doce REVISTA

Nº 262 Nov/Dez 2017

BRASIL 2017

18º ANUÁRIO BRASILEIRO DO SETOR DE CHOCOLATES, CANDIES E BISCOITOS

2º RANKING DOCE REVISTA DE CHOCOLATES E CANDIES

ARCOR
Barras Recheadas
Recheio cremoso sabor Butter Toffees avelã e caramelo
SABOR AVELÃ
Butter Toffees
Recheio cremoso sabor bon o bon amendoim
bon o bon
Amendoim
(imagens meramente ilustrativas)
NOVAS BARRAS RECHEADAS ARCOR.
DO TAMANHO DA SUA FOME!
• Categoria que mais cresce no mercado de chocolates.
• Preço atraente e competitivo.
• Rentabilidade para o seu negócio.
• Marcas de qualidade reconhecida pelo consumidor.

SUMÁRIO

04
BRASIL
O PIOR JÁ PASSOU
Depois de dois anos seguidos de retração, mercado de confectionery volta a pulsar

18
MATÉRIAS-PRIMAS
FONTE PERMANENTE
A atratividade para investimentos da agroindústria assegura a competitividade em insumos para confeitos

26
MÁQUINAS / EMBALAGENS
À ESPERA DE INVESTIMENTOS
Com perspectiva de estabilidade, a indústria torce por um novo ciclo de desenvolvimento

32
DISTRIBUIÇÃO / VAREJO
A MULTIPLICAÇÃO DOS BALCÕES
Mais e melhores formatos de varejo mantém em evolução constante os canais de fornecimento do setor de confeitos

36
2º RANKING DOCE REVISTA DE CHOCOLATES E CANDIES
CONSUMO ORIENTADO
As marcas de confeitos campeãs eleitas pelo trade

38
RELAÇÃO DE FABRICANTES

42
RELAÇÃO DE ENDEREÇOS

18º ANUÁRIO BRASILEIRO DO SETOR DE CHOCOLATES, CANDIES E BISCOITOS

NOVEMBRO/DEZEMBRO 2017 – Nº 262 - ANO XXXI

Diretores Beatriz de Mello Helman, Hélio Helman

REDAÇÃO
Editor Fabio Fujii

Diretor de Arte Samuel Felix

Publicidade Antonio Canela Barreto

ADMINISTRAÇÃO
Diretora Beatriz de Mello Helman

Assinatura Keli Oyan

Capa Samuel felix

DOCE REVISTA é uma publicação da Editora Definição Ltda. (CNPJ 60.893.617/0001-05) dirigida ao setor doceiro e a suas redes de atacadistas, distribuidores, varejistas e supermercados.

Redação, administração e publicidade: rua Sergipe, 305, casa 5
São Paulo-SP - CEP 01243-001
Telefax: (11) 3666.8301
E-mail: definicao@definicao.com.br

CIRCULAÇÃO: FEVEREIRO 2018

doce REVISTA 31 anos

www.docerevista.com.br /docerevista /doce-revista /doce_revista

EDITORA DEFINIÇÃO
Sua porta de entrada para o mercado.

O pior já passou

DEPOIS DE DOIS ANOS SEGUIDOS DE RETRAÇÃO, MERCADO DE CONFECTIONERY VOLTA A PULSAR

Dois anos seguidos de recessão acabaram impactando a trajetória da indústria brasileira de chocolates, biscoitos e confeitos (confectionery) em pleno voo de cruzeiro. Apesar das manobras para segurar metas de produção e vendas, o setor precisou redimensionar a oferta em função da retração na demanda, registrando uma desaceleração que atravessou 2015 e 2016 até a primeira metade de 2017, quando o mercado voltou a sinalizar pulso. Com PIB (Produto Interno Bruto) na faixa de -3% nesse período, o desempenho do setor nacional de confectionery sucumbiu às previsões de baixa. Alguns nichos pontuais, no entanto, alcançaram e mantiveram um certo avanço. Entre os exemplos, incluem-se os segmentos de chocolates, biscoitos e candies especiais, funcionais ou de apelo indulgente, de maior valor e preço final, desdobrados das macrotendências globais de nutrição e alimentos. O consumo viabilizado pela melhora no poder aquisitivo, fruto da política econômica implementada em duas décadas, seguiu sendo o principal combustível da demanda de chocolates e candies até se exaurir com o aprofundamento da recessão. Com produção e vendas declinantes em 2014 e 2015, o setor de confectionery não conseguiu estabilizar a demanda geral no exercício seguinte, consolidando a queda com o índice mais baixo dos últimos cinco anos, à exceção da ala de balas e candies que cravou variação positiva de 1,3% em 2016 em relação ao exercício anterior. Um sopro favorável bafejou o primeiro semestre de 2017,

NOTA: CIFRAS EM DÓLARES DEVEM SER VERTIDAS PARA COTAÇÃO MÉDIA DE R$ 3,50 POR DÓLAR VIGENTE EM 2017.

com variação positiva (8,8%) no consumo aparente de chocolates e avanço (8,1%) nas exportações de candies, confirmam os dados da **Associação Brasileira da Indústria de Chocolate, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados** (**Abicab**).

Implementada ao longo das últimas duas décadas, a melhora na renda e consolidação de classes emergentes chegou a revitalizar a atividade do setor de confectionery, estagnada durante os anos 1970 e 80 no Brasil. Com isso, milhões de consumidores ingressaram no mercado e o salto dessa demanda redimensionou as perspectivas de crescimento do setor. Em paralelo, mudanças nos hábitos de consumo desse público ascendente foram realinhadas a um perfil agora predominante no cenário doméstico. Além de uma renovação em todas as frentes de guloseimas, a formação de uma classe consumidora ampliada consolidou o fim da estabilidade verificada em períodos anteriores.

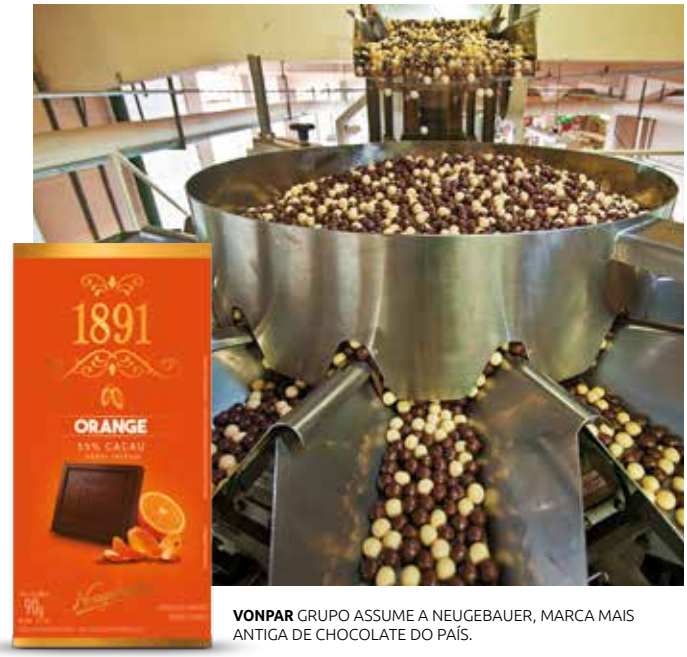
CHOCOLATE VARIAÇÃO POSITIVA NO CONSUMO APARENTE DO PRIMEIRO SEMESTRE DE 2017.

Detentora de fatia em torno de 9% do PIB nacional, a indústria de alimentos em geral (incluso bebidas) não poderia passar incólume por uma das piores recessões da história do país. Ainda assim, fechou 2016 com receita da ordem de R$ 614,3 bilhões, cravando crescimento nominal de 9,3% em relação a 2015, capta a **Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação** (**Abia**). Segundo a entidade, a produção do setor amargou queda de 0,96%, com melhora em relação a 2015, quando houve recuo de 2,9% na produção. As vendas, por sua vez, foram menos ruins, com retração de 0,63%, ante a queda de 2,73% no período anterior. As exportações do setor aumentaram 3,4% em 2016, para US$ 36,4 bilhões; e a contribuição do setor de alimentos e bebidas no saldo da balança comercial foi superavitária em US$ 31,5 bilhões.

Depois de dois anos consecutivos de quedas na produção, vendas e investimentos, as indústrias de alimentação do país previam uma retomada do crescimento no início de 2017. Essa expectativa levava em conta a previsão de crescimento da safra de grãos em relação ao ano anterior, a inflação mais baixa e a perspectiva de estabilização no nível de desemprego e de melhora geral na economia, com a aprovação das reformas trabalhista e previdenciária.

Com base na confirmação apenas parcial desse prognóstico, a Abia projeta para 2017 um crescimento de 0,6% a 1,2% na produção de alimentos, após queda de 0,96% em 2016. Para as vendas, a estimativa é de crescimento real de 0,7 % a 1,5% no período, diante da queda real de 0,63% no ano anterior. No mercado interno, o giro no varejo teve alta nominal de 9,8%, enquanto as vendas no setor de alimentação fora do lar (food service) registraram aumento nominal de 7,1%. Houve uma migração do consumo de fora do lar para dentro do lar e, à medida que houver recuperação na economia, a expectativa é a de que o food service volte a crescer de forma mais acelerada que o varejo alimentar.

Embora menor em volume e mais encorpado em valor, o consumo brasileiro de chocolate segue ainda consistente e hoje traduz vários significados. Além de símbolo da indulgência, ele é o último item da lista de compras supérfluas a ser cortado em caso de crise por conta do relativo baixo desembolso. Por outro lado, em uma singularidade do mercado brasileiro, é visto também como alternativa ao desemprego, desde que consumidores aderiram à sua produção artesanal para complementar a renda doméstica. A data em que o consumo tradicionalmente aumenta acima do padrão é a Páscoa. Acompanhando a estabilização na produção e demanda dos últimos anos, a comemoração em 2017 também perdeu força. As grandes fabricantes de chocolates no país registraram um desempenho entre a estabilidade e crescimento nominal de 10%. A data mais importante para o setor no ano deixou um sabor amargo em 2016, quando as vendas cederam 27,4%. Para a Abicab, o período foi atípico e, apesar da queda na Páscoa, o setor começou a mostrar recuperação nos meses seguintes. Por exemplo, de janeiro a setembro de 2016, a produção de chocolate cresceu 13,2% em volume, ante igual período de 2015, para 393,4 mil toneladas (t). Em 2016, posiciona a entidade, a Páscoa respondeu pela produção de 14,3 mil t, volume equivalente a 58 milhões de ovos de chocolate. Esse volume, no entanto, foi menor que as 19,7 mil t produzidas em 2015.



VONPAR GRUPO ASSUME A NEUGEBAUER, MARCA MAIS ANTIGA DE CHOCOLATE DO PAÍS.

No balanço de 2017, a comemoração não acusou mudança significativa nas vendas. Com 120 lançamentos, as indústrias reduziram o número de novidades em resposta ao recuo de vendas visto um ano antes. De acordo com a Abicab, as empresas preferiram ser mais conservadoras depois da decepção com o desempenho em 2016, recorrendo às marcas fortes e faixas de preço mais baixas. Mas o setor continuou a diversificar a oferta, com tamanhos variados e produtos para todos os bolsos.

Pelas planilhas da Abicab, o mercado de chocolates totalizou queda de 0,4% no primeiro semestre de 2017, mas deu sinais de recuperação na segunda metade do ano. A tendência de recuperação, no entanto, é lenta e as indústrias associadas estimam crescimento de 2% a 4% em volume, no balanço de 2017, em comparação com o exercício anterior. Pelos radares da consultoria **Euromonitor International**, as vendas de chocolates no Brasil devem cravar queda de 5,9% em volume em 2017, para 256,5 mil toneladas. Em valor, o recuo estimado é de 4,9%, para R$ 11,96 bilhões. Nos últimos cinco anos, estima a Euromonitor, as vendas de varejo de chocolates saíram de R$ 11.251,8 milhões em 2012 para R$ 11.964,2 milhões em 2017, projetando recuo para R$ 11.303,5 milhões em 2022.

Atentas às mudanças no setor e a uma demanda diferenciada, as redes de chocolaterias como **Cacau Show**, **Brasil Cacau** e **Kopenhagen** (**Grupo CRM**) degustam uma expansão que mudou de vez a concorrência. Pelos radares da Abicab, essas redes especializadas saltaram de 200 lojas para mais de 4 mil em uma década. Ganhando cada vez mais espaço e relevância, o segmento de chocolates premium já se aproxima de 7% da produção nacional, estima a entidade.

O Brasil é o terceiro maior mercado consumidor de chocolates no mundo e continua exibindo potencial para avançar. Cada brasileiro consumiu, em média, 2,5 quilo do produto em 2017, quase o dobro de dez anos atrás, porém menos que a metade dos Estados Unidos.

Processando chocolate próximo ao limite de sua capacidade desde a década passada, o setor vinha bombando até 2014. As mudanças nos hábitos de consumo, com conceitos de saudabilidade em pauta na preferência do consumidor, marcaram a construção desse quadro. Em 2015, no entanto, a demanda sinalizou ter alcançado algum grau de saturação. A agitação em torno da produção, venda e consumo de chocolate no Brasil não tem precedentes em toda trajetória dessa categoria de alimento. Para se ter uma ideia da dimensão dessa evolução, há 40 anos o consumo per capita de chocolate no país, então com 90 milhões de habitantes, girava em torno de 300 gramas. A primeira e única campanha em prol do aumento da demanda que se tem notícia, envolvendo os principais fabricantes, foi levada a cabo nos anos 1970 e o índice saltou para cerca de 800 gramas. Desde 2010, o consumo brasileiro oscila entre 2 e 3 quilos/habitante/ano, volume considerado ainda modesto, mas com crescimento acelerado nos últimos anos. De vilão da alimentação sadia, o chocolate virou a coquecluche do ramo funcional, entrando para a lista dos alimentos que comprovadamente trazem benefício à saúde. A tiracolo dessas constatações, proliferam empreendimentos tanto do lado do fornecimento como da venda ao varejo. Em suporte a essa onda, também se multiplicam eventos como workshops, congressos e feiras.

PÁSCOA ACOMPANHANDO A ESTABILIDADE NA PRODUÇÃO, A COMEMORAÇÃO PERDE FORÇA.

Regaliz
FOFS
Regaliz FOFS Tubinhos Sortido CÍTRICO 90 g Florestal
Regaliz FOFS Tubinhos MORANGO CÍTRICO 90 g Florestal
Regaliz FOFS Tirinhas MORANGO ÁCIDO 90 g Florestal
Regaliz FOFS Tirinhas SORTIDO ÁCIDO 90 g Florestal
É MUITO DIVERTIDO SABOREAR!
E LOGO VEM AQUELA VONTADE DE COMER MAIS...
MAIS DE 1 METRO DE GOSTOSURAS EM CADA EMBALAGEM.
Florestal®
Doces emoções
houseFlorestal
SAC 0800 707 7144 | florestal.com

PRODUÇÃO ARTESANAL FABRICAÇÃO A PARTIR DE COBERTURA DE CHOCOLATE COMO ALTERNATIVA AO DESEMPREGO.

Com essa movimentação, a indústria de chocolate vinha despejando investimentos condizentes com o avanço da demanda interna e externa. Esses recursos, no entanto, começaram a rarear quando o ambiente econômico-financeiro se estagnou e o PIB do país veio abaixo. Entre grandes empreendimentos bancados recentemente no setor sobressai o do **Grupo Vonpar**. Controlador da **Vonpar Refrescos**, ex-franqueada da **Coca-Cola Femsa** no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, o grupo empresarial expandiu sua atuação de mais de 60 anos no segmento de bebidas, ingressando no filão alimentício. Para isso, adquiriu três operações gaúchas do setor de confeitos (Mu-Mu, Wallerius e Neugebauer), que integram a atual Divisão Alimentos, braço do grupo para esse setor. Fundada em 1891, a fábrica de chocolates da Neugebauer localizada no bairro Navegantes, em Porto Alegre, foi desativada em 2013. A nova unidade, instalada em terreno de 110 mil metros quadrados, interliga-se à estrutura já existente da divisão de balas e pirulitos, em Arroio do Meio (RS), totalizando um complexo de mais de 30 mil metros quadrados. O projeto da planta de chocolate segue o figurino das mais modernas instalações para processamento de cacau em todo o mundo. Ela reúne maquinário de procedência europeia, basicamente da Suíça, Alemanha e Itália, elevando a capacidade anterior em cerca de 200%. A Vonpar triplicou os volumes de produção e a capacidade total da unidade hoje oscila entre 2-3 mil t mensais de diferentes tipos de produtos (barras, confeitos e bombons).

