



Pesquisa

# Mercado de Chocolates

*Produção bean to bar e tree to bar*

2021



Pesquisa

# Mercado de Chocolates

*Produção bean to bar e tree to bar*

---

REALIZAÇÃO

## **Sebrae/NA**

*Unidade de Competitividade*

Mayra Monteiro Viana  
Luiz Carlos Rebelatto dos Santos  
Bianca Amazonas Pinto Pedroso  
Alberto Ribeiro Vallim  
Lucas Gayoso de Moura Ernest Dias  
Luis Antonio Martins Chaves

*Unidade de Gestão Estratégica* Kennyston Costa Lago

## **Sebrae/DF**

*Gerência de Negócios em Rede* Rodrigo Moll Mascarenhas

## **Associação Bean to Bar Brasil**

Isabel Reis  
Juliana Aquino  
Juliana Iten  
Claudia Gamba  
Gislaine Gallette



**Tipo de pesquisa:** quantitativa por meio de formulário online (web survey).

**Período de coleta:** maio e junho de 2021.

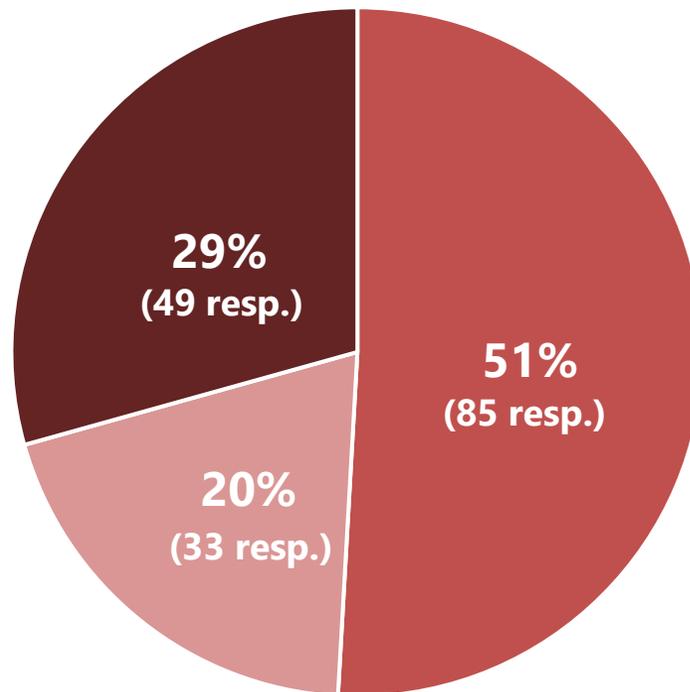
**Universo:** fabricantes de chocolate:

- Bean to bar: fabricantes de chocolate com controle da produção a partir do cacau.
- Tree to bar: fabricantes de chocolate com controle da produção a partir da fazenda de cacau.
- Outros: fabricante de outros produtos a partir de chocolate ou com outra relação com o mercado de chocolate.

**Amostra:** 167 respondentes de 17 Unidades Federativas.



# 1. Distribuição dos respondentes por atuação na cadeia de chocolates



- Bean to bar (fabricação a partir do cacau)
- Tree to bar (fabricação a partir da fazenda de cacau)
- Outra relação com o mercado de chocolate



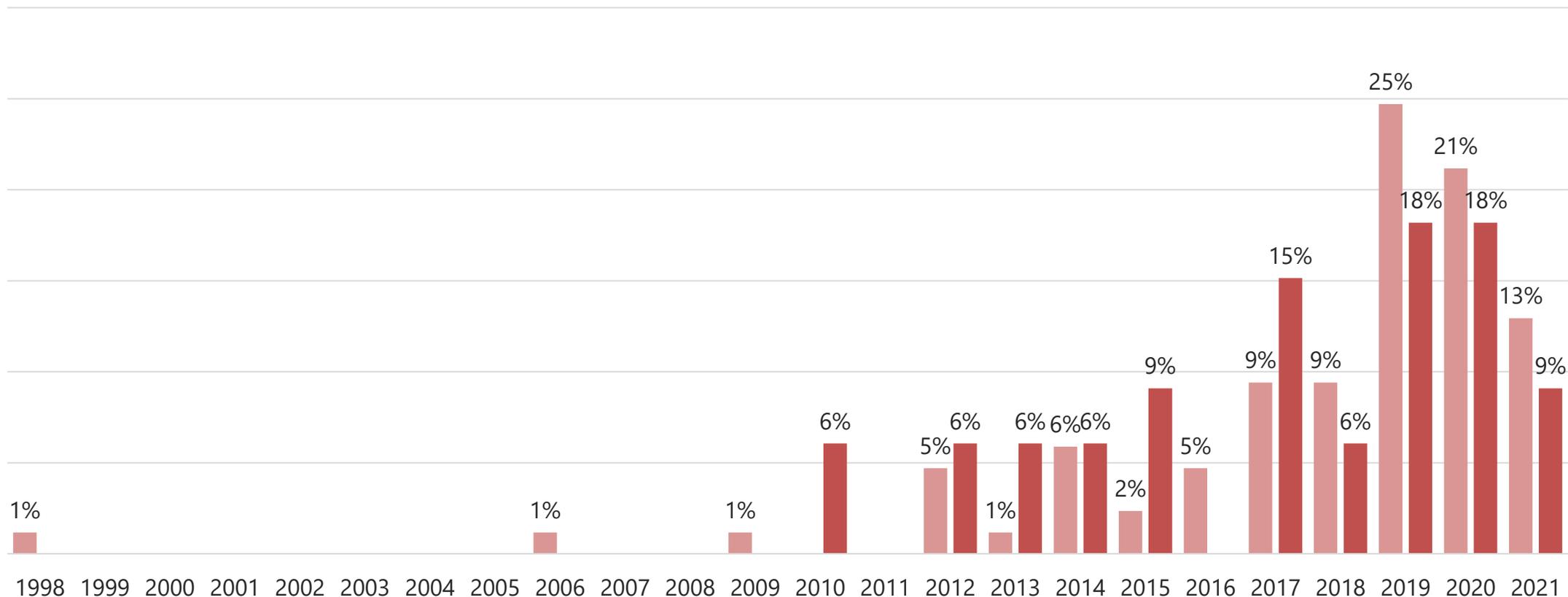
## DADOS DAS EMPRESAS



2.

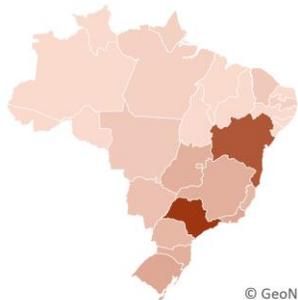
Qual o ano de fundação da sua produção de chocolate?

■ Bean to bar ■ Tree to bar



### 3. Em que estado está localizado seu negócio?

Bean to bar



Da plataforma Bing  
© GeoNames, Microsoft, TomTom

Tree to bar

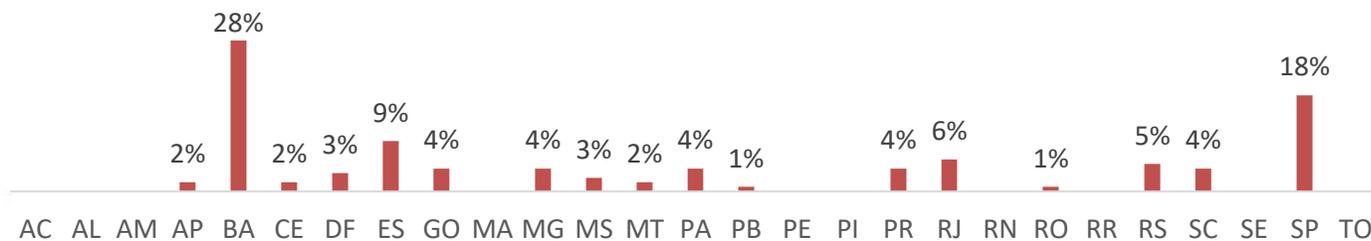
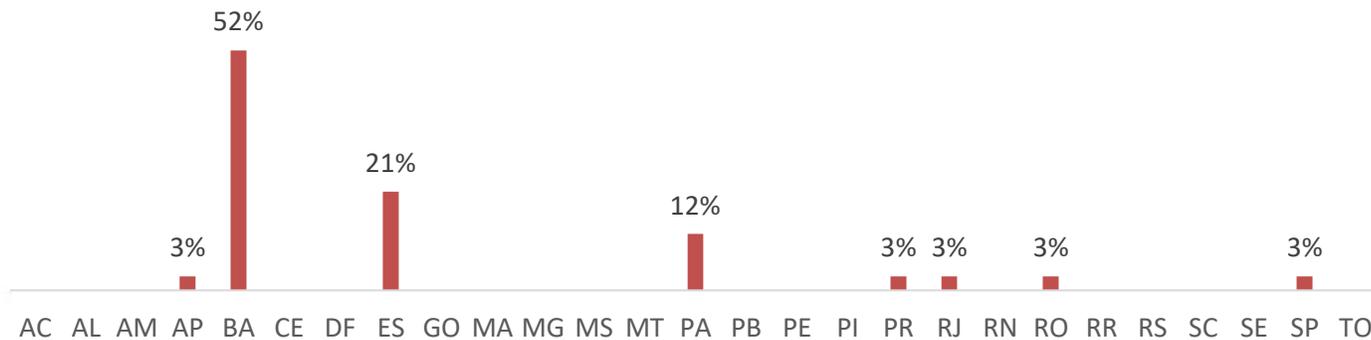
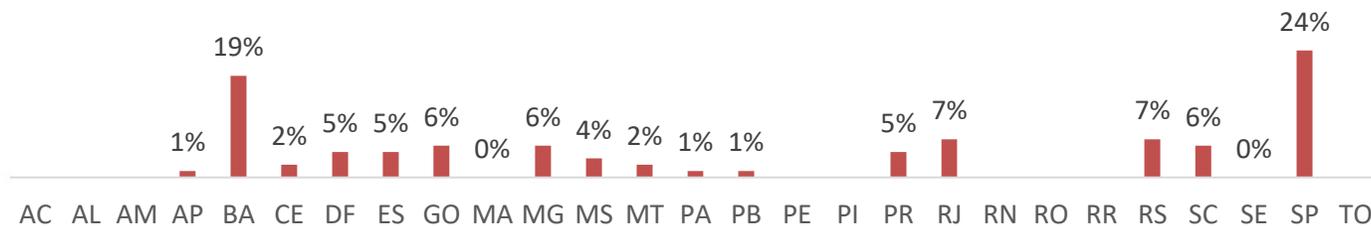


Da plataforma Bing  
© GeoNames, Microsoft, TomTom

Média geral



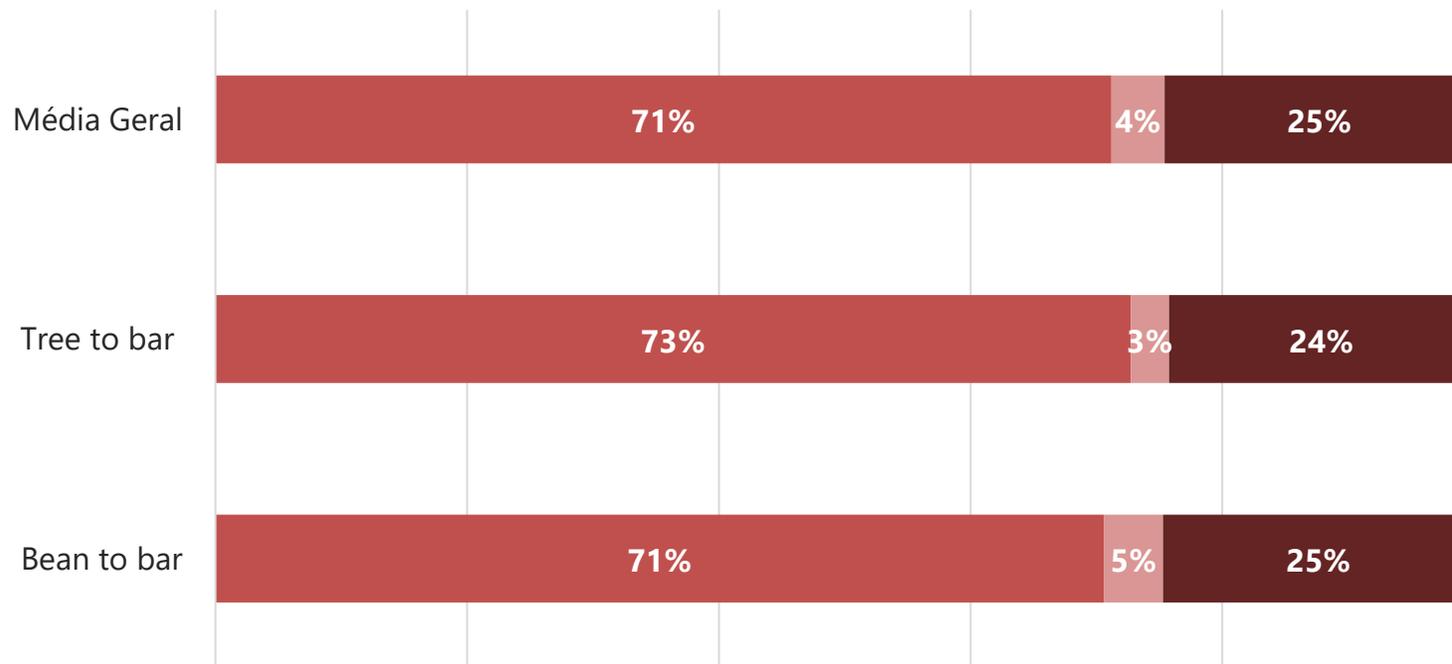
Da plataforma Bing  
© GeoNames, Microsoft, TomTom



Apesar do predomínio da fábrica própria, a produção caseira tem 1/4 de participação

