

ANÁLISE DE MERCADO DO GELATO ITALIANO ARTESANAL

MARKET ANALYSIS OF ITALIAN GELATO ARTISAN

Ketelyn Cardozo – ketelyncardozo@hotmail.com

Marcos Alberto Claudio Pandolfi – marcos.pandolfi@fatectq.edu.br

Heloisa Maurício Lunardi – helola_ml@outlook.com

Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga (FATEC) – SP – Brasil

RESUMO

Esse artigo visa apresentar determinado produto e elaborar uma análise de mercado para comercialização do Gelato Italiano Artesanal, onde a principal responsável pela produção do gelato é denominada como gelataria. No decorrer do projeto analisaremos estudos sobre a comercialização do Gelato e produtos similares como *sorbet*, paleta, *açai soft* e sorvete tradicional de massa. O gelato artesanal é produzido através de ingredientes especiais, que permite seu diferencial através do rígido padrão de escolha das matérias-primas naturais e seu processo de produção que resulta em um sabor e cremosidade de alta qualidade sendo diferente de sorvetes comuns. O gelato permite atender as necessidades das dietas e restrições alimentares que atualmente diversos clientes enfrentam, além de ter uma produção diferenciada possui características físicas notáveis em suas vitrines devido a sua distribuição em bandejas de inox nas arcas congeladoras com temperaturas específicas. Este projeto define como pode ser a criação e o funcionamento de uma futura gelataria e a divulgação do produto diferenciado Gelato Italiano. A iniciativa da análise de mercado foi realizada para uma possível empresa nova no segmento alimentício surgiu por haver um crescimento constante no mercado de gelados e ao fato de não haver muitos estabelecimentos que comercialize o produto o que torna exclusivo.

Palavras-chave: Gelato. Dietas. Restrições Alimentares. Análise de Mercado.

ABSTRACT

This article aims to present a given product and prepare a market analysis for the sale of Italian Gelato Artisan, where the main responsible for the production of gelato is called as ice cream. In the course of the project we will review studies on the marketing of the Gelato and similar products such as sorbet, palette, acai berry soft ice cream the traditional mass. The gelato artisan is produced using special ingredients, which allows your differential through the standard hard choice of natural raw materials and its process production that results in a flavor and creaminess of high quality being different from ice cream common. The gelato allows you to meet the needs of diets and food restrictions that currently many clients face, in

addition to having a differentiated production features physical characteristics notable in their showcases because of its distribution in bins of stainless steel in the freezer cabinet with temperature specific. This project defines how it can be the creation and operation of a future ice-cream parlour and the disclosure of differentiated product Italian Gelato. The initiative of the market analysis was undertaken for a possible new company in the food industry arose because there was a constant growth in the market of ice-cream and the fact that there may not be many establishments that sell the product which makes it exclusive.

Keywords: Gelato. Dietary Restrictions Diets. Market Analysis.

1 INTRODUÇÃO

Com o crescimento do consumo de sorvetes, houve a necessidade de diferenciar o setor propondo produtos naturais que estarão livres de comprometer a saúde dos clientes, pensando sobre tal assunto foi encontrado o gelato italiano que possui diferentes características e atende aos principais requisitos que tantos clientes buscam. Há relatos que o gelato italiano nasceu na cidade de Toscana em meados de 1600 por um engenheiro, mas não existem estudos que comprovem. A história dos gelados iniciou-se na Itália Renascentista há mais de 2000. O conhecido sorvete era fabricado através dos romanos, uma sociedade de classe alta que se encarregou de transportar blocos de gelo e neve de altas montanhas e conservar sobre o subsolo a fim de elaborar seus sorvetes em épocas mais quentes. Com o término do Império Romano conseqüentemente eliminaria a tradição do gelato na Itália, porém, não se extinguiu da vida da nobreza italiana que permaneceu com seu consumo principalmente em dias mais quentes. (ITALIAN FOOD, 2018, p. 28).

Com o passar dos anos o sorvete tradicional foi se espalhando para os quatro lados do planeta através das tecnologias empregadas para o auxílio da produção industrializada, o conhecido sorvete a base de leite. O gelato italiano possui suas qualidades devidas ao processo massivo de forma artesanal durante sua produção, onde suas receitas originais são passadas através de geração de pais e filhos, se tornando secretas para o restante do mundo e das concorrências. Atualmente o gelato faz parte da cultura italiana é considerado um produto artesanal com características próprias como, por exemplo, a incorporação de 10% a menos de ar que permite a cremosidade, sabor incomparável, utiliza alimentos frescos e menor número de gordura possível propondo um produto saudável. A figura 1 ilustra como é o verdadeiro gelato italiano artesanal:

Figura 1. Gelato italiano artesanal



Fonte: FANOURIOS (2011)

A palavra gelato em inglês não é traduzida como *ice cream*, mas como *premium ice cream*. Isto para diferenciar o produto do *Ice cream* comum (sorvete). A principal diferença entre o gelato e o sorvete ou *ice cream* é que o primeiro é feito só com ingredientes frescos. Esses ingredientes são principalmente: leite, creme de leite, ovo e frutas (ADRIANA, 2012 apud CARPIGIANI, 2012).