Apesar do crescimento do setor nos últimos anos, o consumo de chocolates no Brasil ainda é considerado baixo. Um dos fatores desse cenário é a precária logística para cobertura da distribuição, consideradas as dimensões do país. Um estudo da consultoria **Mintel** sustenta, entre várias conclusões, que o desenvolvimento do Norte/Nordeste do país se insere como um importante foco do mercado. Desde 2010, um pouco mais de um quinto dos consumidores afirmam que estão consumindo mais chocolates do que em anos anteriores. Nesse mesmo período, quase um terço dos consumidores no Sul disseram que aumentaram a compra do produto. A principal diferença entre as regiões está na quantidade de chocolates comprada em cada ocasião. Persiste ainda uma diferença entre o número de consumidores no Nordeste que come barras individuais tamanho padrão (48%) comparado aos do Sul (64%).

Motivada por esse consumo muito aquém do seu potencial, a indústria nacional se posiciona entre os maiores produtores globais de chocolate. Ao ultrapassar a França, em meados da última década e, mais recentemente, o Reino Unido, o Brasil ascendeu ao terceiro lugar, revigorando um cenário marcado no passado pela estabilidade. Por mais de dez anos o país se manteve na quinta colocação, com produção e consumo de chocolate estagnados. Desde 2010, o setor mantém a atual colocação de destaque no ranking global, deixando para trás as indústrias chocolateiras francesas, italianas, suíças e dos países baixos, tidos como ilhas de excelência na produção de chocolate. Na atual posição, o país só perde para os EUA e Alemanha, ficando à frente de potências como o Reino Unido, França e Itália. Com produção anual na faixa de 530 mil t, na média dos últimos quatro anos, o setor fechou 2016 com 489 mil t, volume que assinala queda de 3,5% sobre o ano anterior. Mas no primeiro semestre de 2017 o recuo foi menor, em torno de 0,4% em comparação a idêntico período de 2016. O consumo aparente, no entanto, cravou alta de 8,8% nos primeiros seis meses do ano. (ver quadro à página 11).

Conquistada ao longo das últimas décadas, a estabilidade econômica conferiu até recentemente maior poder de compra às camadas de baixa renda, conduzindo o mercado brasileiro a uma faixa que supera 100 milhões de consumidores. O país se transformou dessa forma em foco dos investimentos internacionais, sendo chocolates, biscoitos, snacks e candies as opções de maior destaque no menu de guloseimas. Pelos dados oficiais a produção brasileira de chocolates sob todas as formas (coberturas em barra, tabletes, bombons, confeitos, achocolatados em pó, ovos e figuras de Páscoa), que rondava a faixa de 200 mil t no início da década de 90, alcançou volume acima de 300 mil t na virada do milênio e, na atual década, se sustenta em faixa superior a 400-500 mil t.

SANTA HELENA INVESTIMENTO NA PRODUÇÃO DE CONFEITOS À BASE DE AMENDOIM.

Dentro da categoria de chocolate, um dos filões mais disputados no país é o de bombons do tipo bola (11%) que, somados a outras variedades como as caixas sortidas (35%), abocanha 46% da demanda total da categoria (ver gráfico à página 14). Os tabletes (30%) e linhas de impulso como snacks do tipo bite size (15%) e candy bars (6%) vêm em seguida, com mais da metade da preferência dos consumidores, cabendo os restantes 3% a confeitos de formatos diversos e coberturas. Fora do chamado consumo continuado, que ocorre durante todo o ano, a demanda de chocolate pode aumentar em até 20-30% entre maio e setembro, por conta dos meses mais frios no Brasil. Em março e abril, período de comemoração da Páscoa, ela cresce fortemente em relação às épocas de giro mais baixo.

Na faixa de 2,5 quilos por habitante/ano, o consumo per capita atual de chocolates também é considerado baixo e acusa uma variação bastante acentuada conforme a região do país. Chega a oscilar de 0,5 a 1quilo nas áreas mais quentes, como o Norte e Nordeste, a 2,5-3 quilos no Sul e Sudeste, que concentram os maiores centros consumidores.

O convívio por anos a fio com um quadro de superoferta fez o segmento de confeitos doces (balas, pirulitos, chicles) se adaptar a esse cenário. Com poucas perspectivas de exportar grandes volumes, essas categorias foram buscar novos filões de consumo doméstico e a foto atual flagra uma disseminação sem precedentes no número de apostas em desenvolvimentos de maior valor agregado. Mesmo assim, desde 2014, acentuam-se déficits na produção e consumo. Levantamento da Abicab capta que em 2016, a produção de candies voltou a operar no azul, com alta de 1,3% em relação ao ano anterior. Mas de janeiro a junho de 2017, voltou a recuar, com déficit de 3,1% na produção, comparado a igual período de 2016.

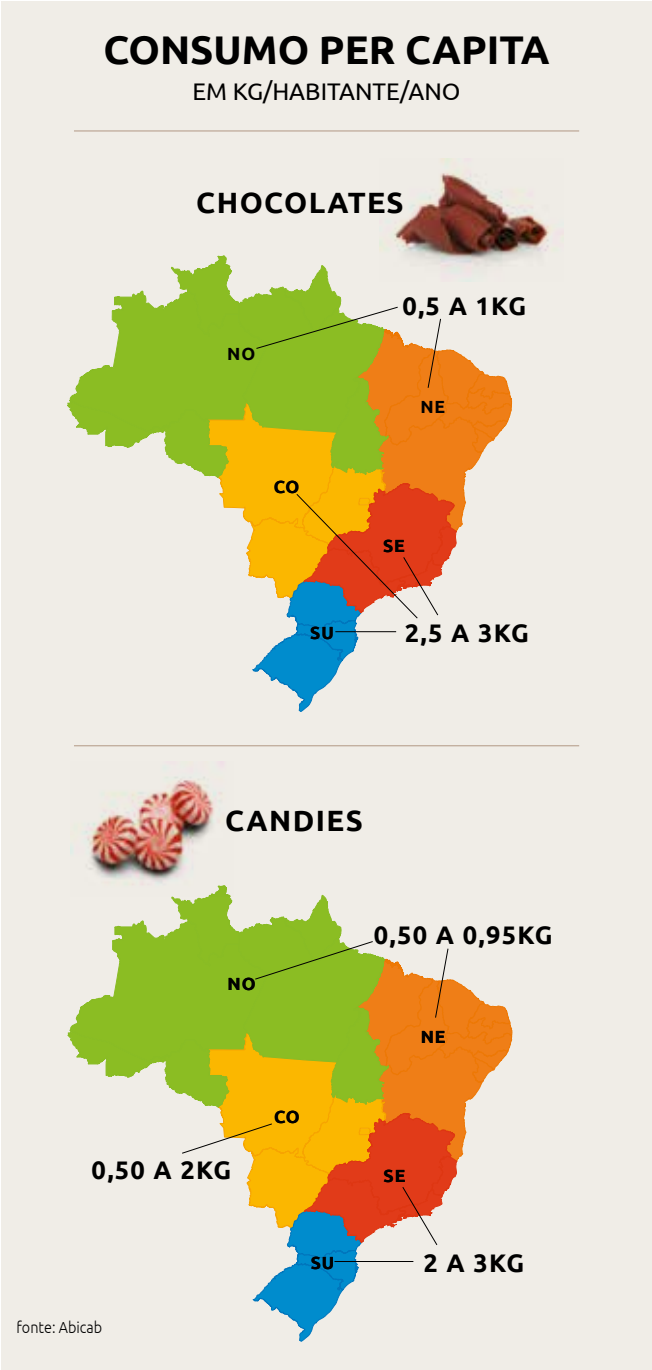
DAXIA
ingredientes e aditivos

Há décadas fornecendo ingredientes e aditivos para indústria alimentícia e agora com linha completa de corantes naturais.

Antocianina
Betacaroteno
Beterraba
Caramelo
Carbon Black
Carmim de Cochonilha
Cenoura
Clorofila
Cúrcuma
Espinafre
Spirulina
Tomate
Urucum
Urucúrcuma
E muito mais.

11 2633 3000
www.daxia.com.br

DAXIA
Doce Aroma



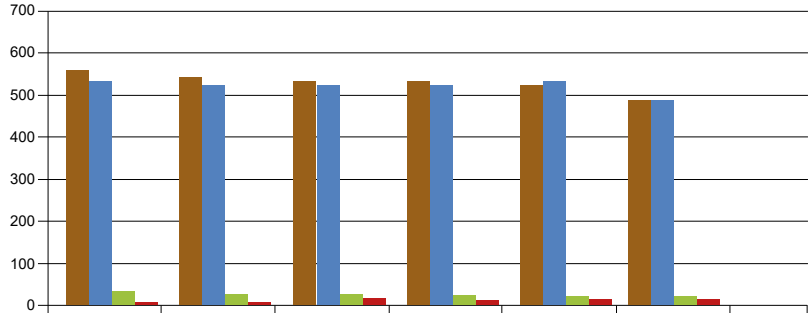
A projeção de um PIB na faixa de 4%, a partir da metade da última década, reacendeu a disposição do setor brasileiro de confectionery de retomar as vendas internas. O giro de candies açucarados no balcão doméstico permanecia mergulhado em fogo brando havia anos. Para sacudir essa estabilidade, a indústria foi buscar as gôndolas externas e conseguiu, através de embarques crescentes, neutralizar a quase ociosidade nas linhas de produção. De 1999 a 2004, as exportações vingaram com saltos anuais na faixa de 20%. Esse ritmo, no entanto, foi interrompido com a valorização crescente do real frente ao dólar. A disputa doméstica nesse período acabou sendo revitalizada pelo desembarque de marcas globais, que ajudaram a promover aprimoramentos sem precedentes no setor. A maioria das companhias transnacionais de confectionery aterrissou no país, sobretudo a partir da segunda metade dos anos 1990. Elas contribuíram para estabelecer novos padrões de qualidade e consumo, introduzindo conceitos de marketing e operação logística inéditos no cenário local. A chegada dessas empresas contribuiu também para o desenvolvimento de mercados inexistentes no país, a exemplo de confeitos especiais (diet/light, nutracêuticos ou funcionais), enquadrados na tendência de saúde e bem-estar (health and wellness), e de marcas com a tarja orgânica e/ou sustentável, ampliando o espaço dedicado a guloseimas doces no trade atacadista e varejista.

Esse olhar da indústria para o consumo doméstico abriu frentes em regiões onde o consumo per capita era ainda mais inexpressivo. Diversas empresas do setor dos mais variados portes, por exemplo, iniciaram na última década uma corrida ao Nordeste brasileiro, incluindo nomes como **Mars**, **Nestlé**, **Arcor**, **PepsiCo** e **Mondelez**, entre as organizações de maior envergadura. Elas atraíram os holofotes e puxaram um cordão engrossado por concorrentes mais intermediários.

Mesmo com produção declinante nos últimos cinco anos, o setor de balas saiu da zona de conforto em meados da década passada. O cenário ao longo dos anos 2000 comprova que as indústrias do segmento vinham conseguindo superar gargalos nas vendas domésticas, com investimentos na modernização do parque de máquinas e apostas em linhas de maior valor agregado. Essa mudança se materializou em itens de qualidade reconhecida pelo consumidor e custos e preços em ponto de equilíbrio, conduzindo a uma recomposição das margens do setor. Enquanto os volumes foram paulatinamente diminuindo o ritmo, a receita foi desenhando trajetória inversa. Com os aportes despejados em expansão de capacidade, desenvolvimentos e inovações, de 2010 a 2013 a produção fechou acima de 400 mil t de candies, sinalizando que o setor havia retomado a trilha do crescimento.

A oferta contínua de linhas básicas, consideradas commodities pelo trade da categoria, acuou os fabricantes em um beco cuja única saída era a da renovação. Com um consumo per capita ainda considerado baixo, a indústria havia se acomodado a uma situação de demanda cativa e só começou a mudar o quadro por conta da acirrada disputa e exposição à globalização, partindo em busca de outros mercados com portfólio renovado e competitividade afiada por insumos fartos, além de um câmbio, a princípio, favorável. Nesse início, as balas, confeitos, gomas de mascar e derivados brasileiros emplacaram como novidade por

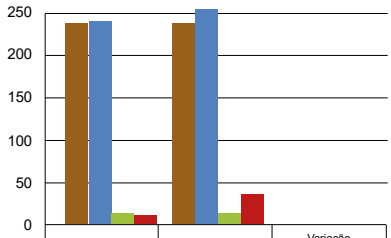
2008-2016 CHOCOLATE
PRODUÇÃO, CONSUMO APARENTE, EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO
(EXCLUINDO ACHOCOLATADO EM PÓ) EM VOLUME (MIL TONS)



	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variação 2016/15
Produção	585	576	572	553	507	489	-3,5%
Consumo Aparente	566	560	562	547	515	488	-5,4%
Exportação	33	32	30	29	25	28	9,9%
Importação	14	16	20	23	33	26	-21,9%

Fonte: UHY Moreira - Auditores | Elaborado pelo setor de economia e estatística ABICAB

2016-2017* PARCIAL - CHOCOLATE
(EXCLUINDO ACHOCOLATADOS) PRODUÇÃO,
CONSUMO APARENTE, EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO
EM VOLUME (MIL TONS)



	2016*	2017*	Variação 207/16
Produção	238,6	237,6	-0,4%
Consumo Aparente	237,2	258,1	8,8%
Exportação	14,5	14,2	-2,2%
Importação	13	35	165,5%

* Período de janeiro a junho
Fonte: Associados - Auditados por UHY Moreira/Alice Web/MDIC - Elaboração ABICAB

conta de trunfos como disponibilidade de açúcar a preços baixos – ao contrário do que se verifica hoje –, os embarques para o exterior ganharam músculos. De 2001 a 2004, as exportações saltaram de 90 mil t para 153 mil t, pico que a partir de 2005 entrou em declínio, estabilizando na faixa de 120 mil t. Com a imagem de fonte de itens populares, o país conseguia emplacar vendas em balcões de países da África, América do Sul e Central, com preços atraentes. Mas já há alguns anos o setor vem trabalhando no sentido de agregar valor às linhas básicas e conseguiu mudar essa imagem, como indicam os resultados obtidos em participações recentes em feiras de negócios internacionais, a exemplo da **ISM – Feira Internacional de Doces e Biscoitos**, maior vitrine global do setor de confeitos, montada no início de 2018 em Colônia (Alemanha). Apesar da queda em volumes, os embarques se mantiveram em valores e, em alguns casos, até renderam superávit, com o reajuste das tabelas aos poucos assimilado pelos compradores. Com 19 empresas no espaço coordenado pela Abicab e pela **Associação Brasileira da Indústria de Biscoitos, Massas Alimentícias, Pães e Bolos Industrializados** (**Abimapi**) em parceria com a **Agência Brasileira de Promoção**

de Exportações e Investimentos (**Apex-Brasil**), os confeitos brasileiros pontuaram no circuito das inovações.

Balas, confeitos, gomas de mascar e derivados encorpam no Brasil um filão de oferta e demanda diferenciado que, no entanto, não destoa da agitação verificada hoje na área dos chocolates. Depois de superar um ciclo de qualidade baixa e preços predatórios que varou as décadas de 1970 e 1980, a indústria brasileira foi sacudida pela abertura comercial e globalização nos anos 1990. Da exposição a artigos importados e intercâmbio comercial com o exterior, emergiu um setor mais atento à qualidade, antenado nas tendências internacionais e disposto a investir em marketing e promoção para sobressair com inovações e produtos de maior valor. Foi por essa trilha que a indústria nacional de balas e confeitos cavou boas oportunidades no flanco das exportações.

A produção na faixa de 417 mil t nos últimos seis anos mantém o Brasil na terceira colocação mundial do segmento de balas e confeitos de açúcar, atrás dos Estados Unidos e Alemanha, permanecendo à frente de pesos-pesados do setor, como o Reino Unido, Japão, Espanha e França, repassa a Abicab. Pelos monitores da entidade, o balanço de chocolates e candies se manteve sem sobressaltos nos últimos dez anos, registrando declínio nos últimos 2-3 anos.

Integrante do **International Office of Cocoa, Chocolate and Sugar Confectionery** (**IOCCC**) e do conselho da **ICA** (**International Confectionery Association**), a Abicab congrega os sindicatos que atuam regionalmente, representando 92% do mercado de chocolates, 70% do universo dos fabricantes de balas e confeitos. Desde 2001, ela incorpora a categoria amendoim, reunindo produtores e indústrias sob o guarda-chuva do projeto Pró-Amendoim, que instituiu o Selo Abicab de Qualidade, criado com o propósito de defender e promover a categoria de doces e confeitos à base da oleaginosa e cujos associados têm representatividade acima de 80% do segmento.