4. Onde ocorre a produção?

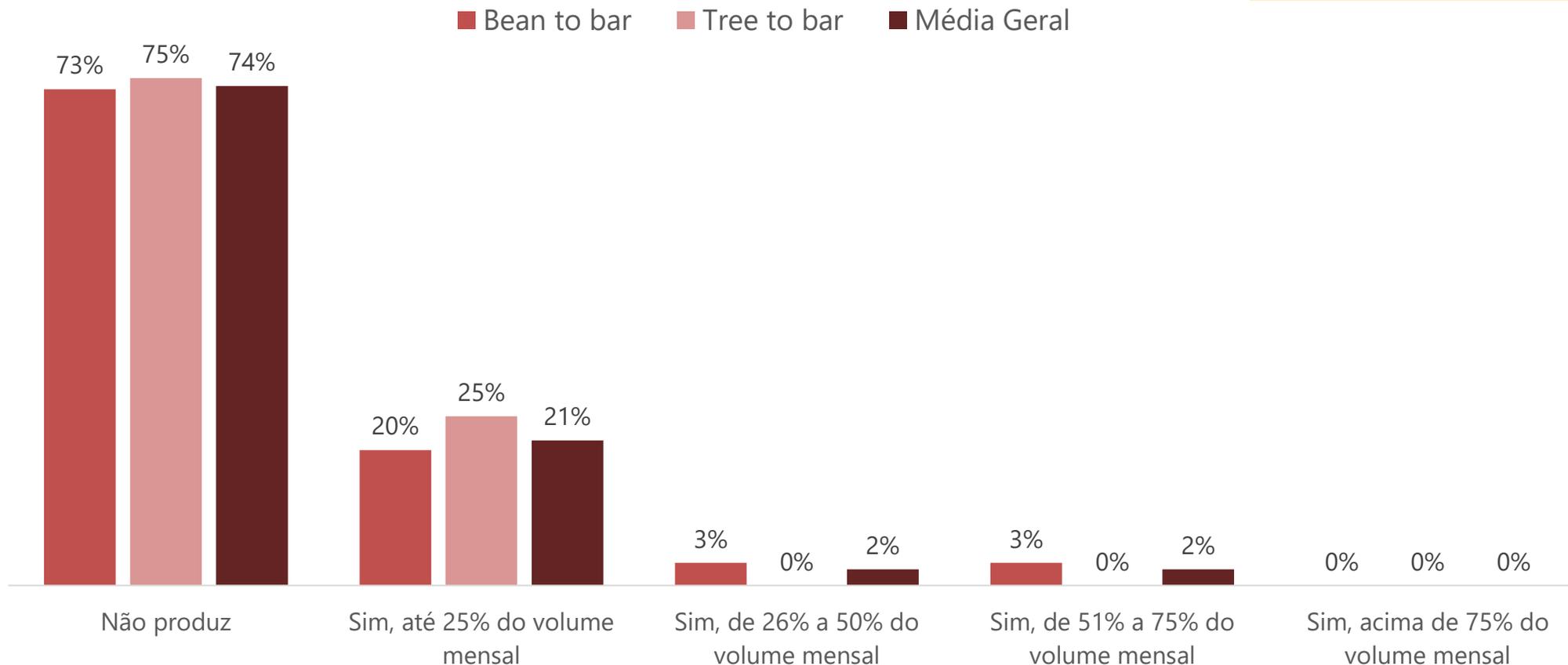
■ Fábrica própria   ■ Fábrica de terceiros   ■ Em ambiente informal (produção caseira)



A produção para outras marcas ocupa parte muito baixa do volume de produção.

5.

### Produção para outras marcas (terceirização)



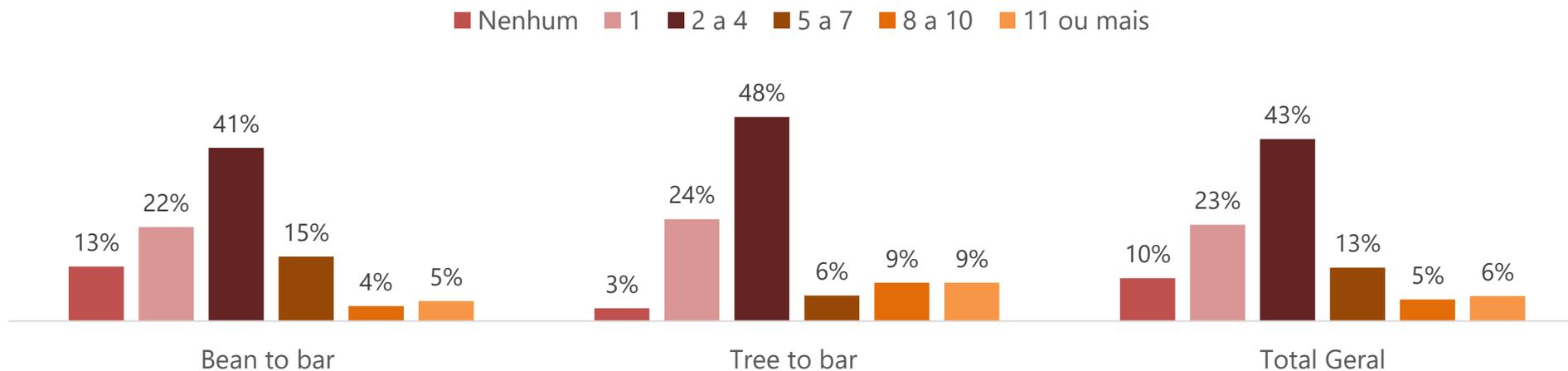
Tree to bar é mais intensivo em mão de obra.

6.

Quantidade média de colaboradores



Distribuição de empresas por faixas de quantidade de colaboradores

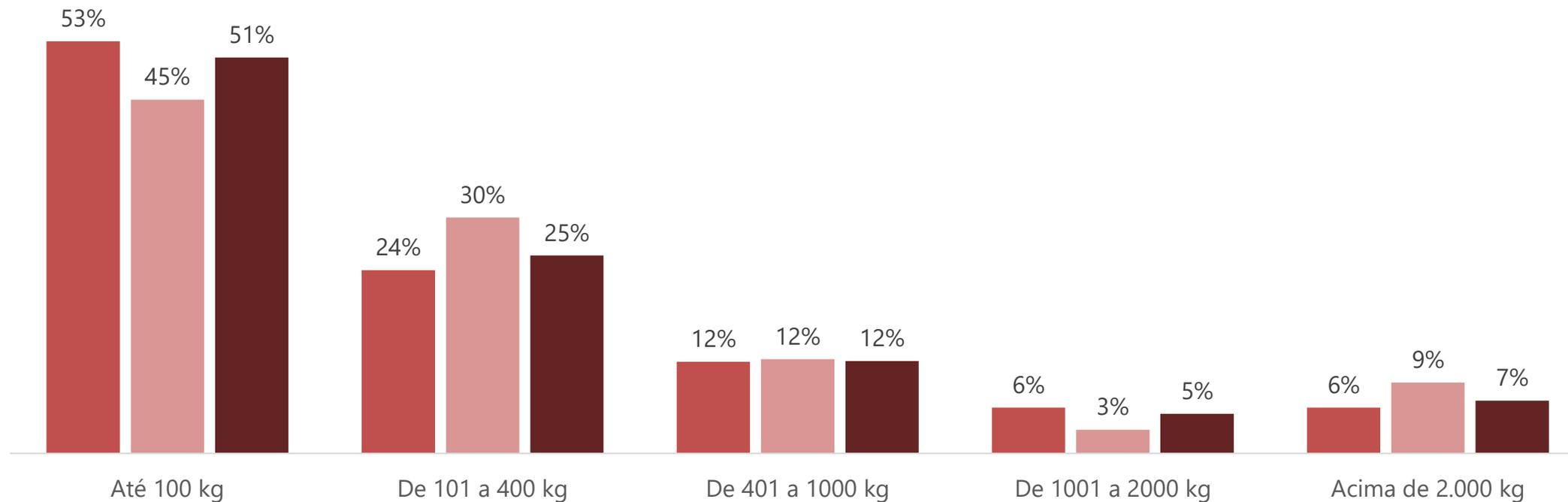


A maioria tem capacidade máxima de produção até 100kg.

7.

### Capacidade máxima de produção

■ Bean to bar ■ Tree to bar ■ Média Geral

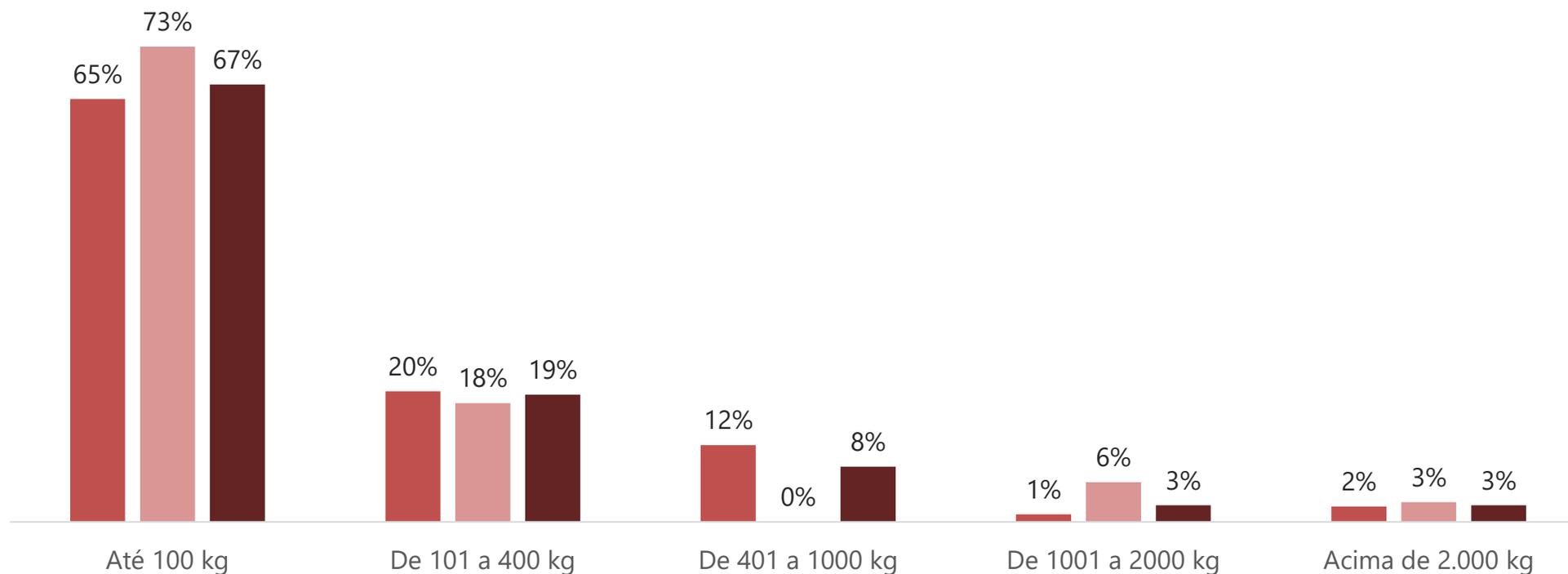


Coerente com a capacidade máxima, a produção média mensal da maioria é de até 100kg

8.

Produção média mensal

■ Bean to bar ■ Tree to bar ■ Média Geral

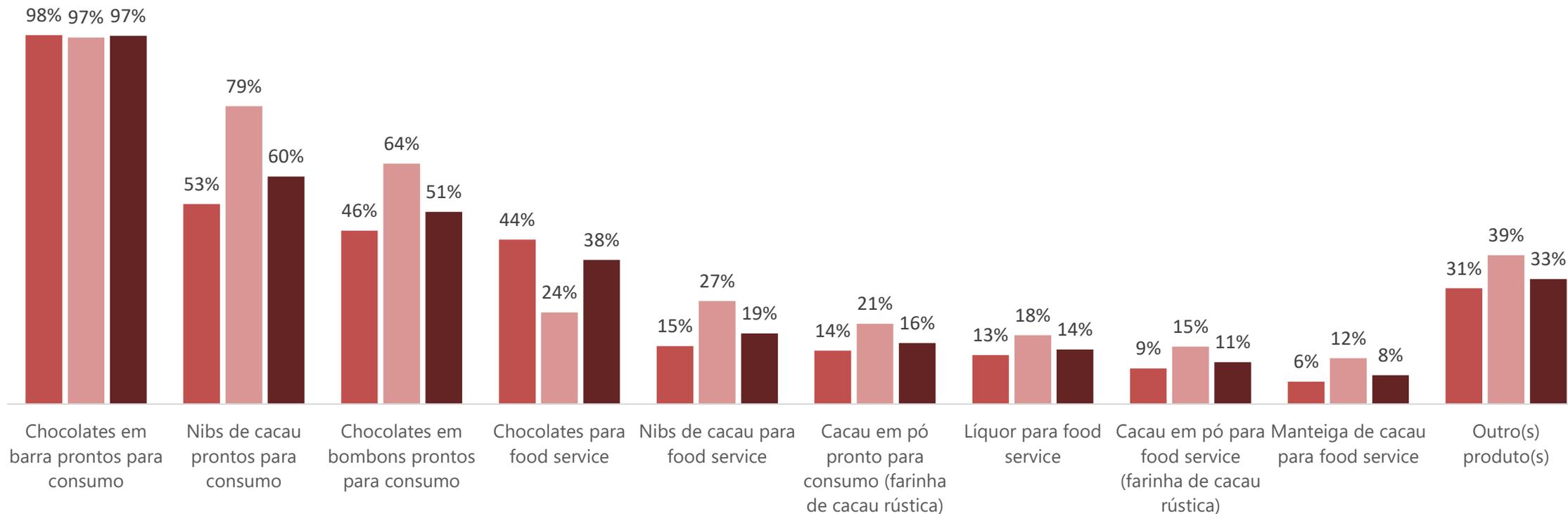


*Tree to bar se diferencia produzindo mais nibs de cacau e bombons prontos para consumo*

9.

