sc.sebrae.com.br

Faça também suas contribuições para o SEBRAE-SC enviando um e-mail para:
falecom.sis@sc.sebrae.com.br