Dois investimentos que vingaram na década atual reforçaram o lado da produção de confeitos à base do amendoim. A aproximação dos 70 anos de atividade demarcou o projeto da **Santa Helena** de instalação de uma planta para sua expansão na ala de snacks da oleaginosa, que absorveu R$ 30 milhões. Colocada em marcha em Ribeirão Preto (SP), a unidade tem capacidade para produzir 4 mil t mensais de confeitos de amendoim. Em Marília, também no interior de São Paulo, a **Dori** cortou na mesma época a fita inaugural de sua Unidade 40. Trata-se de uma fábrica para a produção exclusiva de confeitos à base de amendoim, localizada no complexo da empresa naquela cidade. Capacitada a produzir inicialmente 3 mil toneladas mensais de itens doces e salgados, a fábrica partiu com um quadro efetivo de 200 funcionários, sendo 150 alocados na produção.

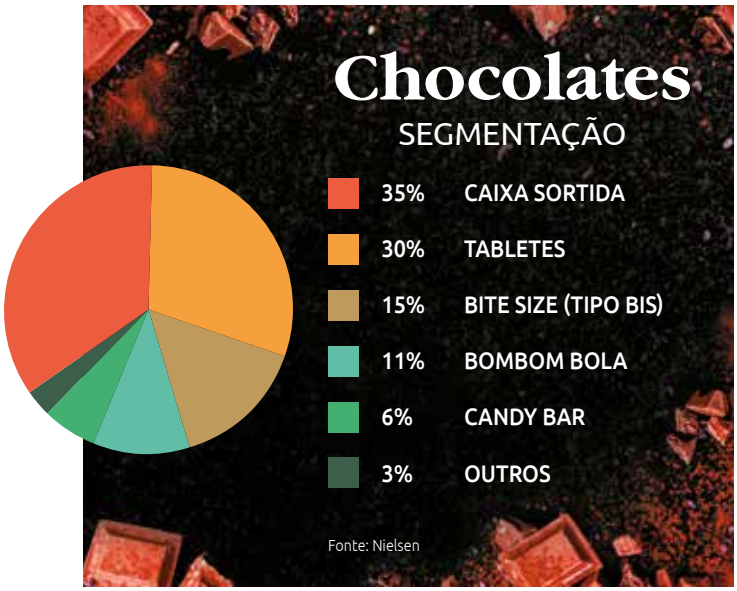
CANDIES LINHAS DE MAIOR VALOR AGREGADO GANHAM ADESÃO GERAL DA INDÚSTRIA.

Produzindo em torno de 350 mil t no início dos anos 1990, o reduto de balas e confeitos de açúcar acusou salto superior a 30% no final daquela década, patamar esse mantido até 2010, quando se fixou na faixa das 400 mil t. Projeções da entidade indicavam que, em decorrência da manutenção dos investimentos em capacidade, desenvolvimentos e inovações, 2016 deveria retomar o avanço, com o setor dando continuidade à trajetória de crescimento sustentado, apesar da queda de 3,6% em 2015 (ver quadro à página 15). A previsão vingou e a indústria cravou alta de 1,3% em 2016 em relação ao exercício anterior. Estudo da consultoria **Euromonitor International** no varejo da categoria indica que, nos últimos cinco anos, as vendas de confeitos açucarados saíram de R$ 3.868,1 milhões em 2012 para R$ 4.637,0 milhões em 2017, projetando avanço para R$ 4.881,2 milhões em 2022. Consolidadas separadamente, as vendas de gomas de mascar saíram de R$ 7.636,9 milhões em 2012 para R$ 8.264,5 milhões em 2017, projetando avanço para R$ 8.375,4 milhões em 2022.

Depois de ultrapassar a barreira das 400.000 t, a produção manteve esse patamar até 2013. No triênio de 2014 a 2016, produziu aquém desse volume. A trajetória de alta coincide com o avanço no consumo bancado pela estabilização da economia.

ARCOR
Apresenta
NOVO BON O BON AMARGO.
O SABOR INTENSO DO CACAU NA PORÇÃO IDEAL.
Sabor que é tendência mundial de consumo.
ARCOR
ESPECIAL AMARGO GOURMET
bon o bon
sabor amargo
RECHEIO CREMOSO
750g (1lb 10.4oz)
Garanta esse lançamento no seu PDV. Prazer em pequenas porções.
FOTO ILUSTRATIVA
CONHEÇA A LINHA COMPLETA:
Amendoim
Beijinho
Mousse Limão
Brigadeiro

Da mesma forma, o consumo aparente que partiu de 305 mil t em 1992, bateu em 400 mil t cravadas na virada para 2000, com picos acima dessa faixa em 1995, 1996 e 1998, declinando nos anos seguintes. Já as exportações largaram no começo da década de 1990 com 46 mil t, alcançando a marca de 85 mil t em 1993. Depois de cair nos anos seguintes, despencando para 27 mil t em 1998, os embarques reagiram, mantendo-se acima das 100 mil t desde 2003. Em recuperação em função do câmbio desfavorável, fecharam 2016 com 79 mil t, assinalando alta de 17,4% em comparação com os embarques do período anterior.



A persistir essa tendência, a Abicab estima que no balanço de 2017 as exportações mantenham o ritmo, pois de janeiro a junho as exportações cresceram 8,1% em relação a idêntico período de 2016. As importações, por sua vez, que não ultrapassavam 700 t em 1992, saltaram para 20 mil t em 1995, exibindo o pico de 37 mil t no ano seguinte. Elas, entretanto, foram declinando a partir de 1999, com o inibidor ajuste cambial, sendo mantidas em 5 mil t, nos balanços até 2007, avançando a partir daí para a faixa acima de 6-7 mil t. Em 2016, os volumes cravaram 7 mil t, registrando queda de 23% em relação ao ano anterior. No primeiro semestre de 2017, elas registraram alta de 16,8% contra o mesmo período do exercício anterior.

Distante do seu potencial, o consumo per capita de balas e confeitos de açúcar no Brasil evoluiu de 1,5 quilo por habitante/ano, no início da década passada, para 2-2,5 quilos, na média dos últimos anos, cravando 2,01 quilos na atualidade. A exemplo da demanda de chocolate, ele também varia bastante conforme a região do país. Pelas sondagens oficiais no varejo, parte de 0,50-0,95 quilo no Nordeste, alcança 2-3 quilos em alguns pontos do Sudeste e cai para menos de dois quilos em outras regiões. Esses índices, no entanto, são considerados baixos e demonstram que as vendas de candies ainda contam com muito espaço para avançar.

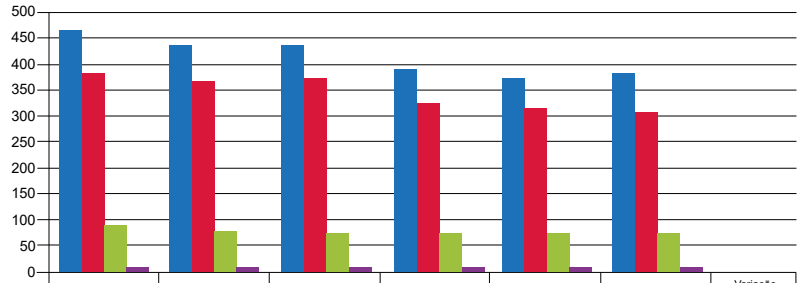
A estratégia para buscar saldos positivos na balança comercial elaborada pelo governo brasileiro no final da década de 1990 havia se desdobrado também em apoio oficial à ofensiva da ala de confectionery no cenário exterior, através de parceria da Abicab com a Apex-Brasil. Com o auxílio do órgão, os embarques ao exterior saltaram 87% em dólares nos primeiros cinco anos da última década, contabiliza a entidade. Havia dez anos, o Brasil exportava para cerca de 80 países e, em 2006, a lista saltou para o pico de 167 destinos.

Pelos registros oficiais, os embarques do setor devem manter no atual exercício a tendência dos últimos anos, totalizando em 2016 algo em torno de 107 mil t, volume, no entanto, 14% maior ao registrado no exercício anterior. Do total das exportações brasileiras, cerca de 70% referem-se a balas e confeitos (inclusos os à base de amendoim) e os restantes 30% às remessas de chocolate, estima a Abicab. De 2000 e 2010, os embarques de chocolates, confeitos e amendoim doce e salgado saltaram de US$ 152 milhões para US$ 304 milhões. As vendas ao exterior dobraram em dólares e aumentaram 30% em volume, passando de 105 mil toneladas para 133 mil toneladas no período. A expansão foi acompanhada de fortes investimentos. Apenas entre 2009 e 2012, a indústria investiu US$ 400 milhões em projetos de modernização, com abertura de plantas e linhas de produção, melhorias de processo e programas de sustentabilidade.

Fonte de preocupação para os exportadores nacionais na atualidade, o câmbio esteve favorável aos embarques a partir da virada do milênio e foi pivô dessas expansões de capacidade e novas plantas industriais concretizadas durante a década. Entre os projetos de longa maturação e que fogem desse quadro conjuntural, sobressai o complexo industrial da **Mondelez**, em Curitiba (PR), erguido com parte de um aporte de US$ 700 milhões despejados pela corporação em sua operação local e apresentado como a maior e mais atualizada planta integrada de guloseimas como chocolates, biscoitos, queijos, refrescos e sobremesas em pó do grupo no planeta. Ao lado dos complexos da **Nestlé** e **Garoto**, em São Paulo e Espírito Santo, respectivamente, no Sudeste brasileiro, ela simboliza o perfil da nova indústria brasileira de chocolates e candies.

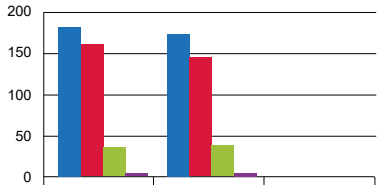
O desembarque das linhas de candies do Brasil no mercado internacional, no entanto, aconteceu ainda na década de 1980, quando a Abicab promoveu a estréia de algumas indústrias na feira ISM. Foi a crescente adesão do setor à delegação brasileira em eventos no exterior que mobilizou a entidade na busca de apoio governamental. Assim, ela idealizou a união de empresas brasileiras em feiras no exterior no espaço de ilhas, identifica-

2011-2016 BALAS, & GOMAS
PRODUÇÃO, CONSUMO APARENTE, EXPORTAÇÃO E IMPORTAÇÃO EM VOLUME (MIL TONS)



	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Variação 2016/15
Produção	471	440	443	392	378	383	1,3%
Consumo Aparente	390	371	377	330	321	312	-2,8%
Exportação	91	80	77	73	67	79	17,4%
Importação	9	11	11	11	9	7	-23,0%

2016-2017* BALAS &GOMAS
PRODUÇÃO, CONSUMO APARENTE, EXPORTAÇÃO
E IMPORTAÇÃO EM VOLUME (MIL TONS)



	2016*	2016*	Variação 2017/16
Produção	185	179	-3,1%
Consumo Aparente	153	144	-5,6%
Exportação	36,4	39,4	8,1%
Importação	3,8	4,5	16,8%

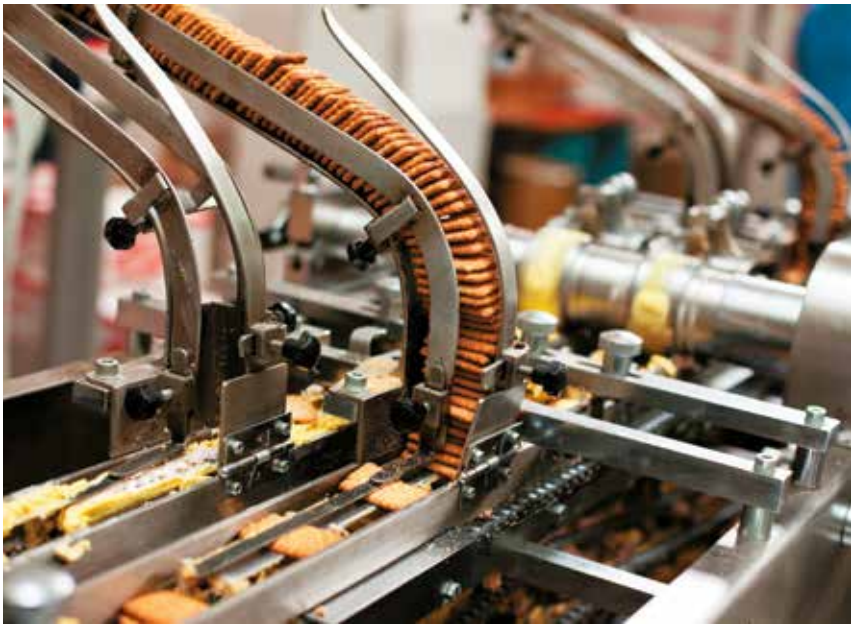
* Período de janeiro a junho
Fonte: Associados - Auditados por UHY Moreira/Alice Web/MDIC - Elaboração ABICAB

das pelo símbolo nacional com a logomarca Sweet Brasil. Esse esforço para construir a imagem de exportador coincidiu com a criação pelo governo brasileiro da agência de promoção de exportações que, em síntese, banca 50% do orçamento nos projetos de participação em feiras internacionais da indústria para elevar as vendas externas. Na ativa desde 1998, o projeto Sweet Brasil é o conjunto de ações do plano setorial integrado celebrado entre a Abicab e a Apex-Brasil para a ampliação das exportações do setor. Consiste em ações de promoção (feiras, eventos e rodadas de negócio) e inteligência comerciais (estudos de mercado, relatórios comerciais e de oportunidades), entre outras atividades estratégicas conduzidas junto aos exportadores para o incremento quantitativo e qualitativo de suas vendas internacionais.

Escoradas em escala de produção, alta qualidade e unidas em torno do projeto Sweet Brasil, as empresas associadas à Abicab construíram ao longo da última década um corredor de exportação, que vem sendo mantido mesmo com o câmbio desfavorável e sacrifício de margens de contribuição. Operações de menor porte foram incluídas nesse processo através da contribuição de entidades como o **Cereal-Chocotec** (**Centro de Tecnologia de Chocolates, Balas, Confeitos e Panificação**), do **Instituto de Tecnologia de Alimentos** (**Ital**), de Campinas (SP). Em parceria com a Abicab e apoio da Apex-Brasil, a instituição foi acionada na execução de um programa de desenvolvimento de produtos voltados ao mercado externo para indústrias que nunca haviam exportado. Essa atividade contínua criou nos últimos anos uma consistente mentalidade empresarial do setor voltada ao comércio exterior, solidificando a imagem do Brasil como player internacional.

O atual estágio da indústria brasileira de confectionery é fruto da revitalização implementada a partir da abertura do mercado interno, ainda no início da década de 90, marcando pontos dentro de fora do país. Essa transformação ganhou consistência com a estabilidade na economia e controle dos índices de inflação. A concorrência no âmbito doméstico conta na atualidade com a participação das maiores corporações globais do setor de chocolates e candies. Além dessa cobertura, o abastecimento é reforçado por um escalão crescente de empresas nacionais de

pequeno e médio porte. Com foco maior em confeitos de açúcar do que em chocolates, esse cinturão de indústrias intermediárias aloja fabricantes com capacidades ao redor e acima de 30 mil t anuais, aptos a desenvolver produtos atualizados para, sobretudo, disputar o mercado externo.



BISCOITOS LIGEIRA QUEDA NA PRODUÇÃO COMPENSADA PELA ALTA NO FATURAMENTO.

Escorada na faixa acima de 1 milhão de t nos últimos dez anos, a indústria nacional de biscoitos sobressai na vice-liderança mundial da categoria, atrás apenas dos EUA, que despejam em torno de 1,5 milhão de t/a, dimensiona a Abimapi. A instituição congrega o terceiro maior mercado global produtor e consumidor de biscoitos e massas alimentícias e o sétimo em pães e bolos industrializados, além de representar 75% do setor que gera mais de 100 mil empregos diretos. Só no Brasil, responde por um terço do consumo nacional de farinha de trigo. Ela também aglutina os principais fabricantes nacionais de biscoitos, sendo que os 20 de maior porte respondem por 70% do faturamento geral da categoria, que fechou 2016 com R$ 21,853 bilhões (fábrica) em caixa, resultado 3,9% superior ao do exercício anterior. Pelas planilhas da entidade, refletindo a performance de todo o setor, a categoria acusou redução de 2,7% no volume de vendas – com a colocação de, aproximadamente, 1,7 milhão de toneladas – e retração também do consumo per capita, que caiu de 8,5 para 8,2 quilos/habitante/ano. Os dados refletem o comportamento do consumidor que, diante da crise econômica enfrentada no país, diminuiu sua frequência de compras, mas não retirou da cesta os produtos básicos para o dia a dia, como rosquinhas e biscoitos do tipo Maria/Maisena. Essas duas modalidades de biscoitos, inclusive, foram os principais impulsionadores do crescimento da categoria em 2016/2017 e registraram aumento de 7,5% e 1,5% em volume de vendas, e 14,5% e 11% em faturamento, respectivamente. Até recentemente campeões da preferência na categoria, os biscoitos recheados perderam força em comparação ao mesmo período anterior, cravando 25% de participação de mercado no segmento em 2016, reporta a Abimapi.

