

INDÚSTRIAS DE CHOCOLATE NOS ÚLTIMOS DEZ ANOS

Andreéli Neves de Oliveira¹, Friedhilde M. K. Manolescu²

1 e 2 – Faculdade de Ciências Sociais e Aplicadas – FCSA – Universidade do Vale do Paraíba
Av. Shishima Hifumi, 291- Urbanova – 12244-000 – São José dos Campos - SP
dri_nev@yahoo.com, frida@univap.br

Palavras-chave: Chocolate, cacau e mercado de chocolate

Área do Conhecimento: VI - Ciências Sociais e Aplicadas

Resumo:

O chocolate é considerado um ótimo alimento para a saúde, com grande valor nutritivo e energético de rápida metabolização e digestão devido ao seu alto índice de carboidratos, gorduras e taxas de proteínas, além de ser um alimento muito saboroso. O desempenho do mercado brasileiro é analisado com respeito ao consumo, exportação, importações e comparação com outros mercados produtores. O consumo interno e externo do chocolate aumentou 85,20% entre o período de 1992 a 2002, enfatizando que o consumo interno foi maior em relação ao consumo externo. Em relação a 1992 e 2002 as exportações não apresentaram variações em mil toneladas, mas entre este período atingiu um aumento de até 10 mil toneladas, reduzindo este volume nos anos seguintes fechando o ano de 2002 com 27 mil toneladas exportadas. O aumento no volume do consumo e das exportações exigiram um aumento na produção variando no total 71,94% entre o período em análise. As importações também apresentaram aumento de 900%. Para acompanhar o aumento do consumo as empresas tiveram de abrir as portas para nova geração de empregos, principalmente no período da páscoa que exige uma produção maior devido ao seu consumo que é superior. Em 2000 o Brasil foi considerado o 5º maior produtor de chocolate.

1 - Considerações iniciais

Produto intermediário: Cacau

O principal insumo do chocolate é o cacau. Sua história está vinculada a lenda Asteca que *Quetzalcoatl*, Deus da Lua, roubou uma árvore de cacau da terra dos filhos do sol, para presentear os homens com aquela delícia dos Deuses. A intenção de *Quetzalcoatl* era trazer alegria e prazer.

Por estar ligada a religião a árvore cacauera era cultivada inicialmente pelos sacerdotes, que produziam da polpa uma bebida amarga a ser oferecida em ocasiões especiais e só podia ser tomada em taças de ouro puro.

Já os astecas utilizam as sementes ou favas como moedas – dez favas valiam um coelho.

Carlos Linnaeus, botânico sueco, influenciado pela lenda Asteca classificou a

planta, denominando-a *Theobroma cacao* do grego *Theo* (Deus) e *broma* (alimento).

O cacau chegou ao Brasil somente em 1746, posteriormente transportado para a Bahia, local onde se desenvolveu a cultura em bases econômicas.

O cacau é de origem das regiões tropicais das Américas do Sul e Central e é cultivado em áreas tropicais e subtropicais, devido à fertilidade do solo e pelas condições climáticas por ser muito sensível a excesso de chuvas e sol. O cacauero precisa de uma temperatura superior a 20 graus, daí a explicação por ser cultivado entre o Espírito Santo, Bahia e Rondônia.

A Bahia é a sede da produção de cacau alocando 75% da colheita brasileira.

Na América tropical o cacauero pode chegar até a 15m. Seus frutos são alongados, cheios de sulco, medindo entre 12 a 20 cm de comprimento e pesando de 300 a 600 g. O interior da fruta tem uma

polpa branca e viscosa contendo de 20 a 50 sementes, conhecidas como favas de cacau. Para a produção de chocolate apenas as sementes do cacau podem ser aproveitadas, representando 10% do fruto. [2]

Recentemente está sendo realizado um estudo da hipótese de aproveitar os 90% restantes do fruto do cacau, a partir da extração da polpa pode ser feito geléias, destilados, sorvetes, vinhos, vinagre, xaropes e iogurtes. Até a casca pode ser utilizado na forma de farinha ou silagem que serve para alimentar bovinos, suínos, aves e peixes. [3]

Produto final: Chocolate

A partir do ano de 1520, a Espanha recebia as primeiras remessas de cacau, surgindo no final do século XVI as primeiras indústrias de cacau.