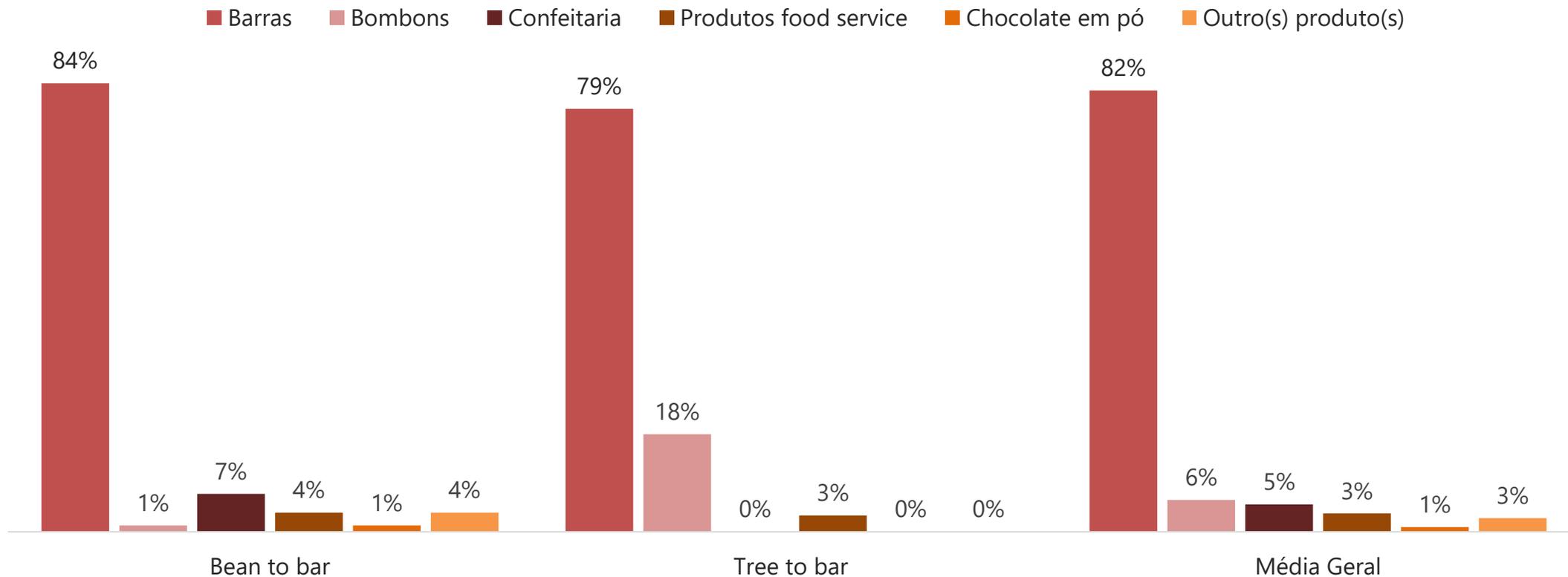
**Principais tipos de produtos produzidos**

■ Bean to bar   ■ Tree to bar   ■ Média Geral



Apesar da variedade de produtos no mix, o faturamento é muito dependente das barras

10. Principal faturamento da produção

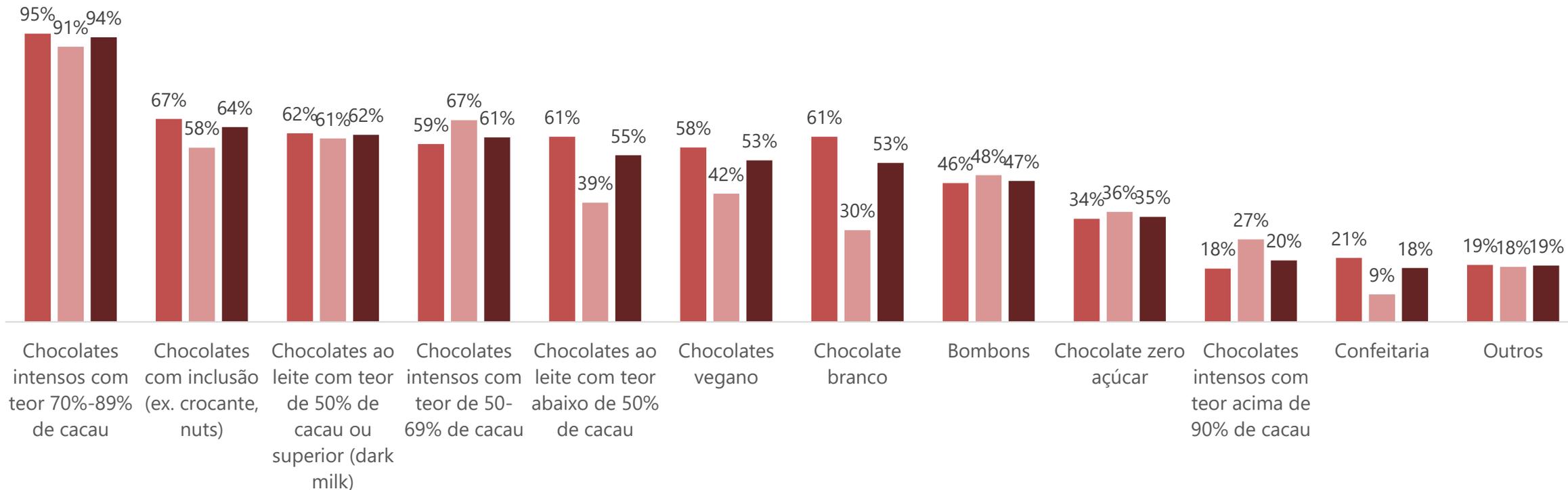


11.

Tipo de chocolate produzido

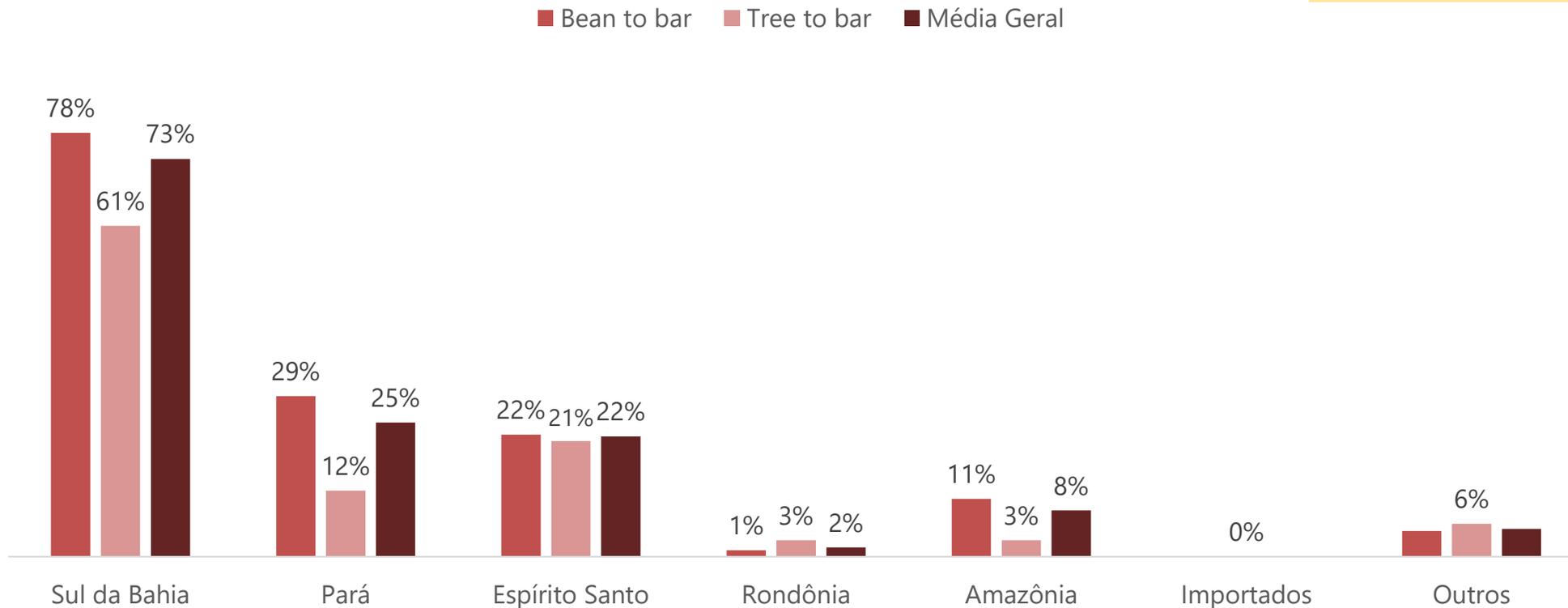
■ Bean to bar ■ Tree to bar ■ Média Geral

Os percentuais elevados em várias categorias indicam que cada empresa produz muitos tipos diferentes



PA e ES disputam a 2ª colocação: PA vence no *bean to bar*, ES vence no *tree to bar*.

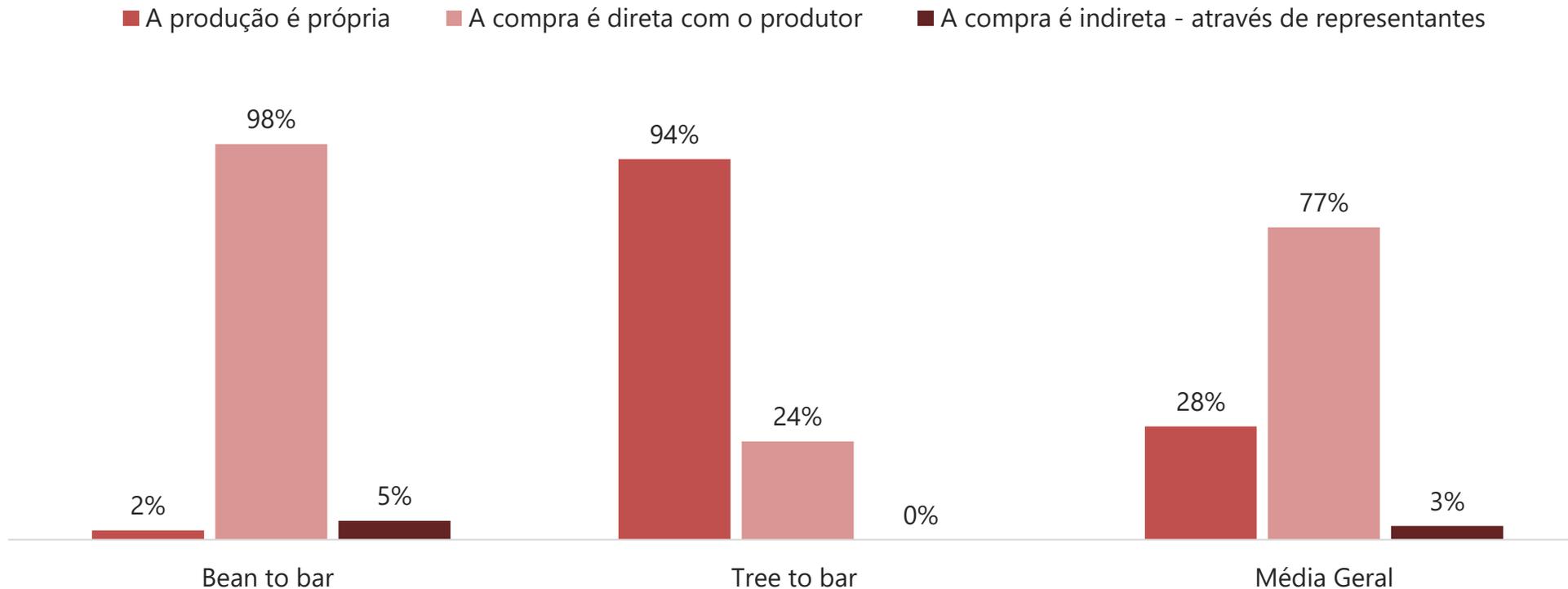
12. Origem do cacau utilizado para a produção



13.

### Como é feita a compra

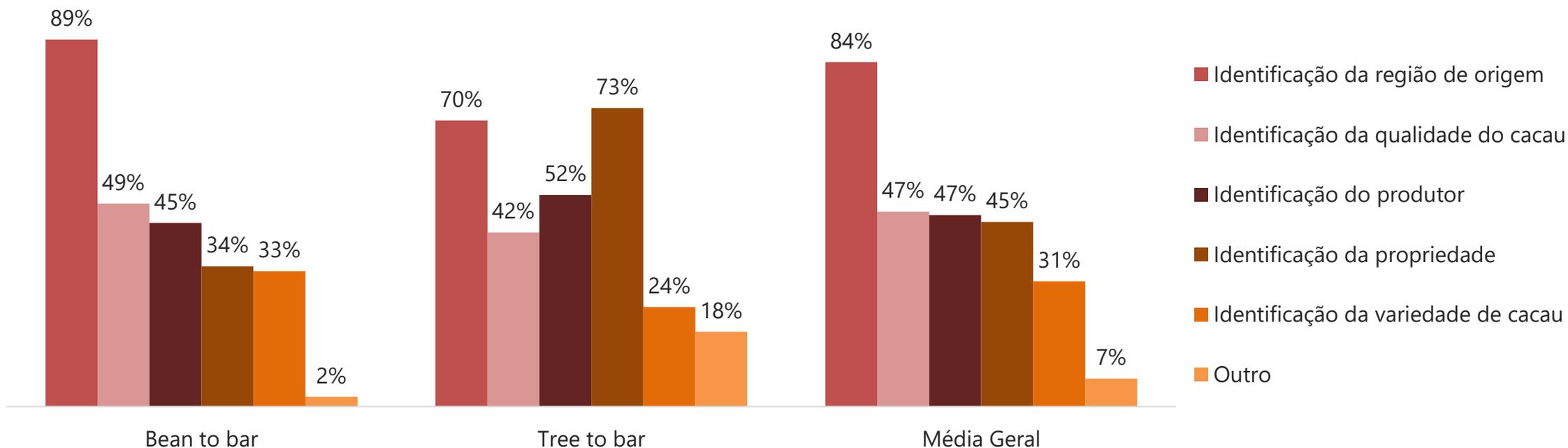
Coerente com os conceitos, em *bean to bar* predomina a compra direto com o produtor e em *tree to bar* a produção própria.



14.