BRASIL NA ISM MAIOR VISIBILIDADE NA CENA GLOBAL DE CANDIES COM PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS INTERNACIONAIS.

Mudanças recentes nos hábitos de consumo promoveram uma reviravolta nas vendas de alimentos, com reflexos diretos em categorias de guloseimas como biscoitos. As transformações nas atitudes dos consumidores também impactaram os canais de distribuição, com a valorização do formato de atacarejo e o aumento na oferta de produtos saudáveis. Por outro lado, o freio na compra por impulso, a multiplicação de marcas próprias e a retração em setores consolidados, como o de food service, inserido no corte do orçamento para entretenimento, patrocinaram o resgate das marmitas e a reabilitação da comida de rua pelo contingente formado por quem não encontra colocação formal.

Também distante do seu potencial, o consumo per capita de biscoitos no Brasil pulou, ao longo da última década, de 3,8 quilos/habitante/ano para os atuais 8,2 quilos. No varejo da categoria, o período histórico dos últimos anos demonstra que o mercado de biscoitos acusou crescimento satisfatório, tanto em valores como em volume, mas vem emitindo sinais de retração no consumo e queda no preço médio unitário, face ao avanço de pequenas marcas e forte concorrência em preços. Confirmando o diagnóstico, o volume consumido em 2017 deve ficar ao redor de 1,3 milhão de toneladas, movimentando vendas no varejo

acima de R$ 23,7 bilhões, conforme dados da Euromonitor International. Pelas projeções da consultoria, o varejo de biscoitos deve continuar movimentando volumes na faixa acima de 1 milhão de toneladas nos próximos anos, atingindo 1,3 milhão de t e receita de R$ 25,9 bilhões no fechamento de 2021.

Com penetração acima de 90% nos lares brasileiros, o setor de biscoitos movimenta há cerca de uma década e meia um plano para sacudir a estabilidade doméstica, reforçando flancos como o da promoção externa, apesar da flutuação cambial nem sempre favorável aos embarques. Segundo a Abimapi, as exportações em 2016 foram da ordem de 39,4 mil t, volume 0,5% superior ao do exercício anterior, que representaram receita de US$ 74,0 milhões (FOB). Com resultados como esses, a ala de biscoitos ocupa a 36ª colocação entre os setores exportadores brasileiros. Os cinco maiores destinos são EUA, Paraguai, Uruguai, Angola e Cuba, sendo o biscoito do tipo recheado o principal item da pauta, representando cerca de 40% do total exportado.

Ao longo dos últimos anos, a Abimapi promove a participação do setor em feiras internacionais em todos os continentes, através do Projeto Setorial Integrado (PSI), bancado em parceria com a Apex-Brasil. No início de 2013, a entidade lançou a marca Happy Goods para representar o setor no exterior e melhorar a percepção dos compradores em relação aos produtos brasileiros. A intenção é também chamar mais a atenção do mercado comprador internacional para o importante parque tecnológico, para a qualidade dos produtos e para a força das empresas nacionais. Essas características são valorizadas pelo selo Baked in Brasil, um slogan que acompanha as marcas reforçando a origem dos produtos nacionais.

Reformulada em 2016, a marca Brazilian Biscuits, Pasta and Industrialized Breads & Cakes resulta da posição da indústria com vistas à promoção de seus produtos no mercado internacional. A iniciativa também passou a denominar a parceria entre a Abimapi e a Apex-Brasil em favor das exportações. Das diversas atividades desenvolvidas nos últimos anos, sobressai a participação em feiras internacionais como **Americas Food and Beverage Show Miami**, **Confitexpo Guadalajara**, **Summer Fancy Food New York**, **Sial Mercosul**, **Sial Paris**, **Fihav**, **Gulf Food**, **Foodex Japan**, **Anuga**, **ISM** e **FMI Dallas**. Com mais de 16 anos de existência, a parceria Abimapi/Apex-Brasil promove cerca de 40 empresas que representam em torno de 70% das exportações nacionais destinadas a mais de 80 países nos cinco continentes. •

Fonte permanente

A ATRATIVIDADE PARA INVESTIMENTOS DA AGROINDÚSTRIA ASSEGURA A COMPETITIVIDADE EM INSUMOS PARA CONFEITOS

Fonte global de commodities agrícolas, o Brasil exerce forte atração a investimentos nesse campo pelas dimensões do potencial para cultivo de lavouras básicas. Enquanto a demanda mundial se manteve em alta e o país cotado entre os celeiros preferenciais, esses recursos foram canalizados para o agronegócio alimentar, assegurando fartura de matérias-primas e ingredientes. Dessa forma, o suprimento de insumos indispensáveis à industrialização de chocolates, biscoitos e confeitos (confectionery) foi crucial para conferir competitividade às linhas de manufaturados. Eventuais gargalos no fornecimento eram contornados por fontes do exterior, sem grandes impactos nos custos domésticos. Todavia, com a manutenção do PIB em queda por dois anos consecutivos esse cenário mudou.

A exemplo de diversas atividades ligadas ao agronegócio, o país ocupa posição de destaque no balcão mundial de cacau e açúcar. A abundância de derivados, como glicose, frutose, ácido cítrico, óleos e estabilizantes, contribui para o aprimoramento e manutenção da qualidade e preço dos produtos nacionais. No campo agroin-

NOTA: CIFRAS EM DÓLARES DEVEM SER VERTIDAS PARA COTAÇÃO MÉDIA DE R$ 3,50 POR DÓLAR VIGENTE EM 2016.

dustrial, as culturas que reabastecem a fabricação desses itens avançaram em ritmo acentuado, sobretudo nos últimos 10-20 anos. Atraídos por oportunidades indisponíveis em outras partes do globo, corporações transnacionais injetaram investimentos diretos no país e o ingresso desses capitais transformou o perfil de diversas atividades.

Número um global na produção e exportação de açúcar, o Brasil polarizou as atenções dos grandes grupos investidores. Estudos sobre a atividade sucroalcooleira brasileira indicam que o setor passou por profunda reestruturação nos últimos 20 anos. Apenas no período inicial desse processo, entre 1997 a 2002, algo em torno de 30 usinas de açúcar e álcool, a maioria da região Centro-Sul – maior produtora de cana-de-açúcar – , fundiram-se ou foram adquiridas por grupos locais e internacionais. Durante a última década, o setor sofreu altos e baixos, com o boom do período, entre 2003 e 2009, seguido de crise e estagnação nos anos de 2010 a 2014.

Conforme levantamento do setor sucroenergético, a atividade açucareira nacional movimenta cerca de R$ 60 bilhões anuais, montante equivalente a 2% do PIB – ou mais de R$ 100 bilhões, considerados todos os segmentos da cadeia da cana. Além de maior produtor mundial de cana-de-açúcar, o Brasil é o principal país do mundo a implantar, em larga escala, o álcool como combustível renovável e alternativo ao petróleo. O parque nacional possui número acima de 400 instalações entre usinas e destilarias, sendo a maior parcela no Centro-Sul. O restante se espalha pelo Norte e Nordeste, sustentando mais de mil municípios brasileiros. Outro indicador da importância social do agronegócio sucroalcooleiro é a geração de impostos, que a cada ano recolhe mais de R$ 15 bilhões aos cofres públicos.

O Brasil lidera a produção mundial de açúcar, desde a safra de 1994/1995, embora tenha sido momentaneamente superado pela Índia, reassumindo a ponta do ranking nas colheitas seguintes. Ao atingir o pico de 19,3 milhões de toneladas (t) de açúcar na safra canavieira de 1999/2000, que ficou em torno de 315 milhões de t, não conseguiu ir além de 16,1 milhões de t de açúcar em 2000/2001. Essa quebra já era esperada por conta da prolongada estiagem de 1999 e da baixa renovação nos canaviais, que resultaram numa colheira de 251,7 milhões de t. A reabilitação total veio com a safra de 2002/2003, que acusou crescimento na faixa de 18% sobre o período anterior (19 milhões de t), totalizando 22,4 milhões de t de açúcar, para uma produção de cana em torno de 320 milhões de t. A curva ascendente, no entanto, foi interrompida na safra de 2005/2006, com produção de 26 milhões de t obtidas a partir da moagem de 385 milhões de t de cana, registrando queda de 2% sobre os volumes de 2004/2005. O avanço da produção, no entanto, retomou o pulso na safra seguinte, com 30 milhões de t de açúcar (15-16% mais do em 2005/2006) produzidas a partir de um total de 427 milhões de t de cana, resultado 9% superior ao anterior, e vem consecutivamente assinalando altas. A única exceção aconteceu na safra de 2011/2012, quando registrou queda de 5-6%, depois de alcançar recorde na colheita anterior, quando atingiu o salto de 16%,produzindo 38,10 milhões de t.

AÇÚCAR NÚMERO UM NA PRODUÇÃO O BRASIL POLARIZA AS ATENÇÕES DOS GRANDES GRUPOS.

Segundo a consultoria **JOB Economia e Planejamento**, a safra de cana-de-açúcar 2017/2018 no Centro-Sul do Brasil se mostra melhor do que a prevista inicialmente. A mudança se deve à ocorrência de chuvas em abril, maio e novembro ter sido satisfatória, criando condições para a lavoura suportar o clima seco de julho e setembro, período em que tradicionalmente ocorre o pico da moagem. O quadro beneficiou o rendimento industrial (RI), estimado em 136,3 kg (ATR)/tc versus uma previsão inicial de 134,5 kg (ATR)/tc.

Em resumo, espera-se algo em torno de 1,5% maior de produtos finais (Açúcares Totais Recuperáveis/ATR), com o benefício concentrado na produção de etanol hidratado. O mix alcooleiro da safra passa assim de 52,0% para 53,5%.

A moagem de cana, com previsão inalterada, deve atingir 593 milhões de t. A produção de açúcar no Centro-Sul será

de 0,6 milhão de t menor do que aquela prevista inicialmente, podendo alcançar 36 milhões de t. As exportações de açúcar do Centro-Sul serão reduzidas em 0,4 milhão de t e alcançando 26,8 milhões de t, sendo neste caso mantido um recorde.

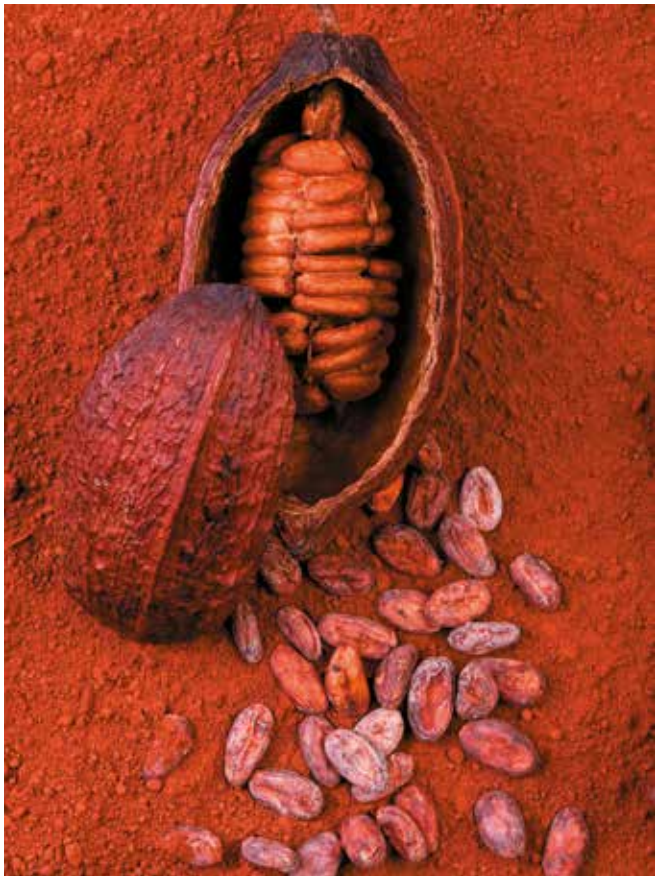
A safra da região Norte-Nordeste não sofreu modificação e, por enquanto, se alinha com as previsões iniciais. A estimativa para a região é de uma moagem de cana de 50,7 milhões de t. Para o açúcar, espera-se 3,4 milhões de t e para o etanol, 1,7 bilhão de litros.

Dessa forma, o Brasil vai moer 643,7 milhões de t de cana (652 na safra passada 2016/2017); irá produzir como líder mundial 39,4 milhões de t de açúcar (38,7) e 27,1 bilhões de litros de etanol (27,3). Os estoques de passagem em 31 de março de 2018 serão mínimos, dando inclusive suporte para os preços na entressafra.

Commodity com desempenho claudicante em 2016, o cacau exibe sinais de melhora. O volume de amêndoas processado pela indústria moageira instalada no Brasil apresentou leve aumento na safra internacional 2016/17, encerrada em setembro, confirma levantamento da **TH Consultoria de Mercado**. Foram moídas 227,2 mil t entre outubro de 2016 e setembro de 2017, cravando 1% mais que no ciclo anterior (224,9 mil t). No terceiro trimestre de 2017 (último trimestre da safra passada), foram moídas 54,6 mil t, ou seja, 0,53% a menos do que no mesmo período da temporada 2015/16. Apenas em setembro, foram 18,9 mil t. Ainda segundo a TH Consultoria, a oferta de cacau da Bahia aumentou na última semana, em meio ao avanço da colheita, embora menos do que indicavam as expectativas. Foram entregues 2,7 mil t pelos cacauicultores do estado.

Por conta de indicadores como esses, a **Associação Nacional das Indústrias Processadoras de Cacau** (**AIPC**) vem reforçando a importância de se fortalecerem os mecanismos que ajudem o país a retomar o crescimento da produção e de moagem de cacau no Brasil. Com uma expectativa de melhora do mercado em 2017, a estimativa da AIPC é de que a moagem neste ano supere o volume de 2016 e chegue a 230 mil t, cerca de 13 mil t a mais.

Por conta da produção interna de cacau ainda abaixo da quantidade satisfatória para atender à demanda da indústria processadora nacional, a importação da amêndoa se mantém como medida necessária. Com uma redução de 77 mil t (34%) em relação a 2015, o Brasil, que já foi o terceiro maior produtor mundial da fruta, atualmente está em sexto lugar no ranking. Os últimos anos foram marcados por acentuadas quedas na colheita nacional, em especial na Bahia, principal estado produtor. O motivo tem sido a crise hídrica que vem assolando as lavouras brasileiras. O insumo tem sido insuficiente para abastecer a



CACAU VOLUME PROCESSADO NO BRASIL COM LEVE AUMENTO NA SAFRA INTERNACIONAL DE 2016/17.

indústria, cuja capacidade de moagem, atualmente, está em 275 mil t. Com o atraso da safra temporã no primeiro trimestre, o setor prevê para 2017 o mesmo cenário de necessidade de importação do ano anterior, quando a indústria precisou importar 57,5 mil t de cacau de Gana.

Mas a expectativa é de que dentro dos próximos 10 anos, o Brasil retome sua posição entre os três maiores produtores mundiais. As lavouras do Pará vêm crescendo a cada ano e na Bahia espera-se uma recuperação da safra, devido a melhoria das condições climáticas em 2017. A previsão é de uma safra de 170 mil t, bem melhor que a de 2016, que foi da ordem de 150 mil t, mas ainda insuficiente para atender a demanda de moagem nacional. Entretanto, enquanto as lavouras brasileiras não retomam a produtividade suficiente para o abastecimento interno das indústrias, o setor conta com a importação do insumo procedente, unicamente, de Gana, um dos maiores produtores mundiais. Espera que o governo brasileiro volte a permitir a importação do cacau também da Costa do Marfim, origem autorizada desde 2001, já que todas as medidas de segurança sanitária exigidas pelo **Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento** (**MAPA**) são praticadas regularmente nos processos de importação.