Em 1659, Luis XV concedeu a David Chapeou, oficial da rainha o direito de fabricar uma composição chamada “chocolate”, neste período se deu início a primeira fábrica de chocolate. Nos Estados Unidos a primeira fábrica surgiu somente no ano de 1765, a Cia Baker, nascendo uma indústria chocolateira com todos processos mecânicos substituindo os métodos artesanais.

A primeira máquina para moer, misturar e aglomerar a massa do chocolate foi criada em 1778, pelo francês Dores.

Em Paris, era construído por Pelletier a primeira fábrica que utilizava o vapor na sua fabricação, em 1819. No mesmo ano, François Louis Cailler fundava a Vevey a primeira fábrica de chocolate.

Em 1870 Daniel Peter com uma pequena indústria de chocolate, se instalou em Vevey, Suíça, ao lado da indústria de leite condensado Henri Nestlé, partiu-se daí a idéia de misturar o leite ao chocolate, que antes era composto apenas por cacau e açúcar. Tornando-se o chocolate alimento de primeira necessidade. [2]

2 - Consumo do chocolate

Até o ano de 1972, o chocolate não era tão consumido no Brasil, através de pesquisas realizadas em 1971 o resultado levou a conclusão que o chocolate era visto pelo consumidor como guloseimas, além disso,

trazia alguns preconceitos populares como produto que engorda, dá espinha e alergia, fazendo mal para os dentes e fígados. Este ponto vista reduzia o consumo do produto que era considera supérfluo na cesta básica.

Os países produtores de cacau em reunião decidiram lançar campanhas nacionais com o objetivo de acrescentar o chocolate na lista de cesta básica do consumidor, aumentando o consumo do produto.

Foi realizado uma campanha que teve duração de 11 anos consecutivos sendo o enfoque principal os seguintes slogans:

- *O mais gostoso do chocolate é ser alimentado*
- *Chocolate anima a vida*
- *Coma chocolate. Energia que dá água na boca*
- *Chocolate, energia para toda vida*
- *Chocolate energia que não pesa no seu bolso*

O resultado foi um sucesso, pois durante o período da campanha, 1972 a 1983, cresceu a produção nacional de chocolate em 163%, o consumo anterior a campanha era de 46.000 toneladas, chegando em 1983 com 121.000 toneladas, se mantendo este consumo até mesmo após o término da campanha. [2]

Consumo aparente da produção de chocolate

Calcula-se a diferença de importações e exportações com a soma de quanto foi produzido em um determinado ano, assim tem-se o resultado do consumo aparente. Produção: Cálculo do total produzido em mil/toneladas de chocolate destinado ao consumo interno do país e ao consumo externo em um determinado período em análise.

Importação: Cálculo do total importado em mil/toneladas de chocolate em um determinado período, é destinado ao consumo direto ou para a produção de outros produtos derivados.

Exportação: Cálculo de total exportado em mil/toneladas de chocolate com destino aos países consumidores em um determinado período em análise.

O período entre a páscoa e o inverno são uma das épocas onde se consomem mais chocolate, assim as empresas se viram

obrigadas a aumentar sua produção, mesmo com o aumento das importações e redução das exportações. Aumentou o consumo interno do produto que foi satisfatório para os produtores, tendo de aumentar sua oferta já que a demanda tinha aumentado. [4]

Tabela 1: Consumo Aparente do Chocolate (Em mil toneladas)

	92	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02
Import	0,3	2	4	19	29	20	22	8	23	8	3
Export	27	23	18	21	20	23	19	22	28	37	27
Prod	196	220	251	294	296	305	329	313	318	327	337
ConAp	169	199	237	292	305	302	332	295	313	298	313

Fonte: Abicab/Estatísticas – 1992/2002

A tabela 1 demonstra que as variações da importação, exportação e produção resultaram em um aumento do consumo aparente do chocolate, variando desde os últimos 10 anos, no total resultou um crescimento de 85,21%. Entre o período de 1992 a 1996 aumentou 136 mil toneladas, passando por alguns aumentos e declínios nos anos seguintes, porém, em 2002 conseguiu fechar o ano com 313 mil toneladas igual ao resultado obtido em 2000.