Segundo as normas legais de fabricação o gelato não pode ser definido como sorvetes, pois, ele deve ser composto apenas de 5-10% de gordura encontrada no leite. O açúcar utilizado também é reduzido entre 16-22%, esse procedimento é essencial para equilibrar o teor da água encontrada na receita com a finalidade de agir como um anti-congelamento (ITALIAN FOOD, 2018, p. 31).

Os gelados comestíveis são produtos muito consumidos no Brasil devido ao clima tropical e por agradar aos mais variados paladares, compreendendo diferentes faixas etárias e classes sociais. Devido sua característica doce, textura suave e cremosa torna este produto atrativo para os consumidores e um comércio com grande potencial de crescimento para a indústria alimentícia (SCHNEIDER et al. 2017 apud SALGADO, 2013).

Para Legittimo (2013), o termo gelateria pode ser traduzido para português como sorveteria, porém, o produto gelato derivado do Latim *Gelatus* (congelado) não deve ser confundido com o produto sorvete mesmo com a tradução literal ser correta, pois, as características principais do gelato são a cremosidade e a maciez.

Os estudos para a elaboração desse projeto serão baseados através de apostilas, livros, trabalhos de pesquisas sobre a produção e a viabilidade econômica do negócio. De acordo com Gerhardt e Silveira (2009) a pesquisa de levantamento apresenta que entre as vantagens

dos levantamentos, temos o conhecimento direto da realidade, economia, rapidez, e obtenção de dados agrupados em tabelas que possibilitam uma riqueza na análise estatística.

O presente trabalho tem como principal objetivo analisar o mercado de sorvetes, sua evolução nos últimos anos, com ênfase no gelato, destacando seu crescimento e potencial no Brasil.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

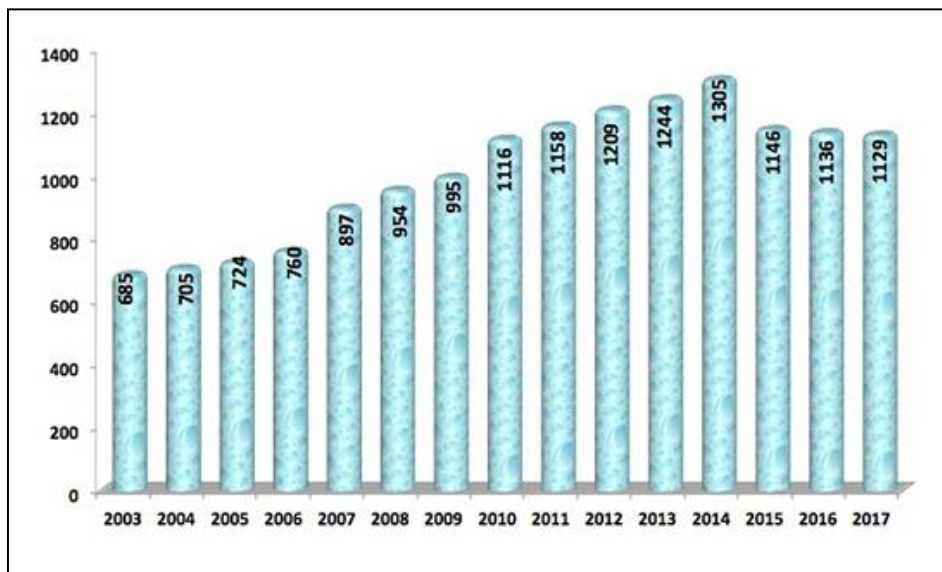
O referencial teórico terá como base os principais temas abordados sobre a história dos primeiros sorvetes, qualidade entre o gelado fabricado no Brasil e em seu país de origem a Itália, quais padrões são exigidos para sua denominação, principais características que o diferencia e uma análise de mercado para futuros empreendedores.

2.1 Análise de mercado

A análise de mercado é considerada uma das partes mais importante de um plano de negócio, e também uma das partes mais complexas de fazer, pois, toda a estratégia de negócio depende de como a empresa abordará seu mercado consumidor, sempre procurando se diferenciar da concorrência, agregando maior valor aos seus produtos/serviços, com o intuito de conquistar seus clientes continuamente (DORNELAS, 2008).