BALAS
Santa Rita
Rits
www.balasantarita.com.br
/balasantaritarits
EMPRESA VENCEDORA
MELHORES MARCAS
2º Ranking Doce Revista de Chocolates e Candies
CATEGORIA
BALA MASTIGAVEL
CARAMELO
Caramelos ao leite
Novo
Sabor Chocolate
Sabor Baunilha
Peso Líquido 700g
voce não pode deixar esse
bicampeão
fora da sua gôndola

Extremamente sensível a variações de preço, o consumo de chocolate dá sinais de reação no país e leva as indústrias processadoras de cacau instaladas no Brasil a vislumbrarem um ano mais favorável que os três últimos. A expectativa da AIPC era de que 230 mil t de cacau fossem processadas e transformadas em subprodutos para a fabricação de chocolate até o fim de 2017. Se ela se confirmar, será o melhor resultado desde 2013, representando um avanço de 6% em relação a 2016. Nesse ano, a indústria processadora teve o pior desempenho em sete anos por causa justamente da demanda fraca no mercado doméstico.

Nos últimos anos, as fábricas processadoras só não tiveram desempenho pior porque conseguiram encontrar mercado para seus produtos exportando, por exemplo, para países do Mercosul e para Estados Unidos.

A reação do consumo de produtos à base de cacau no país tem ocorrido em paralelo à queda dos preços do chocolate. Desde o início de 2017 até julho, os preços dos chocolates em barra e dos bombons acumularam queda de 3,05%, embora os preços dos chocolates e achocolatados em pó tenham subido 3,13%, segundo levantamento do IBGE.

Para o médio ou longo prazo, a indústria aposta em uma mudança regulatória que deverá elevar a demanda das indústrias de alimentos pelo cacau. Desde 2011 tramita na Câmara dos Deputados um projeto de lei que prevê a elevação do percentual mínimo de cacau no chocolate de 25% para 27 % em um prazo de dez anos.

A AIPC representa 97% do parque processador de cacau no Brasil, gerando mais de 4.200 empregos diretos nas cinco fábricas instaladas na Bahia e em São Paulo. As empresas associadas à AIPC (**Barry Callebaut**, **Cargill**, **Indeca** e **Olam/Joanes**) instalaram-se no Brasil há mais de 40 anos, quando havia abundância de cacau e grandes excedentes de exportação. A cadeia de cacau e chocolates participa do PIB brasileiro com mais de R$ 20 bilhões.

O Brasil também conta com abastecimento confortável na ala de corantes, aromas e fragrâncias, com a cobertura de cerca de meia centena de fabricantes, entre os quais as maiores potências globais dessas especialidades. Das grifes presentes no país, sobressaem, por exemplo, as internacionais **Ingredion**, **IFF**, **Mane**, **Tate &Lyle**, **Firmenich**, **Givaudan-Roure**, **Robertet**, **Symrise**, **Takasago**, **Quest**, **Danisco**, **Chr. Hansen**, **Kerry**, **Saporiti**, **Dohler** e **Cargill**, além das nacionais **Duas Rodas**, **Vittaflavor**, **YSC**, **All Flavors** e **Proaroma**, entre outras. Esse quadro comporta ainda distribuidoras e tradings que abastecem a indústria de confeitos, tais como a **Domondo**, **Mastersense**, **Pluriquímica**, **Daxia**, **Organa**, **Sweet Mix**, **Grasse**, **M.Cassab**, **Nutra Max**, **Indukern**, **Labonathus**, **Tovani Benzaquen** e **Vogler**. No flanco dos insumos especiais e edulcorantes sobressaem a **Ajinomoto**, **Gelita South América**, **Gelco**, **Rousselot**, **Naturex**, **Nexira** e **Beneo-Orafti**.

CANA-DE-AÇÚCAR SAFRA DE 2017/18 MELHOR DO QUE A PREVISTA INICIALMENTE.

No filão de insumos para as cadeias de alimentos e bebidas, a movimentação em 2017 foi inaugurada pela Duas Rodas. Fonte de aromas e ingredientes, a companhia debutou em abril as instalações de sua fábrica no Chile. Com investimento superior a US$ 7 milhões, a unidade faz parte da estratégia de consolidação e expansão da empresa gaúcha no mercado latino-americano. Com 4,5 mil metros quadrados de área construída, em terreno de 11 mil metros quadrados, na região de Lampa, em Santiago, a nova estrutura permitirá à companhia mais que dobrar sua capacidade de produção de aromas líquidos e em pó, condimentos, aditivos e mixes, recheios, coberturas, estabilizantes, emulsificantes, misturas de corantes e ingredientes para sorvetes.

Fonte de ingredientes naturais de origem vegetal, a francesa Naturex cortou em maio a fita inaugural de seu primeiro laboratório de aplicação no país. Batizado de SpringLab Brasil, nome inspirado em seu Laboratório Compartilhado de Inovação de Produto (Sharing Product Ingenuity Laboratory), ele conta com instalações em São Paulo e é parte de uma rede global de

CHEGOU DELI SWEET!!

A BALA QUE VAI COLORIR O SEU DIA.

11 SABORES, ESCOLHA OS SEUS.

BALAS E PIRULITOS SAM'S

70 anos em Festa!

Pinte sua língua com o Novo Sambol Big Blue!!

+ RECHEIO
+ SABOR

SIMAS

70 anos em Festa!

www.simas.ind.br

equipes locais que fornece acesso a conhecimentos técnicos, dentro de todo o portfólio de ingredientes botânicos naturais da empresa.

Com posicionamento crescente no continente latino-americano, a Naturex conta desde 2010 com plantas no Brasil e Chile, além de escritório no México. Fora da matriz em Avignon, na França, mantém nove laboratórios espalhados pelo mundo, porém a única estrutura para criação e desenvolvimentos no Cone Sul é a recém-inaugurada no Brasil. A rede SpringLab da Naturex consiste em laboratórios que oferecem suporte aos clientes em seu processo de inovação, utilizando ingredientes naturais, desde a geração de ideias até a formulação do produto e análise sensorial.

LABORATÓRIO DA NATUREX ACESSO A CONHECIMENTOS TÉCNICOS DE TODO O PORTFÓLIO DE BOTÂNICOS NATURAIS.

Atuante também na ala de ingredientes de origem natural, a Ingredion disponibilizou em 2017, exclusivamente para clientes do setor de confectionery, uma equipe de especialistas com expertise em aplicações para apoio na escolha do ingrediente ideal para produtos e processos com a melhor relação de custo/benefício. No reduto de gomas de mascar, por exemplo, esses especialistas operam a otimização de custos, de tempo e o desenvolvimento de conceitos com potencial de rápida expansão no mercado. Isso é possível com o apoio de 27 centros de inovação ao redor do mundo conhecidos como Ingredion Idea Labs, que atuam como centros de expertise em pesquisa e desenvolvimento (P&D), tecnologia de aplicação, de processo e na geração de insights, a partir do entendimento das tendências de consumo.

No Brasil, a estrutura do Ingredion Idea Labs, instalada em Mogi Guaçu (SP), conta com mais de 20 laboratórios, incluindo analítico, de desenvolvimentos, 13 plantas piloto de aplicações, centro de culinologia e unidade para testes sensoriais. A partir desses recursos, a companhia desenvolve ingredientes, aplicações, protótipos e testes de conceitos para apresentar inovações focadas nas necessidades do mercado e consumidor brasileiro.

GOMAS DE MASCAR OTIMIZAÇÃO DE CUSTOS E TEMPO COM EXPERTISE DA INGREDION IDEA LABS.

Presente no Brasil desde 1952, a suíça Firmenich inaugurou oficialmente no fim de outubro sua fábrica de aromas encapsulados em Cotia (SP). Instalada no km 26 da Rodovia Raposo Tavares, a unidade foi construída no mesmo local da antiga sede, que foi desativada para a implantação das linhas de produção de Durarome Aromatic e Flexarome. Operando como um centro para tecnologias de encapsulação para toda a América Latina, a instalação reúne condições de conferir maior velocidade a fornecimentos para as principais tecnologias de aromas encapsulados do grupo. A encapsulação consiste em isolar do meio externo, por uma barreira material, molécula química/biológica ou partícula sólida/líquida/gasosa, um determinado aroma ou fragrância por um tempo determinado.

Maior investimento feito pela Firmenich na América Latina, o centro para tecnologias encapsuladas vai permitir o desenvolvimento de soluções mais competitivas para os clientes, com maior velocidade de comercialização. As marcas Durarome Aromatic e Flexarome fazem parte da linha icônica de aromas encapsulados da empresa, a Encapsolutions, que acentua a experiência de degustação de sabores. A capacidade adicional da planta em São Paulo será acionada para atendimento de toda a América Latina. No Brasil, a Firmenich opera com efetivo acima de 400 funcionários e comporta um centro de desenvolvimento criativo de classe mundial, além de instalações comerciais e operacionais que atendem às necessidades de clientes com soluções relevantes localmente. Fundada em Genebra, na Suíça, em 1895, é a maior empresa de propriedade privada do mundo na fabricação de perfumes e aromas. No ano fiscal encerrado em junho de 2017, a companhia obteve um faturamento de 3,34 bilhões de francos suíços. •

Vogler Ingredients News

Informe Publicitário

Vogler Ingredients

recebe certificação da FSSC 22000

O mercado alimentício evoluiu muito em relação à segurança dos alimentos. E um claro reflexo desta evolução está no fato de que os principais fabricantes, cada vem mais, buscam cercar-se de empresas que garantam segurança a seus produtos - desde a origem até a fabricação - afinal o mercado está cada vez mais competitivo, sempre inovando e buscando soluções que aliam altas exigências de qualidade e que garantam a performance dos produtos.

Com base nestas exigências, a **Vogler Ingredients** implementou o **Sistema de Segurança de Alimentos FSSC 22000**, certificado cujo projeto - iniciado em 2016 - nos confere a excelência nos sistemas de gestão da segurança dos alimentos, podendo ser utilizado em toda a cadeia de abastecimento e garantindo ao consumidor a certeza absoluta que está adquirindo um produto 100% seguro.

"Com esta certificação, a **Vogler** mantém os patamares de confiança e responsabilidade com os clientes. O certificado veio para nos ajudar a nos manter no mercado oferendo os produtos dentro do mais alto nível de segurança. Todo o processo foi um aprimoramento do sistema de qualidade que já mantínhamos. Hoje temos o total domínio do nosso processo, desde a escolha de nossos fornecedores, até a chegada do produto aos nossos clientes. Foi muito gratificante ver todo o engajamento da nossa equipe para atingir o objetivo", destaca Rita Netto, Gerente Técnica da Vogler Ingredients.

Maior referência em segurança de alimentos no mundo, a **certificação FSSC 22000** - apoiada pela Confederação das Indústrias Alimentares da EU (CIAA) e aprovada pela Global Food Safet Iniciative (GFSI) - é um importante marco para a **Vogler** que, com sua implementação, passa a ter processos de comunicação entre colaboradores, fornecedores, clientes e consumidores, mais organizados e objetivos. Com isso, colhemos benefícios tangíveis como a transparência e otimização de recursos e processos, bem como a melhoria do planejamento com consequente aumento de produtividade e diminuição dos riscos do nosso negócio, de forma a atender às expectativas dos nossos clientes.

Entre os benefícios para o produto, destacam-se também, a melhoria da gestão das boas práticas de fabricação, identificação dos perigos e pontos críticos, definição de medidas de controle, além da significativa redução de perdas, pontos estes que nos ajudarão a aprimorar nossos sistemas de gestão de segurança de alimentos, produzindo ingredientes mais seguros.

Diretor da **Vogler Ingredients**, Otto Nogueira, ressalta ainda que foram feitos investimentos em sistemas e pessoas, além da escolha de uma certificadora que é referência para o ramo alimentício que nos auxiliou nesta conquista, atestando e garantindo a transparência de todo o processo produtivo - do começo ao fim.

À espera de investimentos

COM PERSPECTIVA DE ESTABILIDADE, A INDÚSTRIA TORCE POR UM NOVO CICLO DE DESENVOLVIMENTO

A recessão acentuada nos últimos exercícios levou a indústria nacional de máquinas a acolher com reservas qualquer previsão de alta. No início de 2017, no entanto, com o encaminhamento de reformas para equacionamento do déficit fiscal e ainda sem o impacto das delações e seus desdobramentos no âmbito da operação Lava Jato, a **Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos** (**Abimaq**) arriscou uma estimativa em torno de 5% de alta na receita líquida do setor para o ano. Apoiada em uma visão mais otimista do mercado de bens de capital, que estendia o mesmo crescimento para o consumo aparente (vendas internas e importações), esse prognóstico vinha acompanhado da justificativa de que não era um sinal de retomada. Em termos de receita, compara a Abimaq, a indústria de máquinas é hoje 50% do que foi em 2013, e uma expansão dessa ordem não reporia a profunda queda dos últimos anos.

Mas o que se seguiu foi o aprofundamento de uma crise política, que atingiu em cheio os prognósticos econômicos, afastando qualquer possibilidade de resultado mais otimista nos diversos setores da produção.

Refazendo os cálculos, a Abimaq estimou uma queda entre 2% e 5% na receita líquida do setor de bens de capital para 2017. O índice não levou em conta a queda acumulada de 5,6% no faturamento geral até julho passado, sinalizando que a receita líquida, na média, ainda precisaria crescer nos meses seguintes para o desempenho da indústria ficar dentro do projetado.

Com a consolidação dos indicadores referentes ao segundo semestre, a entidade retomou o ânimo, pois após meses seguidos de recessão o mês de outubro, por exemplo, apresentou estabilidade nas vendas e um crescimento efetivo na utilização da capacidade instalada que chegou a 74,1%, com crescimento de 0,6% em relação ao mês de setembro de 2017 e 12,9% superior ao mês de outubro de 2016, que era de 65,6%. As exportações de máquinas e equipamentos também apresentaram crescimento de 10,4% em relação a setembro e de 49,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. Os dados põem em evidência o direcionamento dos esforços do setor, levando em conta que uma retomada econômica precisa contar com uma ala de fabricantes de bens de capital em condições de atender a demanda de forma competitiva, inclusive para possibilitar a reindustrialização e modernização do parque industrial brasileiro envelhecido por anos de baixo investimento.

UNIDADE DA JAF INOX TECNOLOGIA NACIONAL NA FABRICAÇÃO DE CHOCOLATE DO GRÃO DE CACAU À MOLDAGEM DA MASSA.

A tendência atual segue de estabilidade com oscilações e a entidade prevê um ensaio de retomada para o segundo semestre de 2018, caso o governo mantenha a sinalização sobre a reforma da Previdência. A entidade tem levado para o governo as demandas dos fabricantes de máquinas, entre elas uma repactuação dos débitos da empresa com o Fisco e incentivos para a indústria nacional nas concessões.

A expectativa é de que haja demanda por máquinas e equipamentos a partir do próximo ciclo de investimentos, mas apenas dentro de um prazo superior a um ano e meio. A direção da Abimaq considera ainda que o aproveitamento desse impulso de demanda pela indústria brasileira ou grupos estrangeiros vai depender do câmbio e do acesso a financiamento.

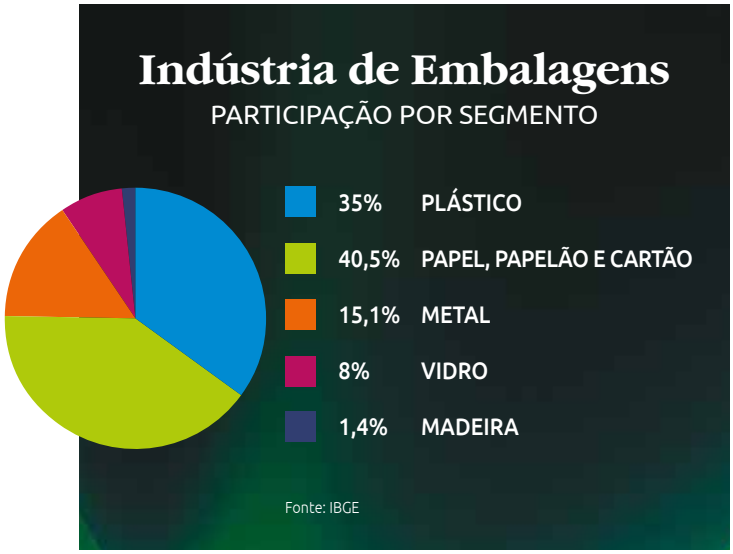
Para a indústria de chocolates, biscoitos e confeitos (confectionery), o desafio continua sendo driblar os custos altos e ainda oferecer diferenciais técnicos e tecnológicos, a fim de garantir flexibilidade e diferencial de produtos, além de alta eficiência, facilidade de limpeza e manutenção. A avaliação é unânime entre representantes locais de máquinas para a indústria de candies, que consideram o cenário menos nebuloso do que há alguns anos.