3 - Exportações

De acordo com tabela 1 este período apresenta reduções nas exportações do produto, começando a aumentar sucessivamente entre os anos de 1999 a 2001, mas o ano passado teve uma redução nos produtos exportados de 10 mil toneladas. [4]

Tabela 2: Destino das exportações brasileiras de chocolate (em %)

	2000	2001	2002
América do Norte	31	29	37
América Central	2	2	4
América do Sul	58	61	44
Europa	2	1	2
Oriente Médio	1	1	2
África	1	1	2
Ásia	4	4	7
Oceania	1	1	2

Fonte: Abicab/Estatísticas 2000/2002

De acordo com a tabela 2 as exportações de chocolate são destinadas em uma porcentagem maior para região da América do Sul, mesmo tendo uma redução de 19% de 1999 a 2002 continua sendo a que mais consome chocolates brasileiros com 44% das exportações em 2002.

Em 2º lugar está a América do Norte que consome 37%. Esta região aumentou o consumo do chocolate brasileiro, se analisado desde 1999 a 2002 teve uma variação de 10%.

A região que menos consome o chocolate brasileiro é a Oceania, entre 2000 e 2001 teve 1% em cada ano, em 2002 fechou com 2% de destino das exportações de chocolate.

Para Europa, Oriente Médio e África são destinados 2% a cada região, América Central 4% e Ásia 7% das exportações. [4]

4 - Importações

De acordo com dados analisados na tabela 1 a variável que teve mais variações no período em análise foi a importação com um total de 900%. Entre 1992 a 1996 aumentou 9.566,67% igual a 28,7 mil toneladas mais. Os anos que mais chama a atenção são entre 1998 a 2002 reduzindo em 19 mil toneladas, fechando no ano de 2002 com 3 mil toneladas importadas. [4]

5 - Produção de chocolate

Mesmo com o aumento das importações e redução nas exportações o Brasil permaneceu continuamente aumentando sua produção, interrompendo apenas com uma queda em 1999 e retomando o crescimento no ano seguinte, fechou em 2002 com 337 mil toneladas produzidas, corresponde a uma variação entre período de 1992 a 2002 de 71,94% aumentou 141 mil toneladas na produção, com base em dados analisados na tabela 1. [4]

De acordo com a Abicab, registrou um volume em 2002 3% superior a 2001, que representa um faturamento de R\$ 3,7 bilhões, mas para este ano ainda não há projeções. [5]

O que explica o aumento da produção durante este período é o aumento da procura

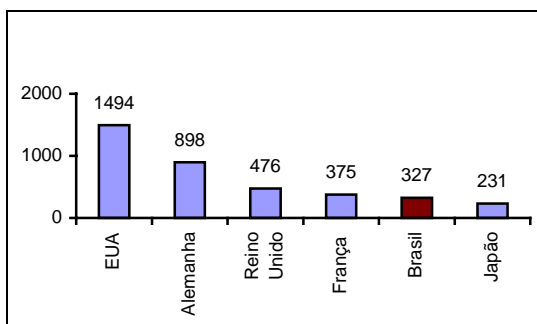
pelo produto, pois as pessoas passaram a consumir mais chocolates em relação a os anos anteriores. Uma das variáveis que influenciaram é o marketing, pois as empresas produtoras passaram a investir mais nesta variável.

Produtores mundiais de chocolate

O Brasil se destacou no mercado de produção de chocolate aumentando sua produção hoje somos considerado 5º maior produtor de chocolate, com base nos dados estatísticos de 2000 onde fechamos o mercado com 327 mil toneladas produzidas.