A figura 2 representa o consumo brasileiro em litros de sorvete no Brasil desde 2003 até o ano de 2017.

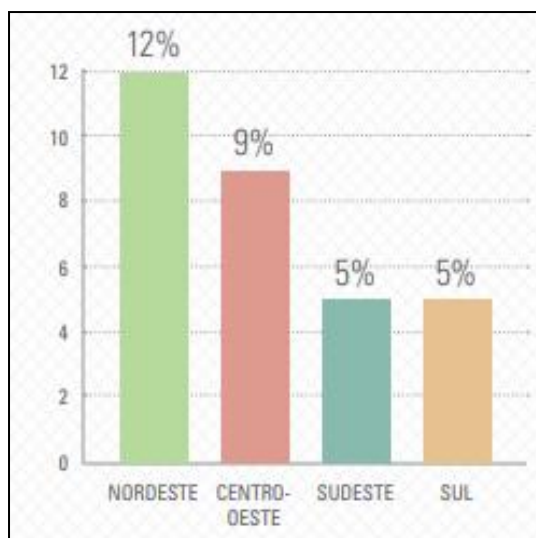
Figura 2 – Consumo Brasileiro em milhões de litros - 2003/2017



Fonte: ABIS (2018)

Segundo Sebrae (2017), no ano anterior à 2014 a empresa Mintel produziu um relatório onde os resultados demonstraram que a região Nordeste do país tem se tornado um dos melhores mercados para os sorvetes categoria premium e que, além disso o relatório apresentou que 66% dos consumidores demonstram interesse em sorvetes naturais, porém, entre 2009 e 2012, somente 5% dos sorvetes lançados no país tinham esse foco, o que aponta a busca de clientes a um setor diferenciado, como o objetivo desta análise.

Figura 3- Mercado Brasileiro que mais consome sorvetes Premium.



Fonte: MINTEL (2013)

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesse trabalho será empregada uma pesquisa descritiva, de natureza qualitativa. O método utilizado foi a pesquisa bibliográfica, coletada em livros, artigos científicos e em órgãos governamentais e também na legislação brasileira acerca do assunto, levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de *web sites*.

Segundo Gil (2007, p. 44), os exemplos mais característicos desse tipo de pesquisa são sobre investigações sobre ideologias ou aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema.

Para os autores Prodanov e Freitas (2013):

Quando elaborada a partir do material já publicado constituído principalmente de: livros, revista, publicações em periódicos e artigos científicos, jornais, boletins, monografias, dissertações, teses, material cartográfico, internet, com objetivo de colocar o pesquisador em contato direto com todo material já escrito sobre o assunto da pesquisa. Em relação aos dados coletados na internet devemos atentar a confiabilidade e fidelidade das fontes consultadas eletronicamente, na pesquisa bibliográfica é importante que o pesquisador verifique a veracidade dos dados obtidos, observando as possíveis incoerências ou contradições que as obras possam apresentar. (PRODANOV; FREITAS, 2013, p.54)

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Atualmente as sorveterias artesanais estão ganhando mercado e já são um setor dominado por pequenos negócios, o que se tem como vantagem possuir criatividade e diversificar com tempo muito mais curto do que as grandes empresas. Enquanto em uma sorveteria artesanal leva-se em média 15 dias para criar um novo sabor e colocá-lo a venda, em uma grande empresa esse processo pode levar até 2 anos, entre estudos de novos sabores e distribuição do novo produto nos pontos de venda. O cenário atual está propício para o crescimento das sorveterias, pois, a curiosidade dos turistas pelos sabores das frutas e temperos cresce juntamente com a opção por produtos exclusivos e de maior qualidade. (SEBRAE, 2014)

A região do Estado de São Paulo é onde se concentra maior número de gelatarias abertas principalmente na capital paulista.

O estudo realizado sobre o produto gelato foi devido ao seu grande potencial podendo ser considerado referência regional na produção e comercialização de produtos gelados. Onde oferecendo alta qualidade à sociedade e em evidência aos que possuem alimentação restrita da região, bem como aproveitando ao máximo a capacidade produtiva de diversas variedades produzidas em função de dietas específicas utilizado como plataforma de sustentação de um empreendimento.

Diversas cidades possuem muitas sorveterias abertas, porém, poucas gelatarias ou nenhuma e acaba por não ofertar um produto com diferencial como o gelato, o que despertou a visão do negócio.