Para esses formadores de opinião, as empresas estão fazendo a lição de casa e buscando uma retomada. Já houve uma grande expansão nos últimos anos no setor e muitas empresas, inclusive de pequeno e médio porte, reconheceram que tecnologia é um elemento-chave para garantir competitividade, na cena interna e para as exportações. Consultorias que acompanham diversas dessas empresas – a exemplo da **Perpack**, **Komatec** e **Brasil RT** –, têm notado o avanço graças a investimentos, não apenas em máquinas, mas em tecnologias de produção, métodos de controle e desenvolvimento de produtos, entre outros.

Com a elevação do poder aquisitivo da população em épocas recentes, itens como chocolate meio amargo, balas de gelatina, toffees, wafers ou biscoitos cobertos não deixaram de ser supérfluos, mas ingressaram na lista de compras rotineira também das classes de baixa renda. Em paralelo, os preços desses artigos se tornaram mais atrativos, revelando a disposição das marcas de brigar por todos os perfis de consumidores. A força do mercado interno foi, nesse caso, o propulsor do crescimento do setor de confectionery.

As exportações continuam sendo um desafio para os fabricantes brasileiros, considerando o câmbio pouco favorável, mas principalmente devido ao chamado Custo Brasil – o conjunto de dificuldades estruturais, burocráticas e econômicas que encarecem os investimentos no país.

Segmentos específicos, como o de drageados e candies especiais, têm demonstrado um fôlego maior, com aumentos e projetos de automação, mas em geral, as linhas de chocolates e biscoitos têm sido o foco de investimentos das empresas, que priorizam a ampliação da capacidade. Nesse sentido, ganham



destaque os sistemas de drageamento automático; de preparo e refino de coberturas e recheios; sistemas para produção de itens aerados e conjuntos de embalagem automática completos (incluindo automação de embalagem secundária) para chocolates e biscoitos. O objetivo é maximizar a eficiência das linhas de produção, reduzindo perdas e a interferência dos operadores, com a consequente queda nos custos de produção, além de priorizar aspectos como flexibilidade, fácil troca de formatos, maior vida de prateleira (shelf life) e inviolabilidade. Do ponto de vista dos processos, técnicas de produção sustentáveis, que permitam redução de consumo de energia e água marcam o desenvolvimento dos equipamentos em destaque. Automação de processos e sistemas de embalagem são hoje certamente os principais focos de investimento. Projetos que envolvem sistemas de automação de embalagem final (display e caixas) sinalizam crescimento, principalmente em setores como biscoitos, onde há linhas de produção dedicadas e de altos volumes.

Tomando por base o parque atual do setor de confectionery, o número de equipamentos importados ainda é alto, mas as barreiras impostas a eles também têm crescido, favorecendo a indústria nacional, que tende a mitigar as queixas e se equipar com boas equipes de vendas para não perder negócios e ser mais competitiva. A demanda por máquinas e equipamentos cresce, sobretudo, em virtude da acentuada recuperação de utilização da capacidade instalada de algumas empresas, associada à necessidade de outras de modernizarem seus parques para atender à demanda, principalmente na ala de chocolates e de confeitos formulados à base do produto. Diante do novo perfil do

consumidor brasileiro, cada vez mais exigente, aumenta a procura por equipamentos compactos, eficientes e de baixo consumo de energia e custo operacional, equipamentos que são a maioria absoluta em países europeus. Por lá os fornecedores já passaram pelos testes para sobreviver, porque o consumidor prima por qualidade, indo além da atração por embalagem e marca. Além disso, os produtos exibem preços mais baixos que os daqui, apesar da melhora no poder aquisitivo. No Brasil, ainda predominam marcas famosas e campanhas publicitárias agressivas, mas nos últimos tempos os brasileiros passaram a avaliar mais sensorialmente a qualidade dos produtos.

Sustentado pela expansão recente da classe média, o avanço no consumo de confectionery permitiu às empresas do setor eliminar a ociosidade verificada há alguns anos e passou a fazer pressões sobre as capacidades instaladas. Algumas dessas operações, por sinal, vinham trabalhando no limite e sem ociosidade, pedindo urgentemente a ampliação e adequação de equipamentos. Essa acentuada expansão no setor provocou a necessidade de aquisição de novas linhas e, como resultado, a última década foi particularmente favorável aos fabricantes e fornecedores de máquinas para o setor de confectionery.

Fabricar chocolate do grão de cacau à moldagem da massa no Brasil dependia, até algum tempo atrás, de tecnologia e maquinário importados. Essa realidade foi mudando aos poucos. Primeiramente, surgiram os fornecedores de equipamentos para as etapas finais da produção: derretimento, temperagem e moldagem. Mas não demorou para que o passo anterior, de processamento do cacau ao refino e conchagem da massa, fosse também incorporado ao menu da indústria nacional de máquinas. Entre as supridoras brasileiras detentoras do know-how que cobre de ponta a ponta a fabricação de chocolate ganha destaque a **JAF Inox** que opera desde 2007 em Tambaú (SP) uma planta dedicada a produção de instalações para fabricação de chocolate gourmet. Em 2014, ela foi incorporada ao grupo **Duyvis Wiener**, grife global de máquinas e sistemas para o setor de chocolate e confectionery.

As atenções no setor de máquinas para confectionery no país também vêm sendo mobilizadas nos últimos anos pelo acordo entre a unidade local da **Netzsch** e a brasileira **Meller**, que transferiu para a empresa alemã a operação do sistema ChocoEasy para fabricação de chocolate. Baseada em Pomerode (SC), a subsidiária da Netzsch já fabricava e distribuía o sistema para a América Latina e outros mercados fora do Brasil, passando agora a deter os direitos de produção e comercialização, bem como de assistência e manutenção, também no mercado doméstico. A Meller continua sendo seu braço para instalação e desenvolvimento de tecnologias de processo no segmento de chocolates, componds e recheios.

Confirmando em parte as perspectivas para o setor de bens de capital, a ala de embalagens registra um cenário de retração mais brando. Apesar de apresentar um primeiro trimestre surpreendente, com incremento de 0,55% na produção, o primeiro semestre de 2017 apresentou retração de -0,90%, impactado principalmente pelo resultado negativo do segundo trimestre, reporta a **Abre** (**Associação Brasileira de Embalagem**). Embora ainda negativo, o resultado sinaliza um abrandamento do ritmo de queda. No segundo semestre de 2016, a produção se reduziu em 3,53%.

Na esfera econômica, o ano de 2017 tem sido de expectativas modestas. Em setembro de 2016, o crescimento previsto para o PIB de 2017 chegou a 1,36%. Nos meses finais do ano, ocorreu um forte ajuste em sentido descendente. Já no início de 2017, a projeção era de 0,5%, recuando para 0,34% em julho. Este recuo parece ser o reconhecimento de que a turbulência política de maio roubou uma parcela do pouco fôlego da economia.

Ainda que o primeiro semestre tenha trazido mais decepções do que surpresas positivas na economia, com os principais indicadores econômicos (produção industrial, câmbio, juros) trazendo sinais tênues e incompletos de recuperação, o crescimento do nível de atividade segue em curso, podendo indicar um início de saída da recessão, ainda que em ritmo mais lento do que o inicialmente previsto.

Diante desse contexto, a Abre projetou para o segundo semestre de 2017 um crescimento de 0,6% na produção física de embalagens, estimando para o ano de 2017 como um todo uma taxa de variação de -0,1%.

Das cinco classes de materiais pertencentes ao setor, as embalagens de papel/papelão e plástico apresentaram crescimento da produção física de 1,20% e 0,69%, respectivamente, no primeiro semestre de 2017. Já os outros materiais apresentaram retração durante período (ver gráfico à página 28).

A crescente demanda por soluções práticas, fáceis de abrir e fechar e ainda com apelo visual chamativo movimenta o setor de transformação de plásticos. Ele agora precisa também incluir na lista de exigências a preocupação com o descarte pós-consumo – ainda uma das pedras no caminho da ala alimentícia. Em meio a essas discussões, o reduto de embalagens mostra que a categoria ainda tem muito a contribuir.

Com fatia generosa da área alimentícia, o ramo de embalagens flexíveis aposta no avanço tecnológico para desenvolver mais opções e atender às novas demandas, especialmente oriundas da ascensão das classes C e D, que promoveram um salto

na economia. Esse incremento no consumo consolidou, por exemplo, o uso de materiais como o polipropileno biorientado (BOPP), material-chave em embalagens de chocolates, biscoitos, confeitos e snacks. Entre o consumidor e os fabricantes de guloseimas, as empresas convertedoras se veem no momento pressionadas a encontrar soluções para quesitos como vida de prateleira (shelf life) adequada e alinhamento com conceitos sustentáveis.

Outra aposta emergente na ala de flexíveis é o poliéster biorientado (BOPET), que sobressai pela alta resistência térmica e mecânica, além de eficiente barreira, sendo requisitado em embalagens do tipo stand-up pouch e também como base de laminação com algum outro polímero para embalar snacks, por exemplo.

EMBALAGENS FLEXÍVEIS DOMÍNIO DE BOPP EM ENVOLTÓRIOS PARA CHOCOLATES E CONFEITOS.

Avanços tecnológicos permitiram que o processo de fechamento das embalagens ganhasse em qualidade final, tanto em segurança quanto na facilidade de abertura, a exemplo dos fitilhos que, ao serem puxados, abrem os produto, e das faixas pontilhadas com a mesma função. Em voga na cena atual, aprimoramentos de cunho sustentável têm possibilitado às empresas trabalharem com aditivos ou plásticos biodegradáveis, cada vez mais apontados como melhor alternativa para substituir os tradicionais filmes flexíveis derivados do petróleo. •

TECNOLOGIA E SOLUÇÕES AVANÇADAS PARA:
BALAS | CHICLETES | CHOCOLATES | COBERTURAS
WAFERS | SNACKS | BISCOITOS

KOMATEC
Av. Sen. Casemiro da Rocha, 609 - Conj. 74 - CEP 04047-001 - São Paulo - SP
Tel.: 55 11 5071-2022 - Fax: 55 11 5078-7065
e-mail: komatec@komatec.com.br

REPRESENTAÇÕES EXCLUSIVAS
IPIAL
HOUDIJK HOLLAND
MONDOMIX Aeration Technology
BOSCH
CREMER
HAAS DO BRASIL INDÚSTRIA DE MÁQUINAS LTDA.
NETZSCH
LORENZ PAN the specialist in palletizing
extrufood
VORMENFABRIEK TILBURG

A multiplicação dos balcões

MAIS E MELHORES FORMATOS DE VAREJO MANTÊM EM EVOLUÇÃO CONSTANTE OS CANAIS DE FORNECIMENTO DO SETOR DE CONFEITOS

Atividade em permanente evolução, a distribuição de confeitos (confectionery) no Brasil é complexa e enfrenta grandes desafios por conta das dimensões do país e de déficits na sua infraestrutura. Mas em linhas gerais, os maiores volumes de itens à base de chocolate, como tabletes e bombons, seguem em grande parte para o chamado canal moderno, formado pelas redes de autosserviço, conveniência e lojas de departamentos. Em contrapartida, as modalidades de candies (balas, caramelos, gomas de mascar) são despejadas maciçamente no balcão atacadista para pulverização no varejo tradicional (bares e padarias). Embora esse modelo ainda predomine no país, a crescente multiplicação de canais e especialização do atacado distribuidor vêm transfigurando a oferta para o setor de confectionery.

A grosso modo, em torno de 60% das vendas de balas e confeitos derivados seguem para atacadistas e distribuidores, enquanto os restantes 40% são escoados pelas redes de supermercados. No caso de chocolates, biscoitos e snacks a proporção é invertida, com a maior parcela a cargo do autosserviço e uma fatia menos polpuda a cargo dos atacados. Cada vez mais capilarizada, essa estrutura hoje engloba tanto as redes de super e hipermercados, atacarejos (formato misto de atacado e autosserviço em franca ascensão) e cadeias de lojas de vizinhança, como pequenos e médios depósitos de doces, mercearias, lojas de conveniência e espaços temáticos, além de

bares, cafés, padarias, bonbonnières, bancas de jornal e revistas e até mesmo redes de farmácias e drogarias. Puxada pela tendência das lojas especializadas em chocolate, ainda em ascensão na cena doceira brasileira, fornecedores e atacadistas vêm aderindo ao formato das franquias de lojas temáticas, ligadas a marcas de fabricantes, ou de balcões varejistas especializados em doces. Descontado o desafio de integrar essa diversificada e intrincada teia, a indústria de guloseimas depende como nunca da força de vendas e distribuição. Esse efetivo é vital para abastecer uma parcela do comércio de doces, que exige entrega e atendimento diretos. Essas equipes são necessárias para dar atendimento a pedidos mais pujantes (key accounts), cabendo aos atacadistas e distribuidores a missão de cobrir os balcões de varejo dos mais variados portes.

SUPERMERCADOS VOLTA DA CONFIANÇA SINALIZA CRESCIMENTO MODERADO PARA 2018.

Embora guloseimas doces ganhem cada vez mais espaço na lista de compras do supermercado de grande parte da população, o varejo tradicional ainda figura como principal canal de distribuição do setor. Desdobramento recente dessa modalidade, os pontos de venda (PDVs) especializados, no entanto, vêm tomando as rédeas do giro de confeitos com expansão explosiva em grandes centros urbanos como São Paulo, maior polo de consumo do país. Esse modelo de loja, que viceja principalmente em zonas de grande circulação nos bairros mais centrais, se diferencia pela área de venda de pequenas dimensões (50 a 100 metros quadrados).

Esses PDVs especializados em doces encorpam uma frente ascendente nos dias atuais de microempresas (MEs) e/ou microempreendedores individuais (MEIs), que vêm crescendo significativamente, avalia o **Sindicato do Comércio Varejista de Gêneros Alimentícios do Estado de São Paulo** (**Sincovaga**). Segundo a entidade, as MEIs se destacam pela possibilidade de formalização de atividades comerciais exercidas por pessoas físicas de modo informal.

Também o **Sebrae-SP** (**Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas**) confirma o crescimento dessa modalidade do varejo nos últimos anos, especialmente em São Paulo. De acordo com a entidade, isso se deve ao aquecimento da economia, à maior distribuição de renda, à chegada de uma nova classe consumidora, do crédito facilitado e dos incentivos legais para a formalização de empreendedores. Cada negócio tem seu grau de complexidade diferenciado, e deve observar as condições de mercado e de legislação para poder operar com segurança.

Dependendo da estratégia do empreendedor, do perfil da clientela e do nível de serviço almejado, o modelo de negócios para o funcionamento de docerias pode variar. Inexiste uma única receita de sucesso. É necessário estar atento para as características únicas de uma região ou do tipo de ponto. Para o Sebrae, as lojinhas de doces que proliferam na capital paulista são um fenômeno que, na sua essência, espelha as mudanças no próprio perfil do brasileiro. Uma ampla gama de canais se impõe para acompanhar e atender à dinâmica do próprio setor de distribuição e varejo.

Escorado na queda da inflação e dos juros, na redução do desemprego – ainda que modesta – e da inadimplência, o consumo das famílias deve avançar em ritmo gradual e sustentar o crescimento da economia em 2018. Segundo o **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística** (**IBGE**), a virada do consumo começou a ser registrada no segundo trimestre de 2017. De abril e junho, o consumo das famílias voltou para o terreno positivo, depois de dois anos de queda. O avanço de 1,4% do consumo garantiu o crescimento de 0,2% do Produto Interno Bruto (PIB) no período, crava o instituto.

Projeções de economistas para o consumo das famílias para 2017 giram em torno 0,7% de alta. Cerca de 70% do crescimento do PIB, projetado também em 0,7% para 2017, deve se originar no consumo. E para 2018, a expectativa é que o consumo das famílias avance 2,8% e represente 60% do crescimento

PONTO DE VENDA ESPECIALIZADO CRESCIMENTO EM ÁREAS DE GRANDE CONCENTRAÇÃO POPULACIONAL.

do PIB, estimado em 3%. Isso se em 2018 o mercado de trabalho ficar mais robusto e a evolução real da massa de renda, de fato, começar a crescer.