Só perdemos para o EUA, Alemanha, Reino Unido e França. [4]

Gráfico 1: Classificação dos produtores mundiais de chocolate (por mil toneladas)

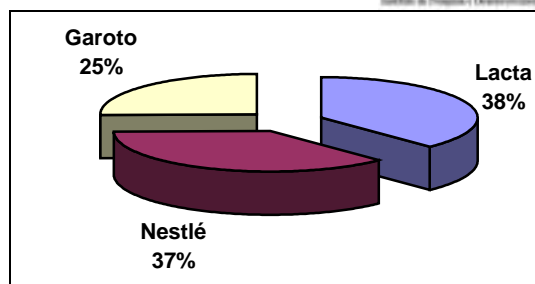


Fonte: Chocolate e Candies – Brasil, SIBICAB/Outros Países IOCCC, Buletin-2000

Participação das empresas na produção de chocolate

As três maiores empresas atuantes no mercado de chocolate são: Lacta, Nestlé e Garoto, de acordo com pesquisas realizadas pela Nielsen no primeiro semestre de 2002, juntas elas correspondem a 88,7% da fatia do mercado produtor por mil toneladas, de acordo com o gráfico 2.

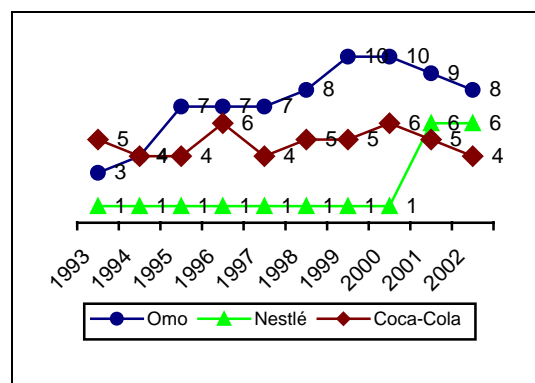
Gráfico 2: Mercado de Chocolate brasileiro



Fonte: Folha/Uol - Três marcas no pódio/2002, de: Giedre Moura/Free Lance para Folha de São Paulo

A Folha publicou uma matéria a respeito das marcas mais lembradas quando as pessoas pensam em chocolate, e o resultado foi a Nestlé, mesmo sendo a vice no pódio dos produtores de chocolate ela conquistou o 2º lugar no ranking *Top do Top*, que classifica as categorias de produtos e serviços mais lembrados, só ficando atrás da marca Omo, mantendo a porcentagem constante a de 2001 de 6% dos resultados da pesquisa realizada. Em relação ao chocolate a Nestlé é mais lembrada que as marcas concorrentes, de acordo com o gráfico 3.

Gráfico 3: As marcas mais lembradas pelos brasileiros (em %)



Fonte: Folha/Uol - Três marcas no pódio/ 2002, de: Giedre Moura/Free Lance para Folha de São Paulo

Para manter sua classificação a Nestlé desenvolveu estratégias de impactos em seus consumidores, em 2001 comemorou 80 anos, como prêmio sorteou aos seus consumidores 80 casas no valor de R\$ 40 mil cada, significando pela primeira vez sua liderança no ranking *Top of Mind* em 2001.

É importante ressaltar que na categoria *Top of Mind*, a Nestlé esta liderando com um aumentou de 4% no seu percentual

passando para 39%, a Garoto vem logo em seguida, melhorando 6% seu desempenho e em terceiro esta a Lacta que recebeu em 2001 7% das indicações.

A Nestlé assinou um contrato com o programa *Show do Milhão*, o consumidor precisa juntar 8 rótulos de qualquer produto Nestlé e se for sorteado ganha R\$ 1000,00 e participam do jogo perguntas e respostas com o Silvio Santos. De acordo com o diretor de Marketing da empresa, Avelar Vasconcelos, este acordo tem a finalidade de expandir os produtos Nestlé, fazendo com que as pessoas saibam reconhecer a marca que estão utilizando, como exemplo consumindo o Nescau identificar que é um produto Nestlé. [6]

Um das últimas estratégias de marketing aplicadas pela Nestlé, foi a "Promoção Nestlé e Você Junta Brasil", que sorteia mais de 248 casas para os participantes. A Nestlé tem como objetivo expandir seus produtos, para um grande efeito de mercado foi utilizado a união da Rede Globo com o SBT (Faustão e Gugu).