Informações repassadas para os consumidores

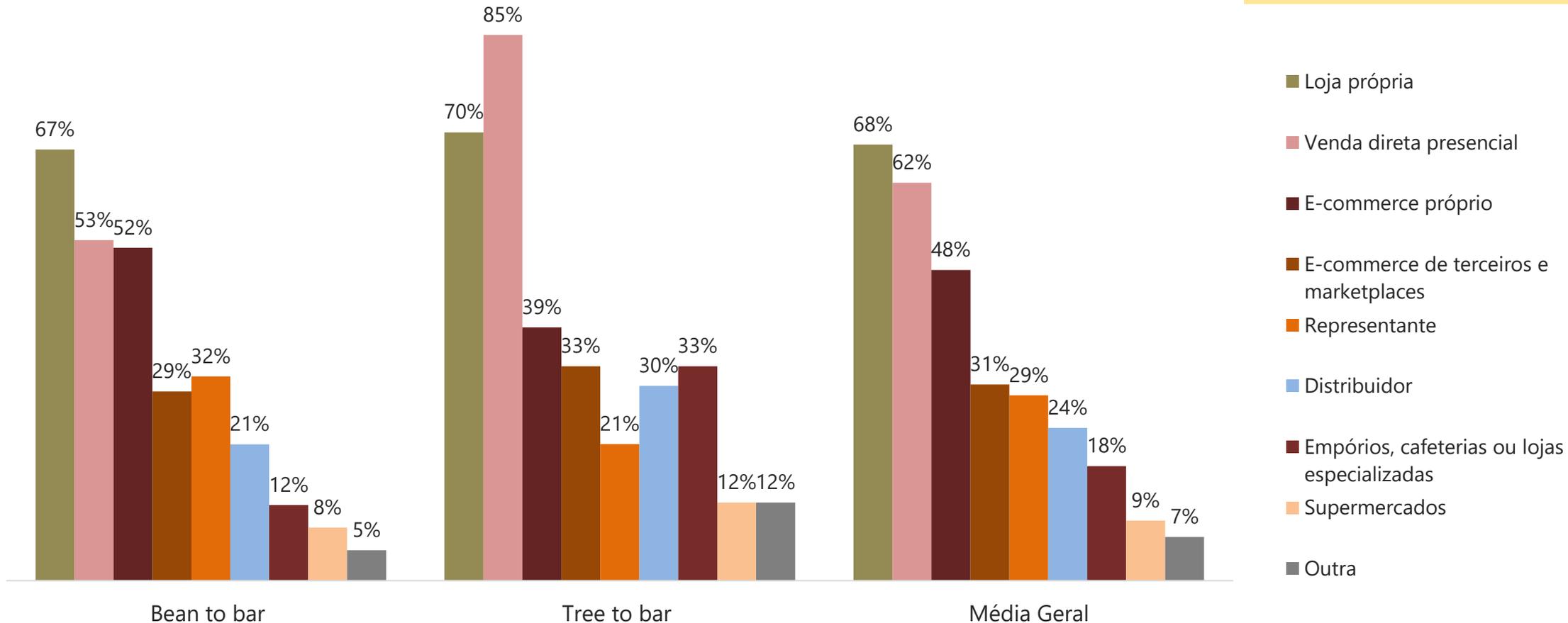
*Tree to bar* aproveita a vantagem de poder comunicar ao consumidor a fazenda de origem do cacau.



15.

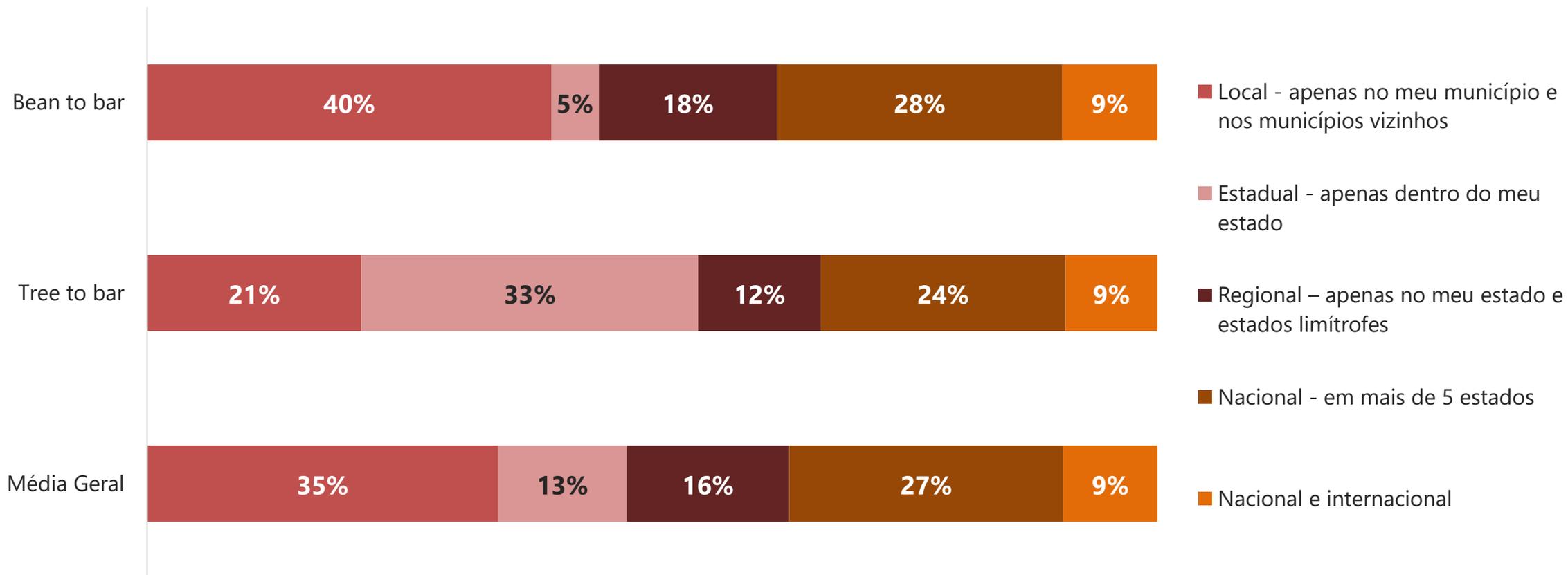
Modalidades de venda

Nos dois grupos predominam os canais próprios em relação aos canais de terceiros.



16.

Alcance no mercado



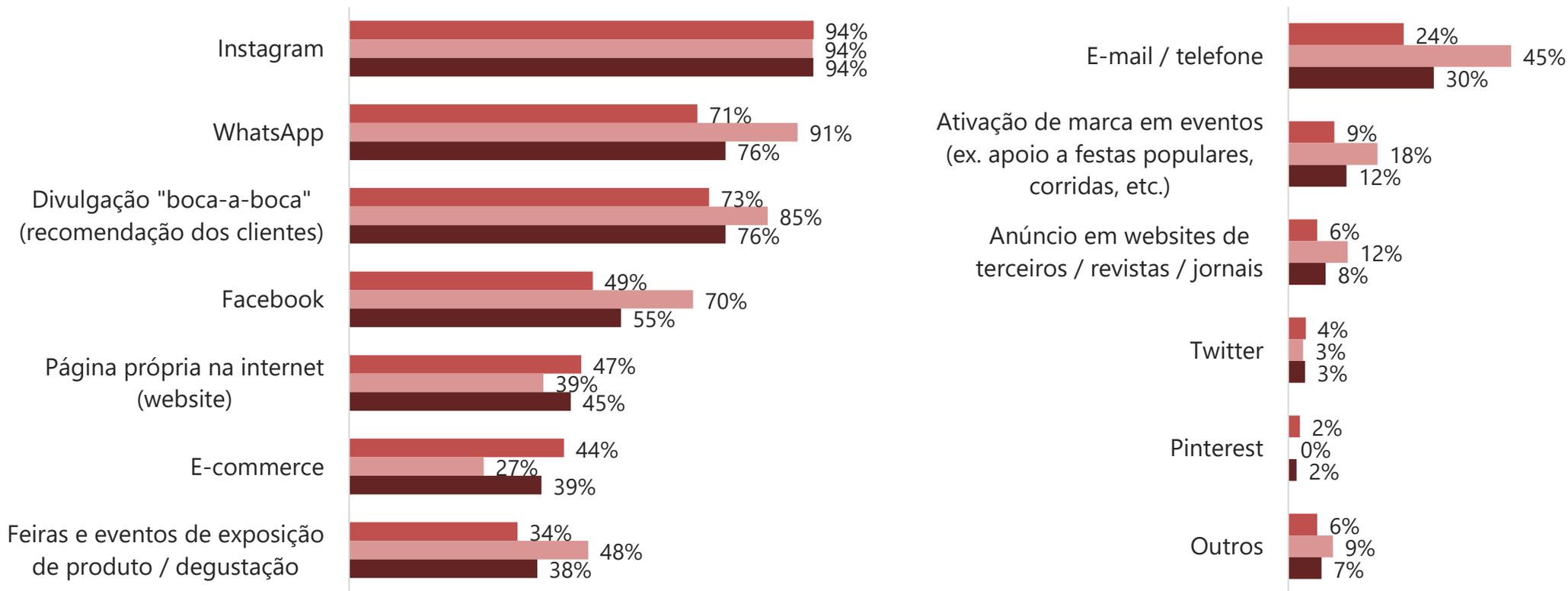
Para *bean to bar* predomina o alcance local, enquanto em *tree to bar* predomina o estadual.



17.

### Divulgação de produtos e promoções

■ Bean to bar ■ Tree to bar ■ Média Geral



Redes sociais aparecem como principal meio de divulgação, e a recomendação de clientes aparece como meio igualmente forte.

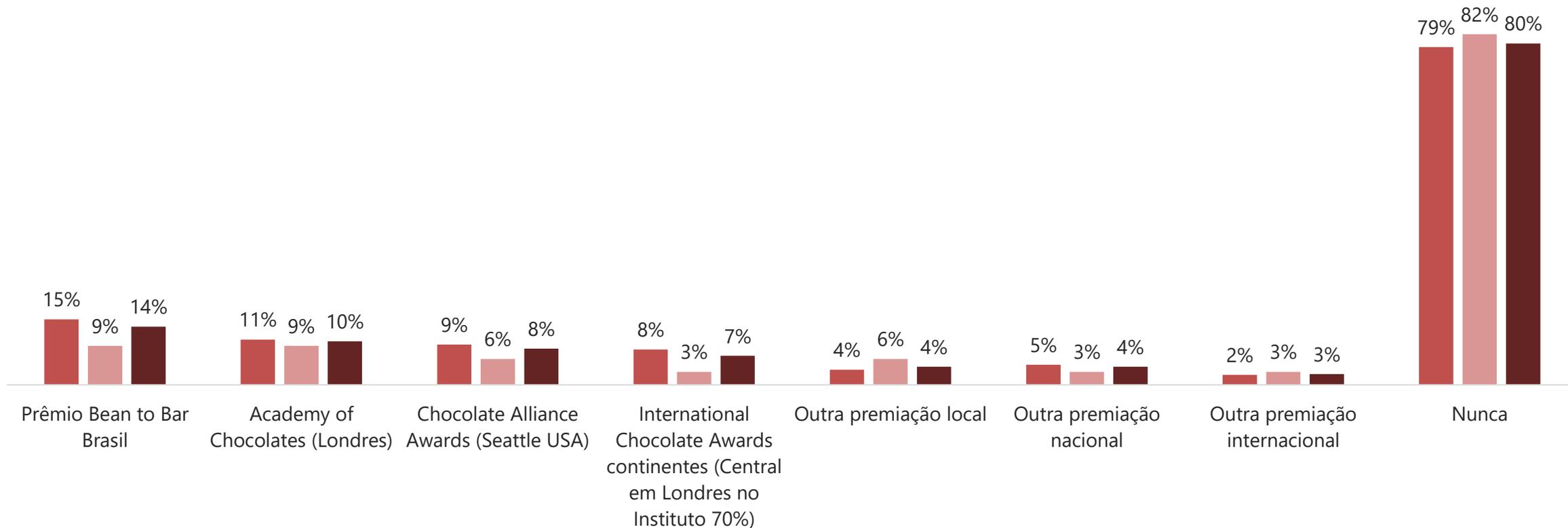


O recebimento de premiações ainda é bastante restrito.

18.

### Premiações pelo chocolate

■ Bean to bar ■ Tree to bar ■ Total

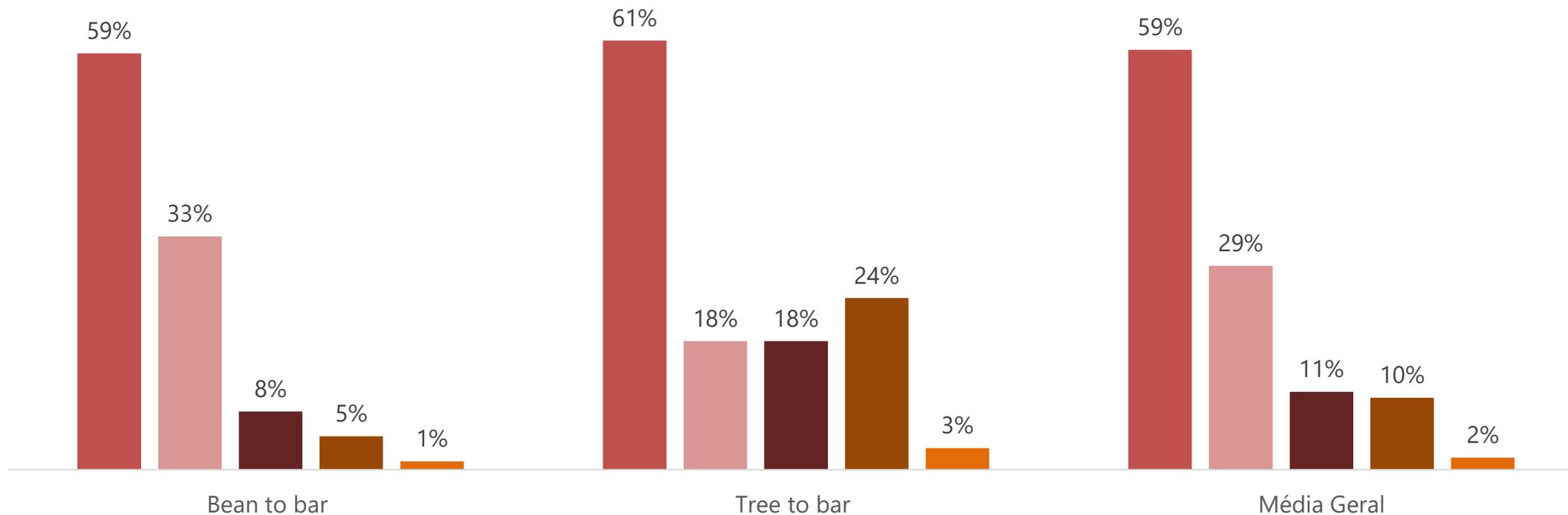


Ainda há muito espaço para o crescimento de abrangência das associações.