Empresários do setor de supermercados apostam que a queda no consumo das famílias está chegando ao limite. Sustentam que a parte atribuída ao consumidor já foi feita: ele mudou para marcas mais baratas e fez substituições de produtos. Refletindo esse cenário, o setor supermercadista brasileiro registrou faturamento de R$ 338,7 bilhões em 2016, com um crescimento nominal de 7,1% na comparação com 2015, capta o levantamento do Departamento de Economia e Pesquisa da **Associação Brasileira de Supermercados** (**Abras**) em parceria com a consultoria **Nielsen**. Esse resultado alcançado em 2016 pelo setor representou 5,4% do PIB, indica a entidade. O faturamento das 20 maiores empresas supermercadistas chegou a R$ 180 bilhões no período, embora esse resultado tenha apresentado queda no índice de faturamento pelo segundo ano consecutivo. Essa retração, indica a Abras, sucede uma sequência de nove anos de crescimento.

Segundo a Abras, o cenário futuro ainda traz dúvidas, especialmente pela resistência da taxa de desemprego, que atinge 13,5 milhões de brasileiros, conforme dados divulgados pelo IBGE. No entanto, sinais de confiança já são observados em diversos setores da economia. Especificamente em relação ao varejo supermercadista, a previsão é de crescimento moderado. Para 2017, observa a entidade, a expectativa para o setor é de um aumento real de 1,3%, encerrando, assim, o biênio de retração. Para a associação, a retomada virá de forma gradativa e, ao varejo, cabe apostar cada vez mais na eficiência de suas operações, pois os desafios vivenciados no ano passado, como o desemprego, continuam presentes e influenciando o comportamento dos consumidores.

Depois do resultado negativo de 2015, o setor atacadista distribuidor registrou avanço real de 0,6% no fechamento de 2016, trazendo alívio para a atividade, avalia a **Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores** (**Abad**). Pelos resultados do **Ranking Abad/Nielsen2017**, que contou com a participação de 572 empresas do ramo no levantamento do ano passado, o setor atingiu faturamento de R$ 250,5 bilhões. Embora sinalize estabilidade, o resultado foi considerado satisfatório, tendo em vista que, em 2016, o PIB brasileiro sofreu retração de 3,6%.

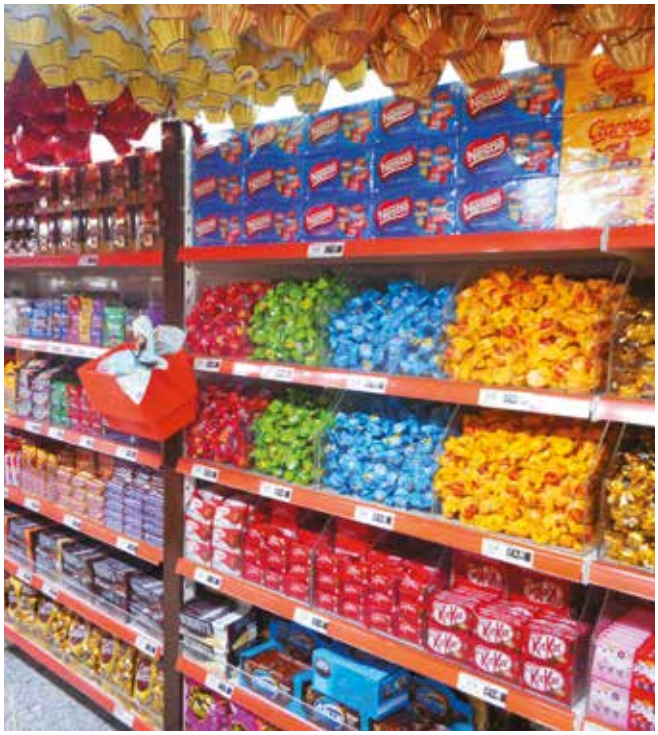
Com isso, os agentes de distribuição respondem hoje por uma fatia de 53,7% do mercado mercearil nacional, que compreende produtos de uso comum das famílias, como alimentos, bebidas, limpeza, higiene e cuidados pessoais, atingindo a soma de R$ 466,2 bilhões em 2016. Esse foi o décimo segundo ano consecutivo em que a participação do atacado no reduto permaneceu superior a 50%.

Apurados a partir de dados fornecidos voluntariamente por empresas do setor associadas à Abad e analisados pela consultoria Nielsen, em parceria com a **FIA** (**Fundação Instituto de Administração**), os números indicaram que o formato de atacarejo cresceu 11,3% em 2016, consolidando o modelo como importante canal de abastecimento das famílias em período de alto desemprego e busca por economia. De acordo com a Abad, o atacarejo não tira mercado dos demais modelos de negócio do setor, como o distribuidor e o atacadista com entrega. Em vez disso, segundo a análise da Nielsen, o formato tem incomodado principalmente os hipermercados, que tiveram queda de 7,4% em 2016 na comparação com 2015. No cenário atual, capta a consultoria, as famílias têm feito as compras de abastecimento (maior volume) no atacarejo em detrimento dos hipermercados e as compras de reposição (semanais ou diárias) continuam

sendo feitas no varejo de vizinhança, principal cliente do setor atacadista distribuidor.

Mas até mesmo esse varejo apresentou queda em relação ao ano passado (-5,1%), em razão dos cortes impostos às famílias pela situação econômica. Sondagem da Abad sinaliza que essa tendência de abastecimento permanece e deve voltar a crescer, assim que houver a retomada do crescimento no emprego.

Em relação ao formato dos canais de vendas de doces, os distribuidores especializados do setor praticamente baniram o antigo modelo de atacado de balcão, privilegiando de forma agressiva o sistema de autosserviço inspirado nos hipermercados, mais particularmente em seu conceito de exposição de mercadorias por seções. Com o auxílio desse tipo de estrutura, atacadistas doceiros conquistam clientes finais, normalmente famílias com crianças, além de atender o crescente número de autônomos que produzem doces e quitutes caseiros como forma de incrementar o orçamento doméstico. Além de bares, lanchonetes, padarias (com o típico front end de exposição de candies) e cantinas escolares, o atacado especializado tem incorporado à sua lista de clientela variantes de formato misto, como minilojas doceiras, mercadinhos e rotisserias anexos a restaurantes.



ATACADO DOCEIRO PREFERÊNCIA PELO CASH AND CARRY SUBSTITUI FORMATO BALCÃO.

/tirateimaoficial @tirateimaoficial /salgadinhoslobits @salgadinhoslobits

EMPRESA VENCEDORA

MELHORES MARCAS

2º Ranking Doce Revista de Chocolates e Candies

Agradecemos a todos os clientes por mais esse prêmio.

A ESCOLHA QUE SURPREENDE!

Milho de Ouro

www.milhodeouro.com.br

www.agencia360.art.br

Consumo orientado

Operadores do mercado de confectionery contam desde 2016 com mais uma ferramenta para orientar os planejamentos de produção e vendas. Juntamente com esta 18ª edição do anuário brasileiro do setor, ganha destaque o 2º Ranking Doce Revista de Chocolates e Candies. Embora nomes e marcas captados na pesquisa dos produtos mais vendidos nas cinco principais categorias do setor de confeitos – chocolates, balas e drops, salgadinhos, gomas de mascar e doces tradicionais – não tenham se configurado uma surpresa, o levantamento continua sendo exclusivo e inédito no gênero.

O estudo que embasou o ranking de melhores marcas foi realizado através de consultas/questionários endereçadas ao trade atacadista e mantida no site da Doce Revista no período de 8 de dezembro de 2017 a 17 de janeiro de 2018.

Os resultados do 1º ao 4º lugares foram tabulados levando em consideração essas fontes e índices acima de 50% para cada menção de marca/fabricante, ranqueando os nomes conforme o volume de citações. Consideradas as categorias-chave e suas subcategorias, o estudo cobriu no total 14 segmentos do universo do setor de confectionery, alcançando uma abrangência sem precedentes em um ranking especializado.

Estudos como este que Doce Revista e a Editora Definição realizam pela segunda vez jogam luzes sobre o que as marcas fazem para se manter cada vez mais sintonizadas com os consumidores. Servem também de fonte para avaliar ferramentas eficazes para superar crises de vendas. Nas entrevistas realizadas para a publicação desta segunda edição do Ranking Doce Revista de Chocolates e Candies não houve empresa que tenha deixado de mencionar a recessão. A maioria das que se destacaram nos 14 segmentos analisados deixou clara a visão de que, sem avançar no conhecimento maior do consumidor e em estratégias para apoiar o trade no atual cenário, a crise seria ainda maior. Ficou clara ainda a certeza de que, quando a economia retomar o seu pulso, será a hora de colher com mais lucro o investimento feito hoje.

Nesta segunda edição, a peneira usada para filtrar o comportamento das marcas foi de abrangência nacional. Com isso, profissionais de negócios, de marketing e de comunicação têm a oportunidade de dispor de um poderoso recurso adicional para balizar a real pulsação de suas marcas. O resultado desse panorama vem das consultas e entrevistas on-line que permitiram criar um termômetro independente para entender quais marcas estão realmente conectadas com seus consumidores em todo o Brasil. A riqueza de informações é enorme e traz preciosos insumos para entender para onde caminha a relação entre marcas e público consumidor. Apesar dos diferentes posicionamentos, das mais variadas ferramentas de relacionamento e diversas estratégias, a conclusão de todos é que, em tempos de crise, não basta ser lembrada, é preciso estar fortemente conectada com os consumidores e o trade. •

★ MELHORES MARCAS 2017 ★

VENCEDORES

2º Ranking Doce Revista de Chocolates e Candies

GOMAS DE MASCAR

Mondelez / Trident
Arcor / Poosh
Perfetti / Mentos

BALAS E DROPS

BALAS DURAS
Riclan / Freegel
Mondelez / Halls
Cory / Icekiss
Florestal / Balinha do Coração

BALAS MASTIGÁVEIS
Arcor / Butter Tofees
Dori / Yougurte 100
Santa Rita / Caramelo

*** BALAS DE GOMA**
Dori
Docile
Kuky

*** BALAS DE GELATINA**
Fini
Docile
Kuki

CHOCOLATES

* TABLETES	BARRAS	** BOMBONS
Mondelez	Harald	Mondelez
Nestlé	Nestlé	Nestlé
Garoto	Garoto	Garoto
Neugebauer	Duas Rodas	Neugebauer

DOCES TRADICIONAIS

* PÉ DE MOLEQUE	* PAÇOCA	TORRONE
Santa Helena	Santa Helena	Montevérgine
Jazam	Jazam	Arcor
Confirma	Rio Alimentos	
Da Colônia	Confirma	
	Covizzi	

SALGADINHOS

* SNACKS DE AMENDOIM	* SNACKS DE MILHO	* PIPOCAS CARAMELIZADAS
Santa Helena	Pepsico	Clac
Dori	Yoki	Maroca
Agtal	Milho de Ouro	

* VÁRIAS MARCAS FORAM MENCIONADAS. O CRITÉRIO PARA APONTAR VENCEDORES FOI O NÚMERO DE VOTOS RECEBIDOS PELAS EMPRESAS.

** CAIXA SORTIDA

INGREDIENTES

Ácido cítrico
Grasse
Labonathus

Ácido málico
Labonathus

Alginatos
MasterSense

Amido
Labonathus

Amido (Farinha, xarope, proteínas, concentrados e farelos de arroz)
Super Doce Diadema

Amido modificado
Labonathus

Antioxidantes
MasterSense
Nexira

Aromas artificiais
Grasse
MasterSense

Aromas naturais
Grasse
MasterSense

Aspartame
MasterSense

Butil hidroxianisol (BHA)
MasterSense

Butil hidroxitolueno (BHT)
MasterSense

Cacau em pó alcalinizado
Grasse
Pro Equador – Brasil
Super Doce Diadema

Cacau em pó natural
Grasse
Pro Equador – Brasil
Super Doce Diadema

Cacau em pó preto
Pro Equador – Brasil

CMC
MasterSense
Super Doce Diadema

Colágeno
Rousselot

Corante caramelo
Super Doce Diadema

Corante caramelo líquido
Super Doce Diadema

Corantes artificiais
Super Doce Diadema

Corantes naturais
Super Doce Diadema

Cremor de tártaro
Super Doce Diadema

Dextrose
Labonathus

Dióxido de titânio
Grasse

Edulcorante
Grasse
Labonathus
MasterSense

Emulsificantes
MasterSense
Nexiria

Enzimas
MasteSense

Espessantes
MasterSense
Nexiria

Etil vanilina
Grasse

Fibras
Labonathus
MasterSense
Nexira

Frutas em pó
Grasse
Nexira

Frutas Secas
MasterSense
Super Doce Diadema

Frutose
MasterSense
Super Doce Diadema

Gelatina
Rousselot
Super Doce Diadema

Glucose
Super Doce Diadema

Glúten
Labonathus

Goma acácia (Arábica)
Nexira

Goma carragena
MasterSense

Goma Guar
MasterSense

Goma xantana
MasterSense
Grasse

Gordura Vegetal Hidrogenada
Super Doce Diadema

Iogurte em Pó
Super Doce Diadema

Lecitina natural de soja
MasterSense

Maltitol
Grasse
Labonathus

Malto-dextrina
Labonathus

Manitol
Labonathus

Manteiga
Super Doce Diadema

Manteiga de cacau natural
Pro Equador – Brasil

Manteiga de cacau natural desodorizada
Pro Equador – Brasil

Massa ou liquor de cacau
Pro Equador – Brasil
Super Doce Diadema

Mentol
Labonathus

Mono e diglicerídeos de ácidos graxos
MasterSense

Óleos e Gordura Vegetais
Mastersense
Pro Equador
Super Doce Diadema

PGPR
MasterSense

Pectina
MasterSense
Super Doce Diadema

Pirofosfato ácido de sódios
Labonathus

Polpa desidratada
Grasse

Sorbitol
Labonathus

Soro de Leite em pó
Mastersense

Sucralose
Grasse
MasterSense

TBHQ (tércio butil hidroxiquinona)
MasterSense

Vanilina
Grasse

Vitaminas
Grasse

Xilitol
Labonathus
Grasse
MasterSense

EMBALAGENS

Flexíveis

Alumínio
Lukplas

Alumínio impresso
Lukplas

Alumínio laminado com logotipo
Lukplas

Alumínio papel
Super Doce Diadema

Filme - convertedores
Lukplas
Plasfil

Filme BOPP metalizado
Lukplas
Oben Group
Plasfil

Filme BOPP-Polietileno
Lukplas
Plasfil

Filme com adesivo Cold Seal
Plasfil

Filme de celofane
Plasfil

Filme de poliéster
Lukplas
Oben Group
Plasfil

Filme de poliéster metalizado
Lukplas
Oben Group
Plasfil

Filme de poliéster-polietileno
Lukplas
Oben Group
Plasfil

Filme de Polietileno de Alta Densidade
Hodie
Lukplas

Filme de Polietileno de Baixa Densidade
Hodie
Lukplas
Plasfil

Filme de polipropileno biorientado (BOPP)
Hodie
Lukplas
Oben Group
Plasfil

Filme de polipropileno cast (BOPP)
Lukplas
Oben Group
Plasfil

Filme - Fabricantes
Lukplas
Oben Group
Plasfil
Super Doce Diadema

Filme BOPP Metalizado
Lukplas
Oben Group
Plasfil

Filme BOPP Polietileno
Lukplas
Plasfil

Filmes para Páscoa
Oben Group
Plasfil

Papel monolúcido
Plasfil

Saco de polietileno
Hodie
Lukplas
Plasfil

Saquinhos
Hodie
Lukplas
Plasfil

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

Para biscoitos e bolachas

Balanças-células de carga
Feul Pack
Perpack
Super Doce Diadema

Balanças-Check-Weigher
Bosch
Super Doce Diadema
Vid Indústria

Cilindro estampador
Perpack

Depositadoras
Arki Packaging
Perpack
Super Doce Diadema

Equipamentos para confecção de snacks
Perpack
Produtiva

Extrusoras
Arki Packaging
Feul Pack

Fornos para biscoitos
Komatec
Perpack
Produtiva

Laminadoras
Arki Packaging
Bosch
Super Doce Diadema

Máquinas de corte
Perpack
Super Doce Diadema

Máquinas para biscoitos e bolachas
Arki Packaging
Bosch
Cavanna
Feul Pack
Perpack
Produtiva
Super Doce Diadema