No primeiro semestre de 2002 a Nestlé comprou a empresa Chocolate Garoto, sendo satisfatório para ambas as partes em um aumento significativo de seu capital. Para a Garoto representa um aumento seu ponto forte na mídia e também nas vendas, enfocando um objetivo de aumentar suas exportações. [7]

Pequenos produtores de chocolate

A páscoa é responsável pelo aumento dos empregos temporários, pois muitas pessoas começam a investir na produção de ovos caseiros, que são vendidos para amigos, empório saindo por um preço mais em conta que os produzidos industrialmente.

A produção de ovo de páscoa caseiro obteve um crescimento nos últimos anos, muitas pessoas estão investindo nesta produção principalmente no período da páscoa.

No Distrito Federal são mais de 20 cursos que ensinam a técnica do chocolate derretido, com estes cursos o aluno sai preparado para ganhar dinheiro.

Produção de Chocolate na Páscoa

Com base em dados estatísticos da Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoins, Balas e Derivados (ABICAB), mostra que a Páscoa representa 11,5% da produção nacional de chocolate (tabletes e bombons), ou seja, é um dos investimentos mais importantes para os produtores de chocolate, razão a que explica o porque das empresas investirem mais em Marketing neste período

Em 2002 a produção nacional de chocolate foi de 150 mil/toneladas. O consumo médio per capita de chocolate no Brasil é de 2 Kg por habitante.

O Brasil é o segundo maior produtor de Ovos de Páscoa mundial, com um total de 21 mil toneladas. Os não associados (pequenos fabricantes e fabricantes artesanais) se responsabilizam por 3 mil/toneladas dessa fatia de mercado de ovos de páscoa e 18 mil/toneladas ficam por conta dos grandes fabricantes associados. [4]

O líder mundial na produção de Ovos de Páscoa é Reino Unido que supera o Brasil em 28,5 mil toneladas.

De acordo com o Abicab entre o período de outubro de 2002 e fevereiro de 2003, as empresas do setor registram contratações temporárias de 10 mil empregados, para a temporada de Páscoa.

Os ovos de páscoa chegaram ao mercado este ano 30% mais caro em relação ao ano passado devido à matéria-prima do chocolate ter sofrido reajuste aumentando os preços. De acordo com o vice-presidente do Sindicato da Indústria do setor de chocolate, Antonio Salgado Filho, o açúcar aumentou 85%, embalagens 55% e o leite 25%

O preço do cacau sofreu um aumento de 125% neste ano, subindo o preço dos ovos de páscoa. Esse motivo gerou uma estabilidade na produção em relação a 2002, com 18 mil tonelada, e o faturamento pode subir cerca de 35% passando de R\$ 360 milhões para R\$ 480 milhões este ano.

Os preços dos insumos do chocolate subiram 47% nesta páscoa, pois a Nestlé que detém 670% do mercado de cobertura de chocolate acabou inviabilizando a produção para os pequenos, médios e grandes produtores de chocolate, o efeito disso é uma redução dos ovos de páscoa nos supermercados.

De acordo com Raul Czarny, diretor de economia do Sicab (Sindicato da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados), outro efeito para o aumento do chocolate é devido aos insumos de sua produção que são dolarizadas.

Para não saírem no prejuízo as indústrias estão investindo no projeto de manter os mesmos volumes e preços de 2002, para isso terá de produzir ovos de tamanho menor.