19.

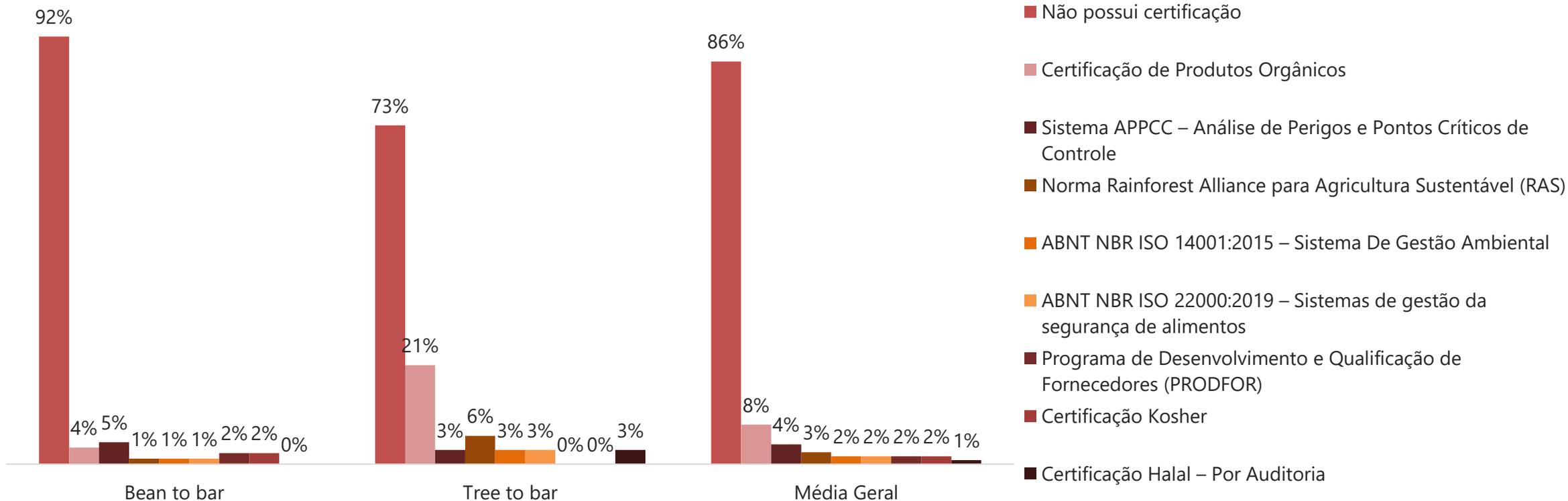
Vínculo com associação do setor

■ Não possui vínculo ■ Associação Bean to Bar Brasil ■ Chocosul ■ Outra ■ Abicap



Certificações são raras, mas em *tree to bar* há uma diferenciação para orgânicos.

20. Certificações do seu negócio



**Não obtiveram respostas:**

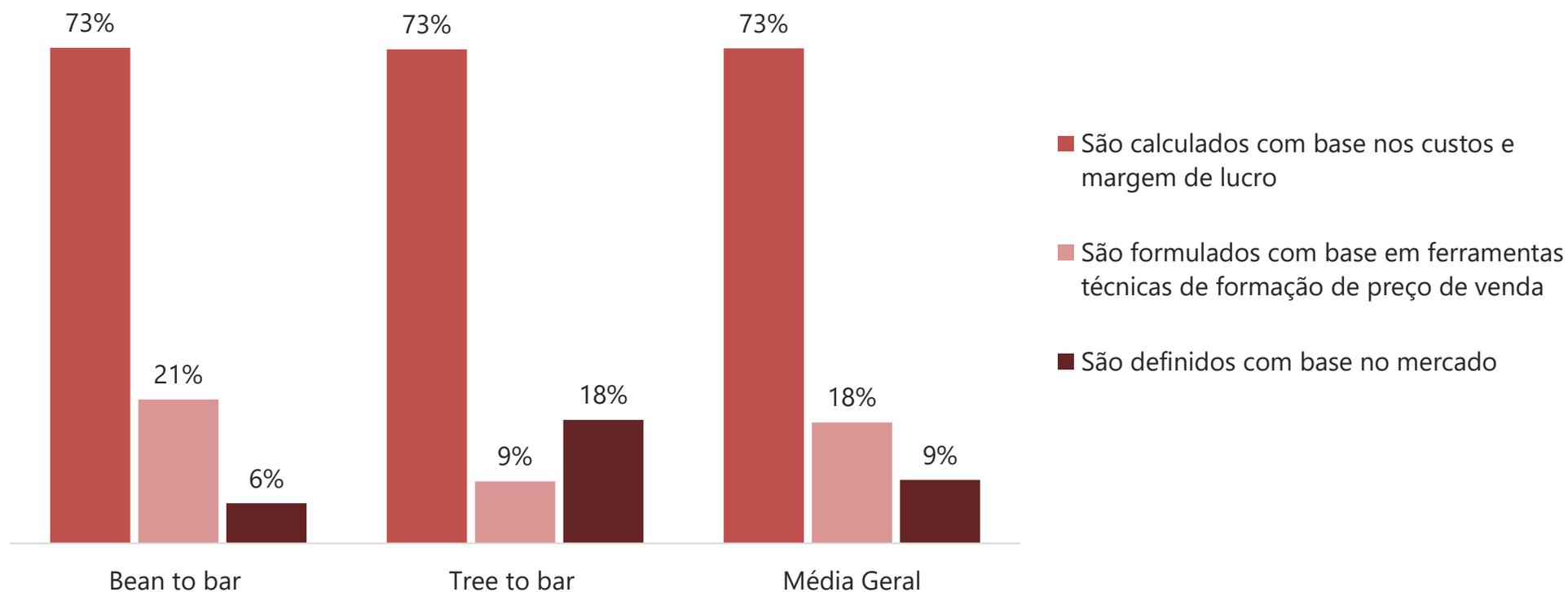
- ABNT NBR ISO 45001 – Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional (SGSSO)
- ABNT NBR ISO 9001:2015 – Sistema de gestão da qualidade
- Protocolo GlobalGAP
- Norma Foundation for Food Safety Certification (FSSC) 22000



Formação de preço é muito vinculada aos custos e à margem desejada.

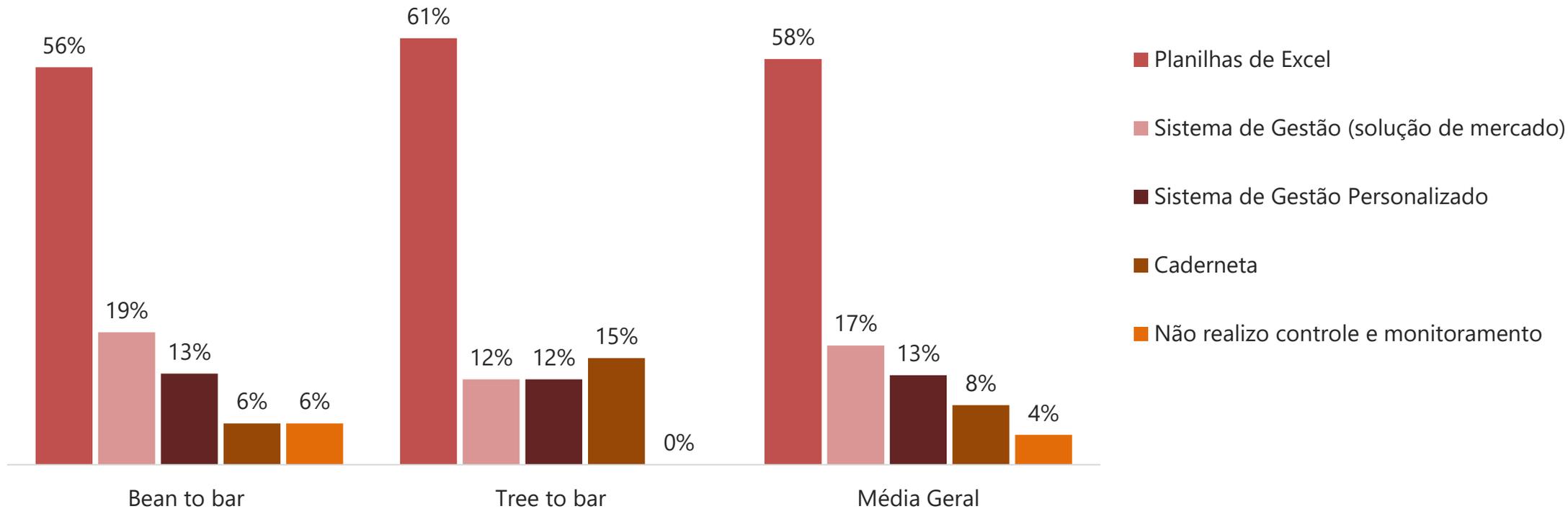
21.

Formulação dos preços de venda



Há amplo uso de ferramentas digitais de gestão, mas predominam as planilhas em Excel.

22. Gestão financeira e administrativa do negócio

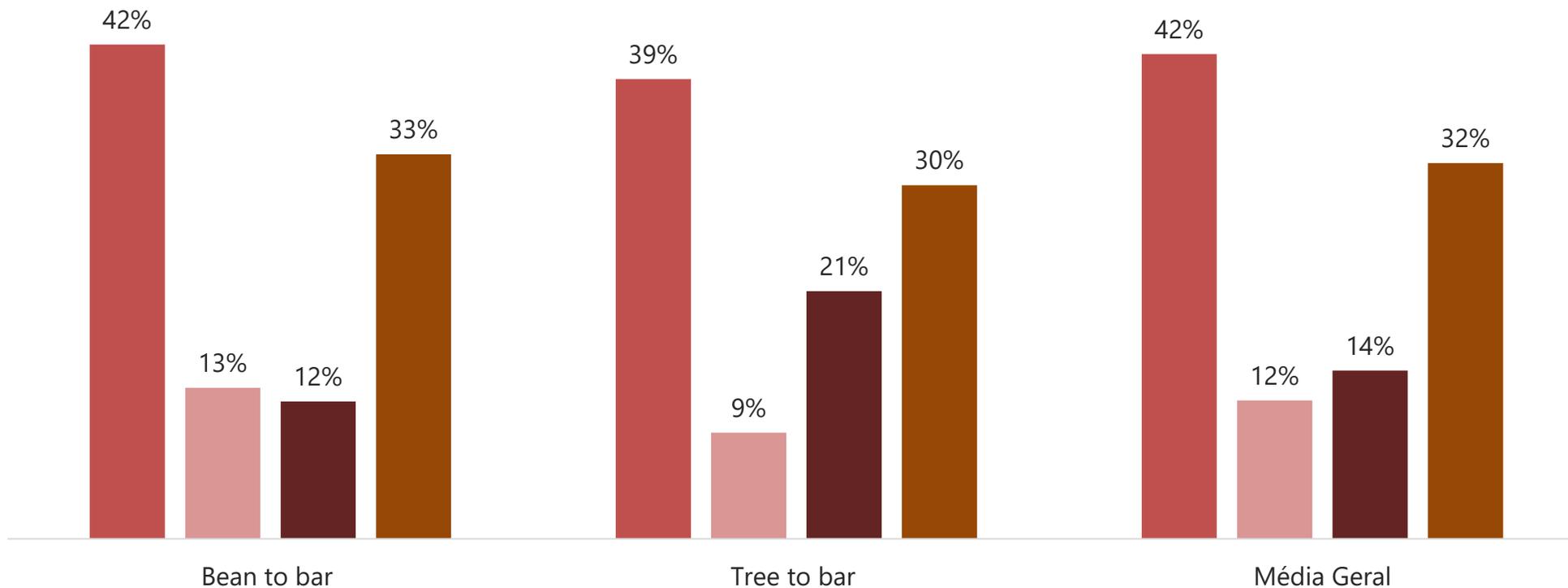


Mesmo sendo um ano de crise, 2020 superou 2019

23.

Faturamento em 2020 em comparação com 2019

Foi melhor Se manteve Foi pior Não se aplica (empresa nova)

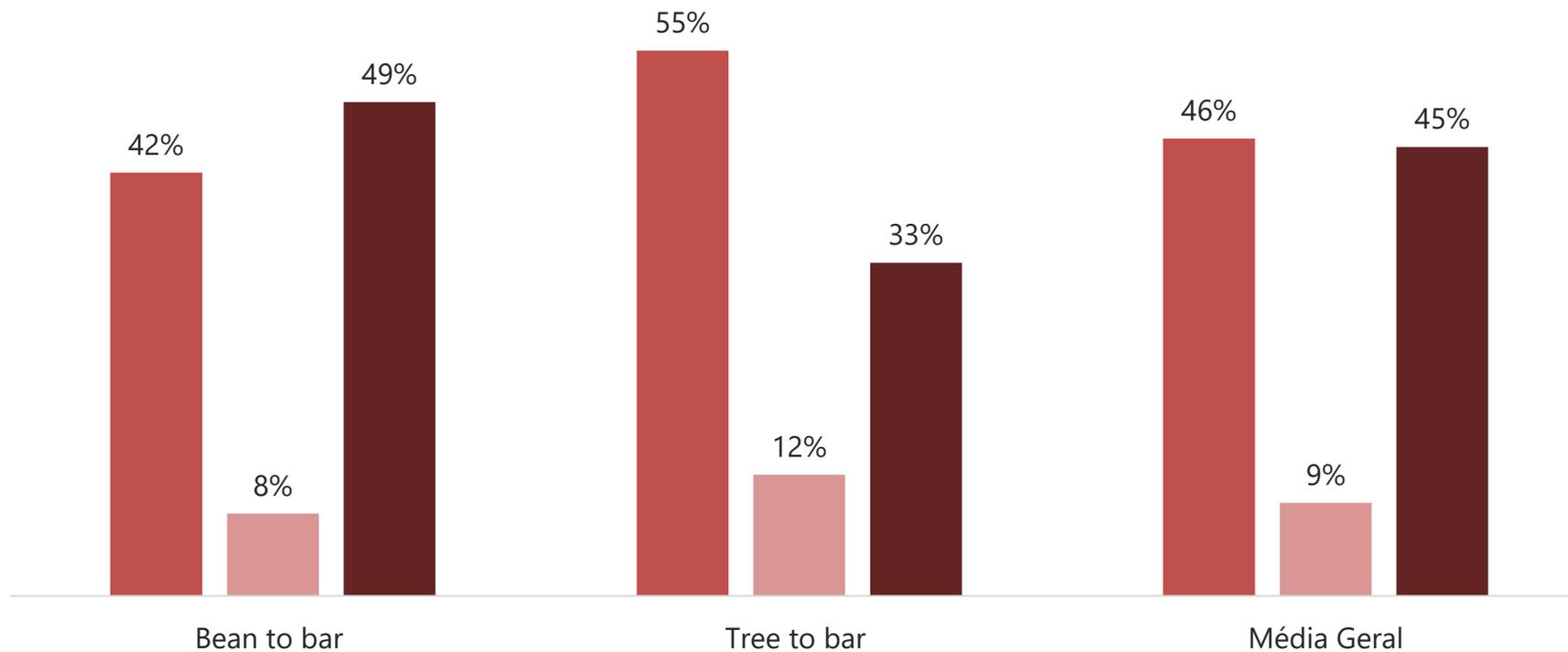


*Bean to bar parece ter um pouco menos de facilidade que tree to bar em 2021*

24.