Misturadores/batedores
Arki Packaging
Bosch
Feul Pack
Super Doce Diadema

Moinho de açúcar
Feul Pack
Komatec

Moldadoras
Perpack

Peças em geral
Bosch
Feul Pack
Produtiva

Recheadeiras
Arki Packaging

Amplie sua marca

Conecte-se com o mercado via nossas plataformas digitais

doce REVISTA

- **SITE**
- **MÍDIAS SOCIAIS** (Facebook, Linkedin, Twitter)
- **NEWSLETTER** (conteúdos inéditos disparados duas vezes por semana)

Opt-it diferenciado e qualificado

(enviados somente para usuários com interesse nas informações)

Cobertura nacional

Audiência Digital

79.172 visualizações
16.993 usuários/cadastrados

CONSULTE-NOS
11 3666.8301

*Fontes: Google Analytics e Locaweb 2017

Telefax: (11) 3666-8301 | docerevista@docerevista.com.br | www.docerevista.com.br
Rua Sergipe, 305 - casa 5 - Higienópolis - CEP 01239-001 | São Paulo - SP - Brasil
/docerevista /doce-revista /doce_revista

RELAÇÃO DE FABRICANTES

Para embalagem

Corte e embalagem dobrada
Arki Packaging
Cavanna
Feul Pack
Komatec

Corte e embalagem torção
Arki Packaging
Komatec

De barras
Arki Packaging
ARV
Bosch
Cavanna
Feul Pack
Komatec
Perpack

De bombons
Arki Packaging
ARV
Bosch
Cavanna
Feul Pack
Komatec
Perpack
Super Doce Diadema

De caixas de cartolina
Bosch
Cavanna
Komatec
Perpack

De chicles
ARV
Feul Pack
Komatec
Super Doce Diadema

De pirulitos
Arki Packaging
Feul Pack
Super Doce Diadema

De tabletes
Arki Packaging
Bosch
Cavanna
Feul Pack
Perpack
Super Doce Diadema

Envelope
ARV
Perpack

Formação, enchimento e selagem de saquinhos
ARV
Bosch
Komatec
Perpack
Vid Indústria

Gomas de mascar
Arki Packaging
Bosch
Feul Pack
Komatec

Individual Flow Pack
Arki Packaging
Bosch
Cavanna
Feul Pack
Komatec
Lukplas
Perpack

Multi Flow Pack
Arki Packaging
Bosch
Cavanna
Feul Pack
Lukplas
Perpack

Pesagem eletrônica, formação, enchimento e selagem de saquinhos
Arki Packaging
ARV
Bosch
Feul Pack
Komatec
Perpack
Vid Indústria

Portafólio
Feul Pack
Perpack

Sachet
ARV
Perpack

Sachet em pé
ARV
Perpack

Seladoras manuais
Vid Indústria

Shrink
Perpack

Torção dupla
Arki Packaging
Komatec

Para goma de mascar e confeitos

Balanças - Check Weigher
Arki Packaging
Bosch
Feul Pack
Vid Indústria

Balanças-células de carga
Vid Indústria

Cozinhadores contínuos
Arki Packaging
Bosch
Komatec
Perpack

Cozinhadores para balas de gomas
Arki Packaging
Bosch
Komatec
Perpack

Drageadoras de esteira
Arki Packaging
Bosch
Perpack

Drageadoras em aço inox
Bosch
Komatec
Perpack

Extrusoras
Arki Packaging
Bosch
Feul Pack
Komatec
Perpack

Máquinas para gomas de mascar
Arki Packaging
Bosch
Komatec

Máquinas para lentilhas
Komatec
Perpack

Máquinas para Mogul
Arki Packaging
Komatec

Misturadores
Arki Packaging
Bosch
Feul Pack
Perpack

Moinho de açúcar
Feul Pack
Komatec

Tachos cozinhadores
Komatec
Perpack

Tanques
Perpack

Túneis de resfriamento
Arki Packaging
Komatec
Perpack
Produtiva

Para pós, bebidas e refrescos

Balanças - células de carga
Feul Pack
Vid Indústria

Balanças - Check-Weigher
Arki Packaging
Vid Indústria

Empacotadoras verticais para pós
Arki Packaging
ARV
Bosch
Feul Pack
Komatec
Lukplas
Perpack
Vid Indústria

Envasadoras para líquidos
Bosch
Lukplas

Envasadoras para pós
ARV
Bosch
Perpack

Misturadores para pós
Feul Pack

Moinhos de açúcar
Feul Pack
Komatec

Para processo de balas e caramelos

Balanças - Check Weigher
Arki Packaging
Bosch
Feul Pack
Vid Indústria

Balanças-células de carga
Bosch
Vid Indústria

Batedores
Arki Packaging
Bosch
Komatec

Cozinhadores contínuos
Arki Packaging
Bosch
Komatec
Perpack

Cozinhadores para caramelo
Arki Packaging
Bosch
Komatec
Perpack

Extrusoras
Arki Packaging
Bosch
Feul Pack
Komatec
Perpack

Formadoras
Arki Packaging
Bosch
Komatec
Perpack
Vid Indústria

Formadoras/Recheadoras de centro
Arki Packaging
Bosch
Komatec
Perpack

Laminadoras
Arki Packaging
Komatec

Máquinas depositadoras
Arki Packaging
Komatec
Perpack

Máquinas estampadoras de balas
Arki Packaging
Komatec
Perpack

Máquinas para cortar e embrulhar caramelos
Arki Packaging
Bosch
Komatec

Máquinas para crocantes
Arki Packaging
Bosch
Cavanna
Feul Pack
Komatec
Perpack

Máquinas para pastilhas/comprimidos
Bosch
Perpack

Máquinas para pirulitos
Arki Packaging

Misturadores
Arki Packaging
Bosch
Feul Pack
Perpack

Moinhos de açúcar
Feul Pack
Komatec

Tanques
Bosch

Trefiladoras
Arki Packaging
Komatec
Perpack

Túnel de resfriamento
Arki Packaging
Bosch
Komatec
Perpack
Produtiva

Para processo de cacau

Balanças-células de carga
Arki Packaging

Balanças-Check-Weigher
Bosch
Labonathus
Feul Pack
Nexira
Vid Indústria

Bombas lóbulo
Perpack

Moinho para torta de cacau
Komatec

Moinhos de bola
Komatec

Peneiras vibratórias
Perpack

Prensa para extração de manteiga de cacau
Komatec

Refinadeira de liquor
Komatec

Tanques inox, encamisados e com mexedor para estocagem de liquor de cacau
Komatec

Temperadeira
Komatec
Perpack

Para processo de chocolates e bombons

Aeradores
Arki Packaging
Komatec
Perpack

Balanças-células de carga
Arki Packaging
Perpack

Balanças-Check-Weigher
Arki Packaging
Bosch

Bombas centrífugas
Perpack

Bombas de lóbulo
Perpack

Bombas mono
Perpack

Centrífuga planetária
Perpack

Cilindros de resfriamento para massas
Arki Packaging
Komatec

Cobrideiras
Arki Packaging
Komatec
Perpack
Produtiva

Conchas
Komatec

Datadores
Feul Pack
Vid Indústria

Decoradores
Perpack

Depositadoras de nozes
Komatec
Perpack

Derretedores
Perpack

Esteiras transportadoras
Bosch
Cavanna
Packfai
Perpack
Produtiva
Vid Indústria

Extrusoras
Arki Packaging
Bosch
Feul Pack
Komatec
Perpack

Facas rotativas
Perpack

Formadoras
Arki Packaging
Bosch
Perpack

Formas
Perpack

Guilhotinas
Komatec
Perpack

Injetoras de chocolate/creme
Perpack

Máquinas para chocolate granulado
Bosch
Feul Pack
Komatec
Packfai
Perpack

Mesas de inox
Bosch
Perpack

Moldadoras de moedas de chocolate
Komatec

Moldadoras One Shot
Arki Packaging
Komatec

Moldadoras para bombons
Arki Packaging
Komatec
Perpack

Moldadoras para tabletes
Arki Packaging
Komatec
Perpack

Temperadeiras
Komatec
Perpack

MATERIAL PROMOCIONAL

Etiquetas adesivas
Tatuagem Mania

PRODUTOS ACABADOS

balas, caramelos e confeitos

Bala de goma ou goma
Perfetti Van Melle

Bala dura
Balas Santa Rita
Erlan
Peccin
Perfetti Van Melle
Simas

Bala mastigável
Balas Santa Rita
Casa Maravilha
Erlan
Peccin
Perfetti Van Melle
Simas

Bala recheada
Balas Santa Rita
Erlan
Peccin
Simas

Caramelo mastigável
Balas Santa Rita
Casa Maravilha
Erlan
Perfetti Van Melle
Simas

Confeitos
Simas

Creme de amendoim
Doces Vilson

Crocante
Carino Ingredientes
Doces Vilson

Drageados
Chocolate Bank
Divine Chocolates
Peccin
Perfetti Van Melle

Fondant
Doces Vilson

Marshmallow
Doces Vilson

Pastilhas
All Alimentos
Perfetti Van Melle

Pirulito
Balas Santa Rita
Doce Pecado
Erlan
Peccin
Perfetti Van Melle
Simas

Toffee
Balas Santa Rita
Erlan

Biscoitos e bolachas

Amanteigados
Biscoitos Bela Vista

Cobertos
Biscoitos Bela Vista
Bolamel
Doce Pecado
Doces Vilson

Cookies
Biscoitos Bela Vista

Doces
Biscoitos Bela Vista
Doces Carmona Doces
Doces Vilson

Pão de Mel
Biscoitos Bela Vista
Bolamel
Doce Pecado
Doces Vilson

Recheados
Biscoitos Bela Vista
Divine Chocolates

Salgados
Biscoitos Bela Vista

Wafer
Biscoitos Bela Vista

Bombons

Com bebida alcoólica (whisky, aguardente etc...)
Doce Pecado

Com crispis de arroz
Doce Pecado

Com crocante
Doce Pecado
Erlan

Com frutas
Doce Pecado
Erlan

Com frutas ao licor
Doce Pecado
Erlan

Com licor
Doce Pecado

De chocolate
Chocolate Bank
Divine Chocolates
Doce Pecado
Erlan

De chocolate branco
Divine Chocolates
Doce Pecado
Erlan

Diet
Divine Chocolates
Doce Pecado
Erlan

Gianduia
Doce Pecado
Erlan

Nougatine / Torrone
Doce Pecado

Recheado
Doce Pecado

Cereais

Cereais em barra
Doces Carmona Doces
Erlan

Light
Erlan

Chicles e gomas de mascar

Chicle de bola
Simas

Chicle de bola recheado
Peccin

Chocolates

Amargo
Divine Chocolates
Erlan
Gobeche Chocolates
Peccin

Ao leite
Doces Carmona Doces
Divine Chocolates
Erlan
Gobeche Chocolates
Peccin

Branco
Divine Chocolates
Erlan
Peccin

Chocolate diet
Divine Chocolates
Gobeche Chocolates
Erlan

Cobertura amarga
Divine Chocolates
Erlan

Cobertura ao leite
Chocolate Bank
Divine Chocolates
Doces Carmona Doces
Doce Pecado
Erlan

Cobertura branca
Divine Chocolates
Erlan

Cobertura meio amarga
Divine Chocolates
Doces Carmona Doces
Doce Pecado
Erlan

Em pó solúvel
Gobeche Chocolates

Hidrogenado
Erlan

Meio amargo
Erlan
Gobeche Chocolates

Ovos de Páscoa
Chocolate Bank
Divine Chocolates
Doce Pecado
Erlan
Gobeche Chocolates

Ovos de Páscoa Diet
Divine Chocolates
Doce Pecado
Erlan
Gobeche Chocolates

Coberturas hidrogenadas

Cobertura ao leite
Erlan

Cobertura branca
Erlan

Cobertura meio amarga
Erlan

Doces típicos brasileiros

Doce de abóbora
Doces Vilson

Doce de amendoim
Doces Vilson

Doce de banana
Doces Carmona Doces
Doces Vilson

Doce de batata
Doces Vilson

Doce de coco
Casa Maravilha

Goiabada
Doces Carmona Doces

Paçoca
Doces Carmona Doces
Doces Vilson

Panificados (bolos/mini-bolos)
Doce Pecado

Pé de moleque
Doces Carmona Doces
Doces Vilson

Outros

Geleias
Isis Mel

RELAÇÃO DE ENDEREÇOS

Arki Packaging
(11) 5693-4553
arkipackaging.com.br

ARV
(11) 2542-5010
www.arv.com.br

Balas Santa Rita
(37) 3332-9090
www.balasantarita.com.br

Biscoitos Bela Vista
(11) 3322-3000
www.belavista.com.br

Bolamel
(44) 3252-4164
www.bolamel.com.br

Bosch
(11) 2117-6800
www.boschpackaging.com

Casa Maravilha
(11) 4155-1022
www.casamaravilha.com.br

Cavanna
(11) 4431-8700
www.cavanna.com

Chocolate Bank
(11) 2533-3832
www.chocolatebank.com.br

Doces Carmona Doces
(12) 99713-8465

Divine Chocolates
(51) 3751-7235
www.divinechocolates.com.br

Doce Pecado Chocolates
(12) 99713-8465
www.docepecado.com.br

Doces Vilson
0800-591-8066
www.alimentosvilson.com.br

Erlan
(34) 3218-0700
www.erlan.com.br

Feul Pack
(11) 2440-5104
www.feulpack.com

Gobeche Chocolates
(14) 3372-6444
www.gobeche.com.br

Grasse Aromas e Ingredientes
(11) 4092-7080
www.grasse.com.br

Hodie Consultoria
(18) 98122-0879
hodieconsultoria@gmail.com

Isis Mel
(11) 3758-1233
www.isis.com.br

Komatec
(11) 5071-2022
www.komatec.com.br

Labonathus
(11) 3961-2078
www.labonathus.com.br

Lukplas
(11) 99931-7383
lukvendas@uol.com.br

Nexira
(11) 3803-7373
www.nexira.com

Mastersense
(11) 3109-3100
www.mastersense.com

Oben Group
(11) 2577-4162
www.obengroup.com

Packfai
(11) 2304-5150
www.packfai.com.br

Peccin
(54) 3520-9722
www.peccin.com.br

Perfetti Van Melle
(19) 98135-9170
www.perfettivanmelle.com

Perpack
(11) 5533-9353
www.perpack@perpack.com.br

Pipocas Clac
(15) 3243-7547
www.pipocasclac.com.br

Plasfil
(11) 4055-1540
www.plasfil.com.br

Pro Equador – Brasil
(11) 2769-1999
www.proecuador.gob.ec

Produtiva
(11) 2609-5064
www.produtivaesteiras.com.br

Rousselot
(19) 3907-9090
www.rousselot.com

Simas
(84) 4006-6914
www.simas.com.br

Super Doce Diadema
(11) 2897-9357

Tatuagem Mania
(11) 2466-5790
www.tatuagemmania.com.br

Vid Indústria
(11) 4372-7497
www.vidindustria.com.br

nickelodeon

Os candy toys dos filhotes mais amados da tv!

Um BIG OVO com 1 boneco

Big Ovo Toy
Pastilhas

Com personagem e adesivo surpresa!

Ovo Surpresa
Pastilhas

Anel Pop Fun
Pirulito

Com chaveiro e adesivo surpresa!

Head Surpresa
Pastilhas

Jelly Pop Fun
Balas Mastigáveis

Marshmallow Pop
Marshmallow

© 2018 Spin Master PAW Productions Inc. Todos os Direitos Reservados.

Candy fun
O sabor da diversão!

Tel.: (11) 3612-6111
dtc@dtctoys.com.br

PEZ®
Produto que que veio para REVOLUCIONAR o mercado de doces e brinquedos.
EXCELENTE VENDA NO CHECKOUT
Os dispensers colecionáveis que todo mundo ama, AGORA NO BRASIL!
Conheça todos os personagens disponíveis: www.pezbrasil.com.br
QUALIDADE EUROPEIA
PASTILHA VEGANA
sem glúten
sem lactose
corante natural
e aroma idêntico ao natural
BLISTER
1 dispenser + 3 refis
CAIXA EXPOSITORA
24 dispensers variados por licenças
EXPOSITOR 180°
56 unidades de 1+3 dispenser e 72 unidades do refil 8 unidades ou 84 unidades de 1+3 dispenser.
PEZ PLAY
Aplicativo Exclusivo
@PezBrasil
@PezBrasilOficial
www.pezbrasil.com.br
Presente em mais de 80 países
TENHA PEZ NO SEU PORTFÓLIO
Linha direta para Lojistas e Representantes
(51) 3729.6278 | (51) 3011.4515 | sac@bertointl.com.br
Importado e distribuído por:
Bertolucci e Cia Ltda
Berto International LTD.
INMETRO
PALARA