A Nestlé esta muito confiante no mercado estimando um aumento de 5% na sua produção com quatro mil toneladas, irá investir R\$ 10 milhões em marketing, gerando um aumento 10% em relação ao ano passado. [8]

Na páscoa de 2002, as vendas foram de R\$ 360 milhões, gerando até 20 mil empregos, adquirindo um percentual de faturamento anual de 13%. Já em 2003 com vendas de R\$ 480 milhões, resultou 20 mil empregos temporários e cerca de 10 mil empregos indiretos, mantendo o mesmo percentual de faturamento de 2002. [4]

6 - Conclusão

O consumo do chocolate aumentou nos últimos anos devido às campanhas de incentivo ao chocolate, gerando um aumento no consumo interno e externo totalizando uma variação total de 85,20% entre o período de 1992 e 2002, isso exigiu um aumento na produção de chocolate de 71,94%, considerando que a exportação aumentou até 10 mil toneladas neste período, é importante ressaltar que as importações também aumentaram em 900%.

Para acompanhar o aumento do consumo as empresas tiveram de abrir as portas para nova geração de emprego, principalmente no período de páscoa, desta forma gerou muitos empregos temporários e em alguns casos empregos efetivos. Além das contratações industriais surgiram os produtores autônomos, que atualmente podem ser vistos o ano inteiro, mas em especial no período da páscoa.

Com aumento do consumo, produção e exportação o Brasil foi considerado em 2000 o 5º maior produtor de chocolate, com 327 mil toneladas produzidas.

É importante o incentivar o consumo do chocolate, pois além de ser um ótimo alimento para a saúde, o seu consumo oferece oportunidades de emprego, e eleva a produção e exportação do produto.

Referências Bibliográficas

- [1] – Site Maior: www.abicab.org.br
In: Nutrição
Título: Chocolate – Alimento Perfeito
- [2] – Site Maior: www.abicab.org.br
In: História
Título: Do cacau ao chocolate
- [3] - Autora: Araciara Macedo/ Assessora da Comun. Social – Secretaria Estado Comunicação
Data: 30/04/02
Título: Comunidade de Vila velha do Cassiporé recebe cursos de capacitação
- [4] - Site Maior: www.abicab.org.br
In: Estatísticas
Título: Consumo aparente: chocolates, balas e confeitos
- [5] – Site Maior: www.ibest.estadao.com.br
In: Últimas Notícias
Data: 12/03/03
Autora: Rosangela Capozoli
Título: Ovos de páscoa custaram 30% mais este ano
- [6] Site maior: www.folha.uol.com.br
In: folha/especial
Ano: 2002 - Autor: Giedre Moura
Título: Top do Top – três marcas no pódio
- [7] – Site maior: veja.abril.com.br
Data: 06/03/02
Título: No Brasil foi a garoto. No mundo, a gigante compra duas empresas por mês
- [8] – Site maior: www.redenegocios.com
In: Notícias
Data: 20/03/03
Título: Ovos de chocolate: menores e mais caros
- [9] – Site Maior: www.nestle.com.br
In: Estudante
Título: Chocolates – Histórico

- [10] – Site maior: www.nutrinews.com.br
In: Edições/Páscoa.htm
Título: As delícias da Páscoa
- [11] – Site maior: www.orlandocruz.com.br
Título: Produtos de cacau
- [12] – Site maior: www.bauru.com.br
In: Notícias
Data: 11/03/03
Título: Ovos de Páscoa estão 25% mais caros
- [13] – Site maior: www.abip.org.br
In: Análise setorial balas e similares
Título: Padarias escoam 80% da produção brasileira de balas e similares
- [14] – Site maior: www.apras.org.br
In: Biblioteca de Notícias

- Data: 02/04/02
Título: Preço do chocolate tem pequena queda
- [15] – Site maior: www.mj.gov.br
In: Release/ Marco
Ano: 2002 – Autor: André Camargo
Título: SDE pede suspensão da fusão entre Nestlé e Garoto
- [16] – Site maior: br.yahoo.com
Data: 20/03/2003
Título: Nestlé defende compra da Garoto na Cadê.
- [17] – Site Maior: an.com.br
Data: 28/02/03
Título: Ovos de Páscoa vão ficar mais caros