**Desempenho financeiro em 2021 até o momento**

■ Apresentando lucro ■ Apresentando prejuízo ■ "Empatando"

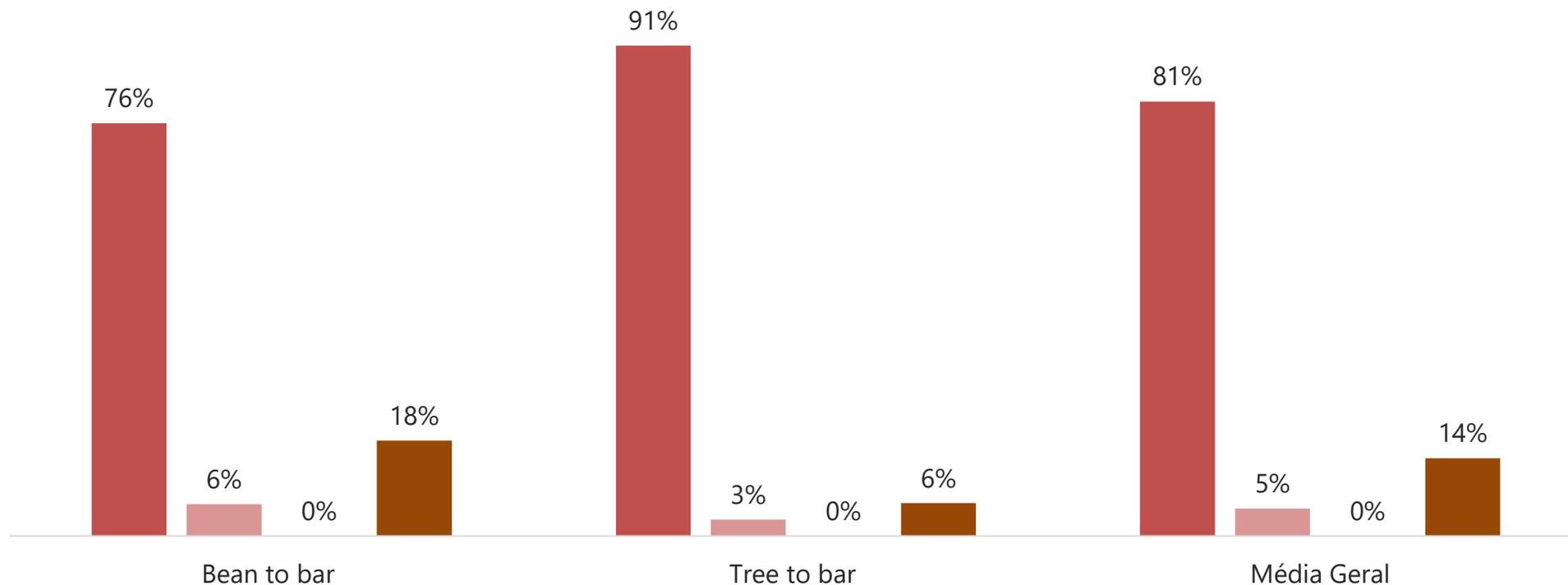


A projeção geral é que 2021 será ainda melhor que 2020

25.

**Crescimento projetado do faturamento para 2021 em comparação com 2020**

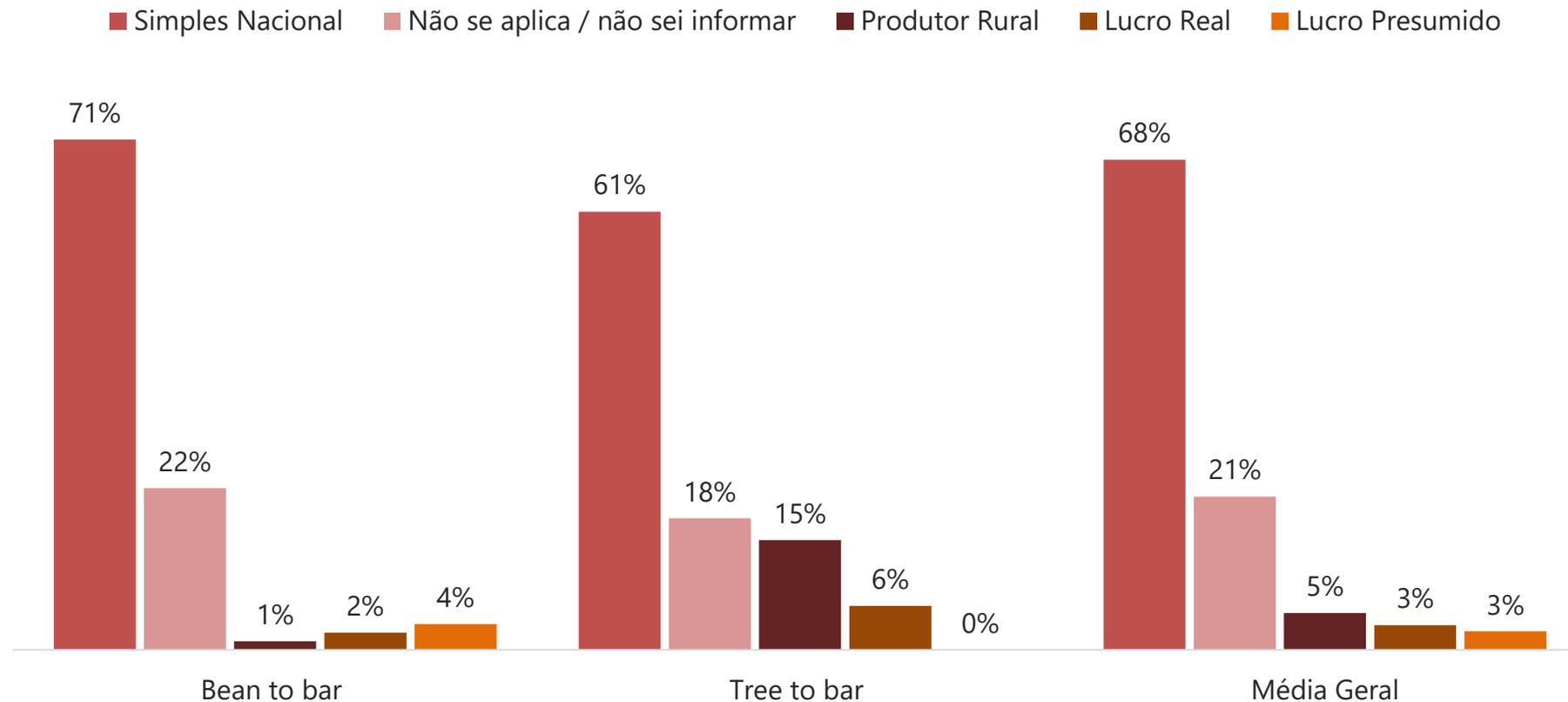
■ Que seja melhor   ■ Que se mantenha   ■ Que seja pior   ■ Não se aplica (empresa nova)



Pequenos negócios do Simples Nacional são grande maioria.

27.

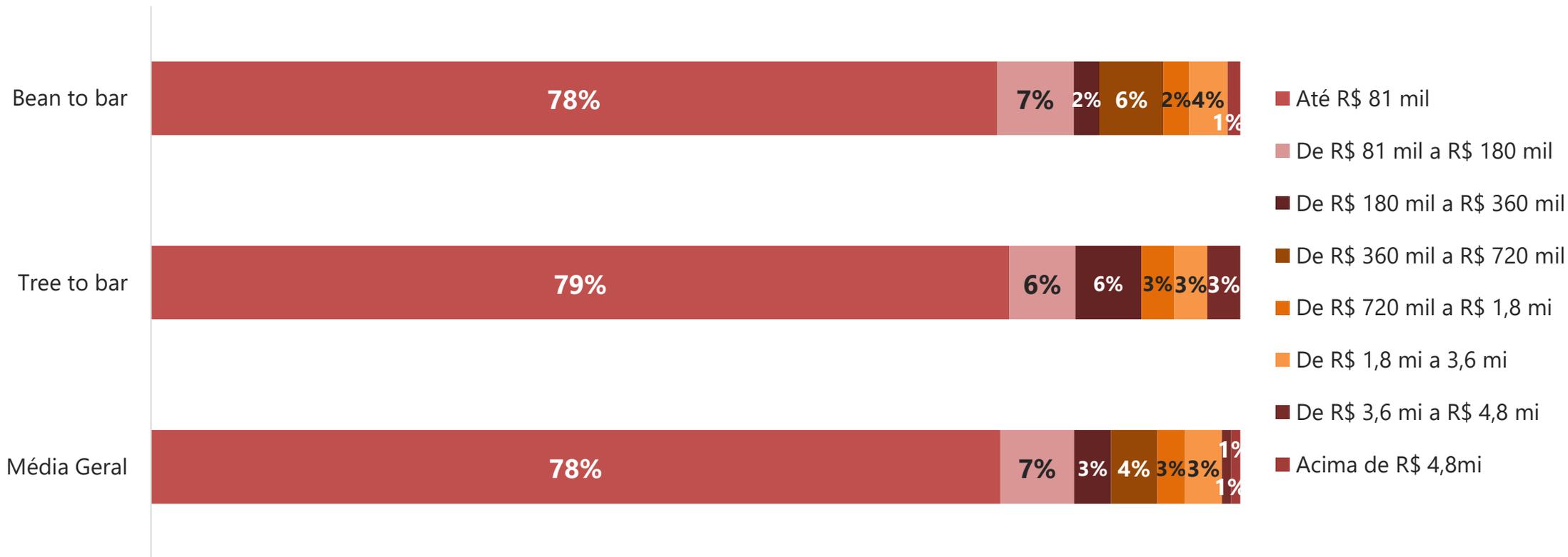
### Enquadramento tributário



Há predominância de microempreendedores individuais (faixa até R\$ 81 mil)

28.

Faixa aproximada de faturamento em 2020



Páscoa, Dia das Mães e Festas de fim de ano lideram para os dois grupos

**29. Quais são as datas que mais impactam no seu volume de vendas?**

*Ranking de importância*

Ranking final*	Bean to bar	Posição média na pesquisa*
1	Páscoa	1,7
2	Festas de final de ano	3,4
3	Dia das Mães	3,4
4	Dia dos Namorados	3,9
5	Dia das Crianças	5,3
6	Dia dos Pais	5,6
7	Black Friday	5,9
8	Festa Junina	6,7

Ranking final*	Tree to bar	Posição média na pesquisa*
1	Páscoa	1,8
2	Dia das Mães	3,6
3	Festas de final de ano	3,8
4	Dia dos Namorados	4,1
5	Dia das Crianças	5,3
6	Dia dos Pais	5,5
7	Festa Junina	5,8
8	Black Friday	6,1

Ranking final*	Média geral	Posição média na pesquisa*
1	Páscoa	1,7
2	Dia das Mães	3,5
3	Festas de final de ano	3,5
4	Dia dos Namorados	4,0
5	Dia das Crianças	5,3
6	Dia dos Pais	5,6
7	Black Friday	5,9
8	Festa Junina	6,5

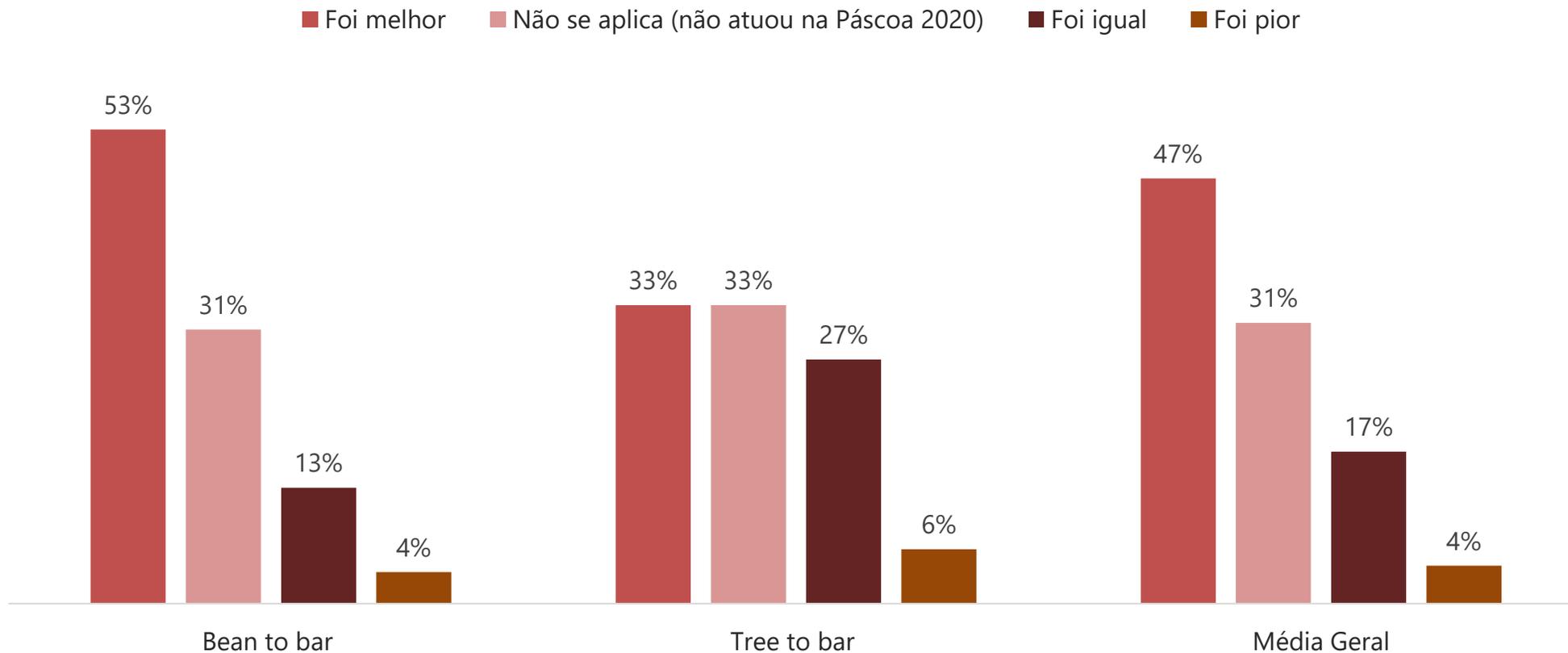
\* O ranking final é a ordem relativa de importância de cada data.

\* A posição média na pesquisa é uma média de todas as posições que cada data recebeu dos respondentes da pesquisa.



Resultados da Páscoa de 2021 confirmam que deve ser um ano ainda melhor que 2020.

### 30. Faturamento na temporada de Páscoa de 2021 em comparação à de 2020



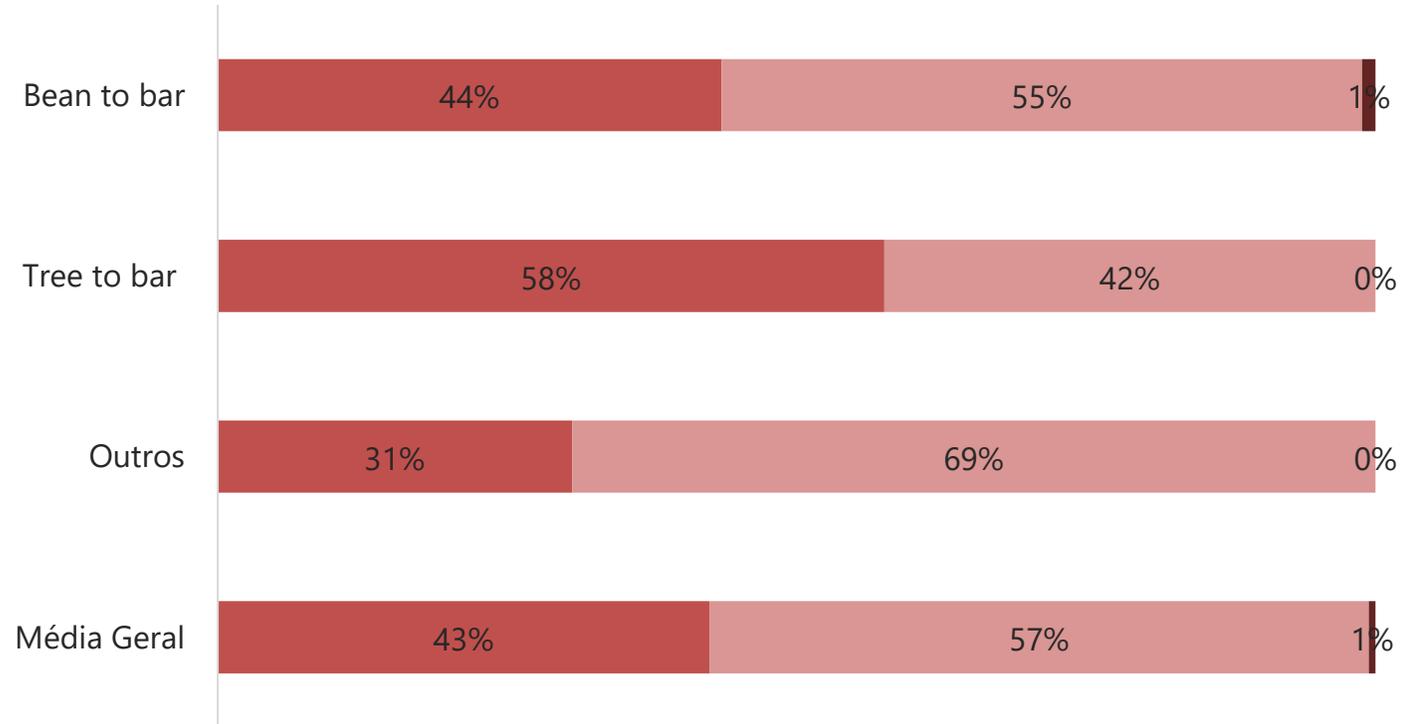
## PERFIL DOS(AS) EMPRESÁRIOS(AS)



32.

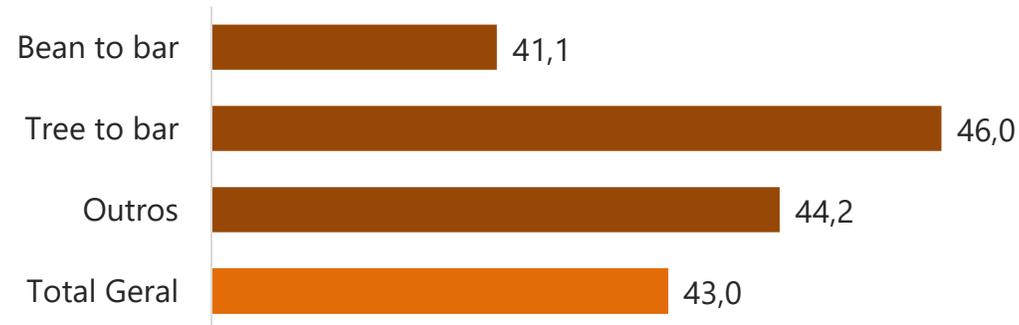
### Gênero

■ Masculino ■ Feminino ■ Prefiro não informar

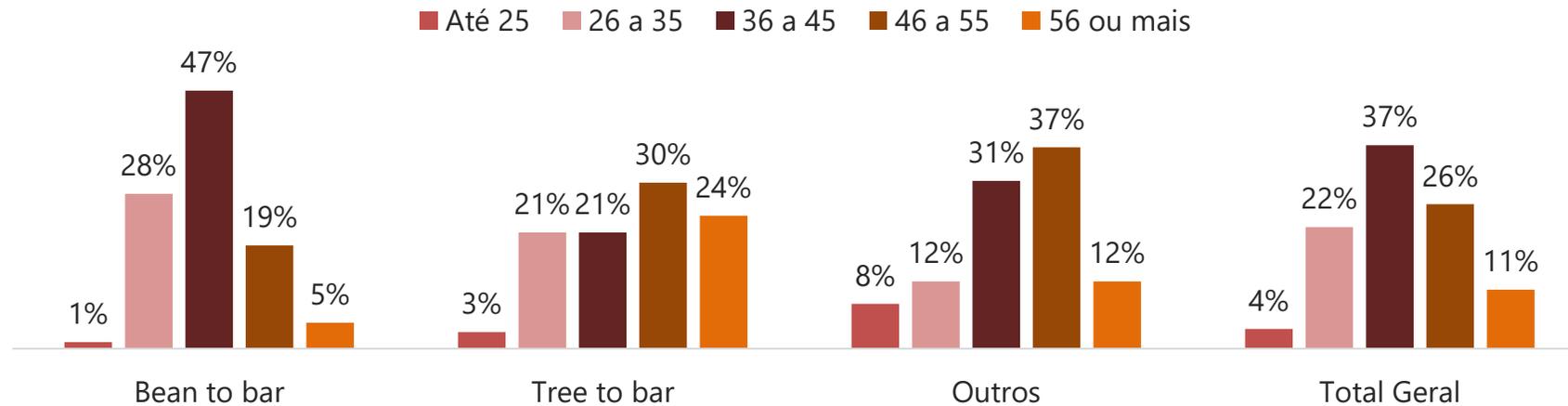


33.

### Média de idade do(a) empresário(a)

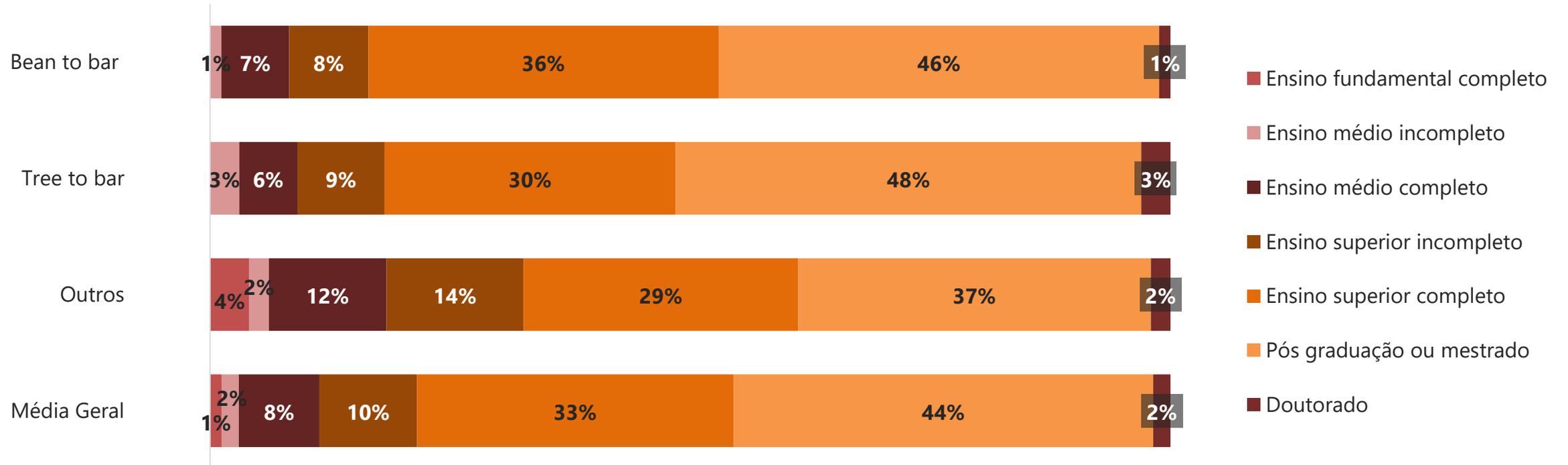


### Distribuição por faixas de idade



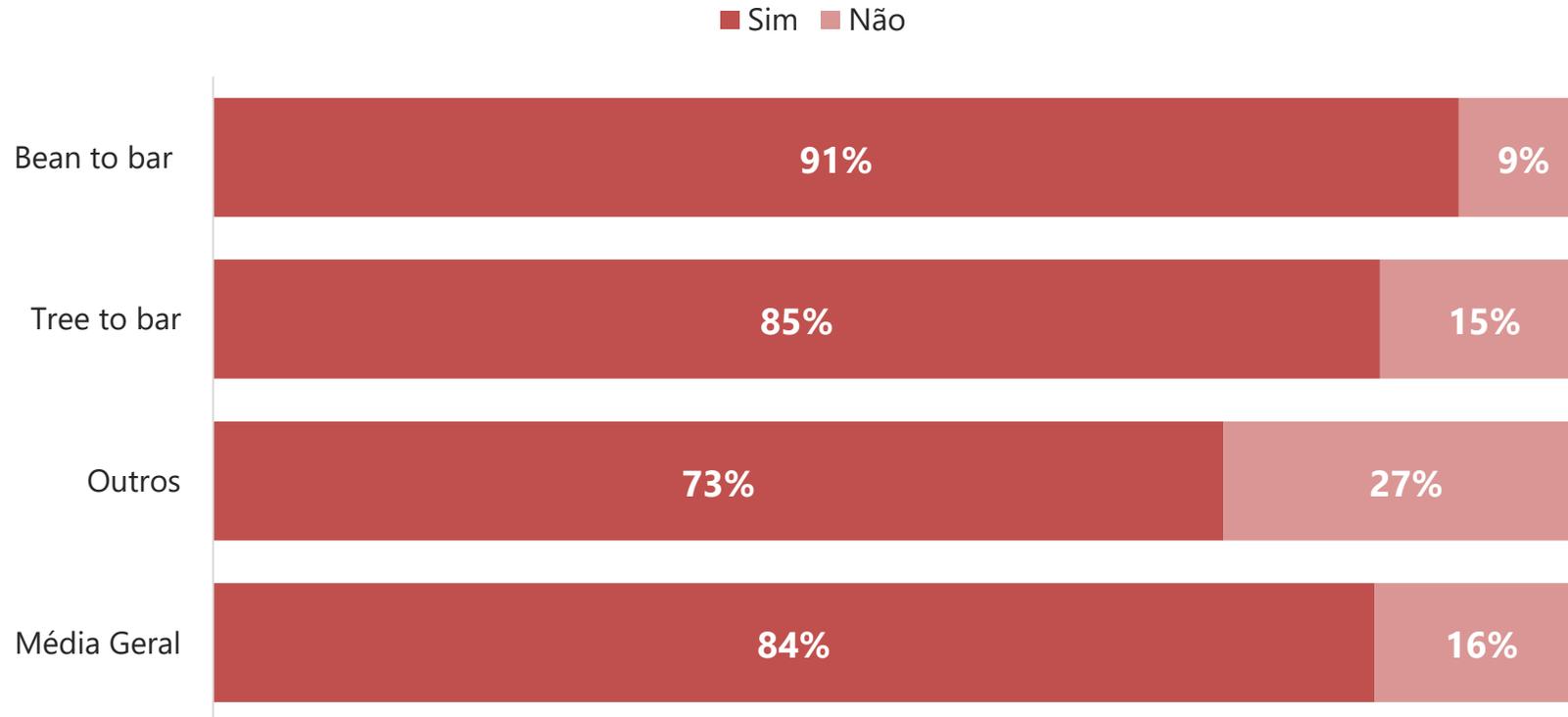
34

### Grau de escolaridade

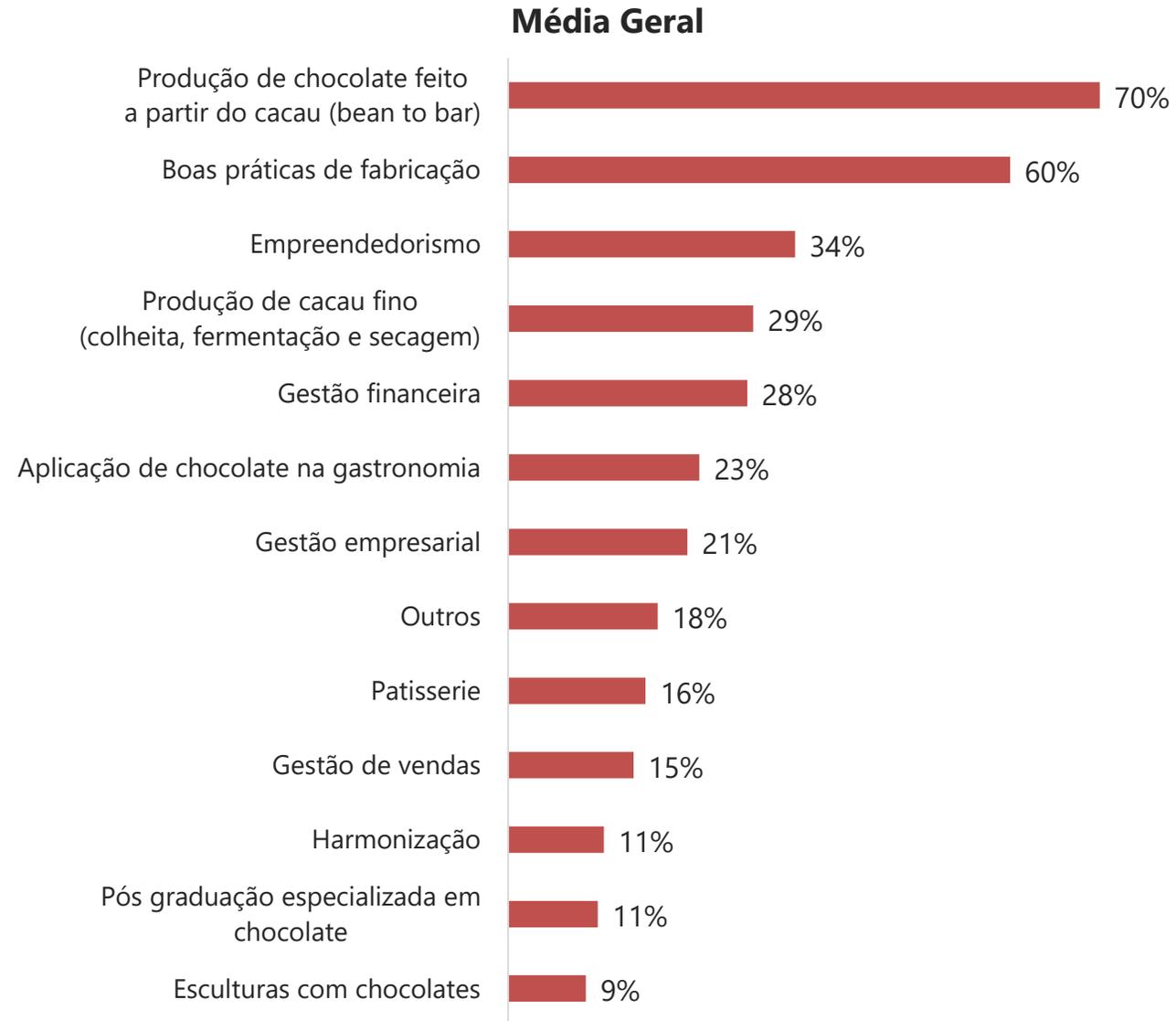


**35.**

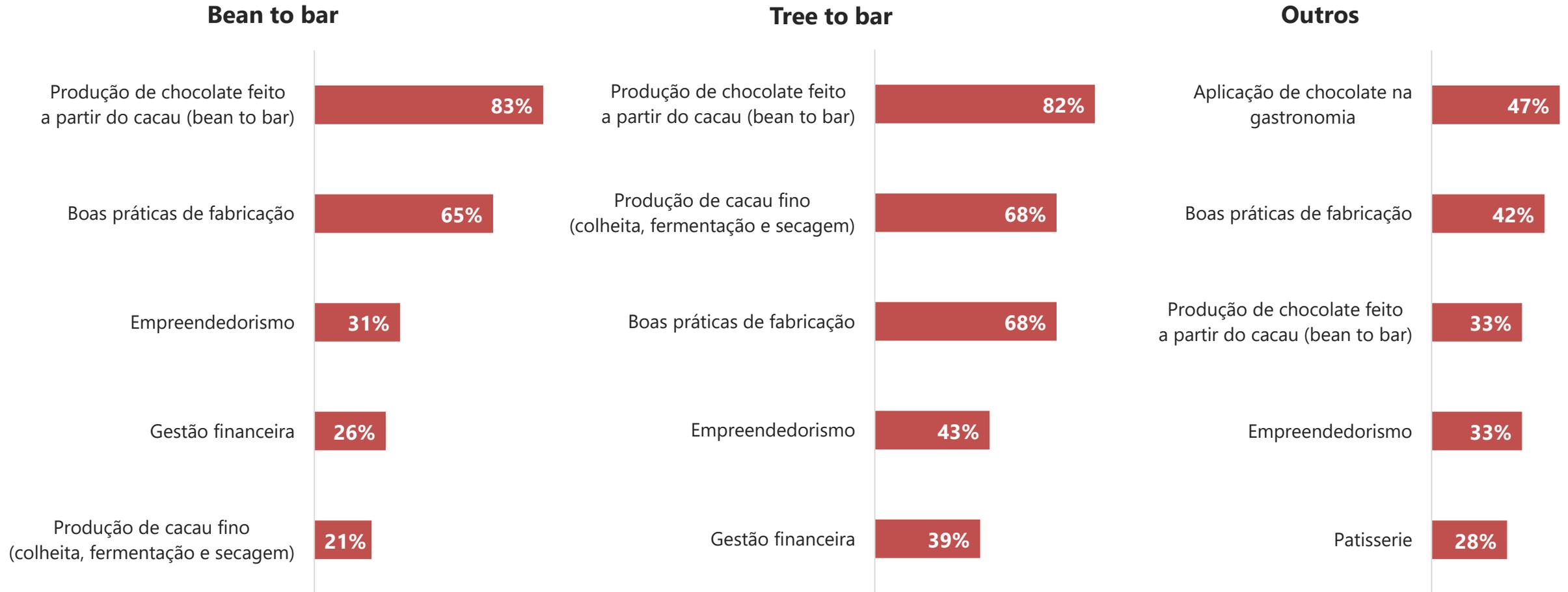
**Já realizou algum curso relativo ao setor de cacau e chocolate?**



### 36. Quais cursos já realizou?

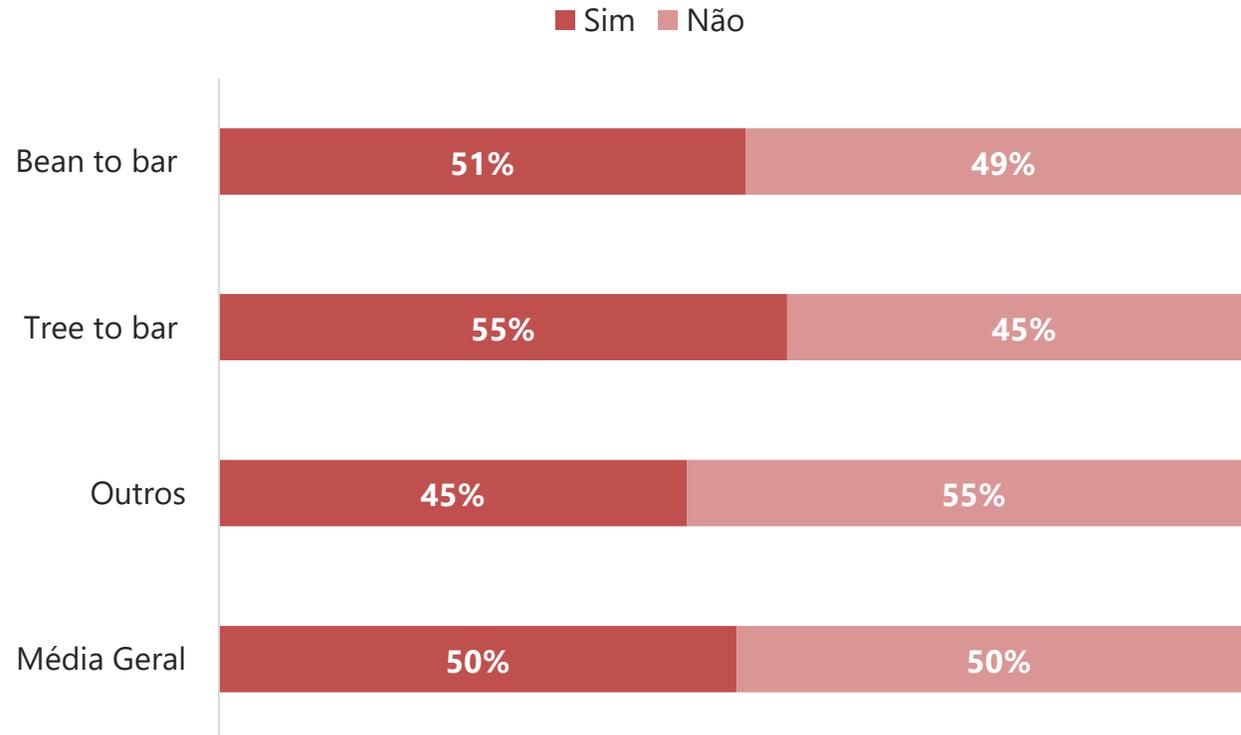


### 36. Quais cursos já realizou?

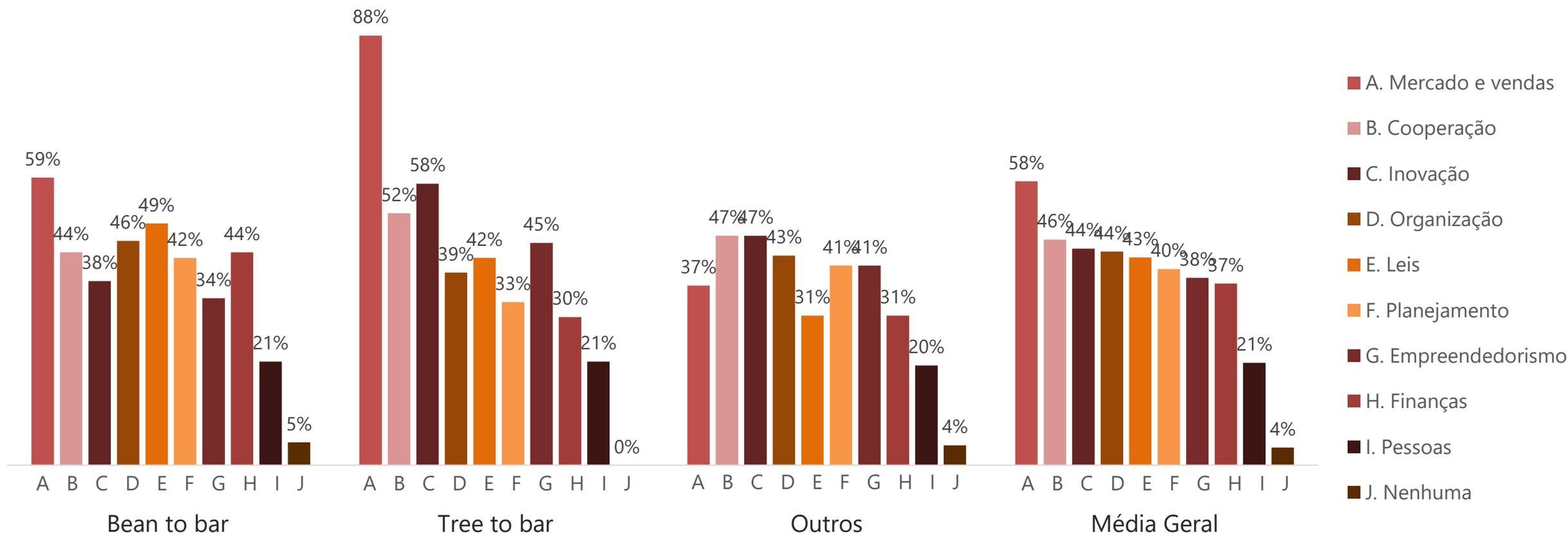


37.

### Conhece soluções oferecidas pelo Sebrae?



**38. Principais áreas que gostaria de aperfeiçoar com apoio do Sebrae**



Pesquisa

# Mercado de Chocolates

*Produção bean to bar e tree to bar*

---

REALIZAÇÃO

## **Sebrae/NA**

*Unidade de Competitividade*

Mayra Monteiro Viana  
Luiz Carlos Rebelatto dos Santos  
Bianca Amazonas Pinto Pedroso  
Alberto Ribeiro Vallim  
Lucas Gayoso de Moura Ernest Dias  
Luis Antonio Martins Chaves

*Unidade de Gestão Estratégica* Kennyston Costa Lago

## **Sebrae/DF**

*Gerência de Negócios em Rede* Rodrigo Moll Mascarenhas

## **Associação Bean to Bar Brasil**

Isabel Reis  
Juliana Aquino  
Juliana Iten  
Claudia Gamba  
Gislaine Gallette