Novas empresas podem ser consideradas como barreiras, portanto, deve-se atuar com a diversificação do produto e a responsabilidade da distribuição dos produtos acabados, para assim não abrir mercado a empresas concorrentes e reduzir risco do negócio com produtos novos ou modificação de produtos já existentes. Diferenciar o produto incluindo a definição em quais campos irá competir em cada segmento; e escolher as armas da competição que irá utilizar e definir a intensidade de cada arma. O foco para um empreendimento é explorar a venda do gelato com variedades de sabores, disponibilizando as opções de sabores tradicionais, quantas algumas variedades de frutas exóticas. Uma empresa deseja ser reconhecida pelo mercado por ter qualidade, proporcionando uma boa imagem do negócio, o que a torna competitiva no setor devido a seu diferencial.

O sorvete é um produto livre de comércio, possui um público alvo muito diversificado, com isso o público alvo da gelataria serão todas as classes econômicas, principalmente pessoas que se preocupam com a saúde, pois, este será o diferencial do gelato, um produto mais saudável em comparação aos outros produtos do mesmo setor disponível na cidade.

Um novo negócio tem como principais fornecedores de leite, frutas, máquinas e equipamentos por intermédio de parcerias com profissionais ou marcas capacitadas. Utiliza-se um comportamento para a fixação dos preços a partir da origem das matérias-primas, que podem ser compradas diretamente nos varejões de confiabilidade resultando na qualidade do produto final. Além dos acordos com varejões, há possibilidade de fixar o valor dos insumos por determinados tempos para que não seja tão afetada em períodos de sazonalidade.

O gelato possui cremosidade e pode ser produzido por diferentes matérias-primas, o foco é buscar alimentos como o leite de produtores rurais, a entrega semanalmente ao empreendimento que deve tomar determinados cuidados para garantir a presença do sabor caseiro e artesanal. Os fornecedores que podem estar atuando com a disponibilização de frutas

são os varejões da cidade local, onde a comercialização pode ser realizada através de contratos. Uma gelataria deve apresentar um controle rigoroso durante a produção conforme estabelecido pelas normas para garantir toda sanidade do produto final.

4.1 Análise de cenário — SWOT

As oportunidades: a compra antecipada de insumos e matéria-prima auxiliará na otimização de custo e garantir um estoque relativo com preços menores ou equilibrados e em períodos de sazonalidade buscar a oportunidade de trabalhar com polpas de frutas que são armazenadas em congeladores.

As ameaças: estão de acordo com o ambiente externo entre elas destacam-se: instalações inadequadas que podem gerar punições, abertura de novos concorrentes com produto similar ao gelato, preços dos concorrentes com inferioridade devida à baixa qualidade dos recursos utilizados. Atualmente uma porção (bola) de sorvete comum está em média R\$ 5,50, entre tanto, o valor referente à porção do gelato ameaça a ultrapassar a média deste devido ao custo de produção.

Ação: Especialistas e outras pessoas que podem dar apoio aos negócios são investidores, celebridades ou especialistas do setor, por exemplo.

As fraquezas do negócio são descritas pela procura da diversificação dos clientes que preferem o sorvete tradicional, o que pode reduzir a exclusividade do gelato. A alternativa clássica para minimizar esse problema no empreendimento é fazer a comercialização de outros produtos semelhantes que são derivados dos gelados.

Custo de produção: Para ser competitivo no mercado, é necessário oferecer qualidade e preço baixo, uma forma de garantir esses padrões são através do baixo custo. O grande desafio é estabelecer um ponto de equilíbrio onde possam gerar renda e oferecer essa qualidade. A solução seria emprego de tecnologia e capacitação técnica das pessoas envolvidas no processo produtivo e administrativo do negócio.

A análise de mercado apresenta grande possibilidade de sucesso devido ao produto diferencial e uma futura abertura para um empreendimento. Os resultados foram obtidos utilizando informações de artigos de pesquisas, livros e visita técnica a um empreendimento fornecedor de gelato italiano artesanal.

Devem ser considerados possíveis obstáculos que podem restringir ou não a produção, tais como: levantamento de mercado, gestão de processo com enfoque no mercado, regularidade da produção, custo, venda, distribuição e sazonalidade.

Entretanto, uma questão importante a se levantar é saciar os desejos e necessidades especiais dos clientes alvos, atender grande parte da população que tem sua alimentação restringida relacionada a problemas de saúde, sendo assim, os produtos devem estar disponíveis da melhor maneira para o cliente.

5 CONCLUSÃO

O estudo mostra potencial para investir em uma empresa gerando diversos benefícios como, proporcionar um produto diferenciado para a sociedade através da análise de mercado. A comercialização é um conjunto de funções, estágios ou atividades econômicas verticalmente integradas e um sistema capaz de coordenar as atividades de produção/distribuição e orientar produtores, consumidores e intermediários. A diversificação de sabores do gelato e sua cremosidade são obtidos pelo processo artesanal em sua produção. Seu rígido padrão de qualidade fez com que o gelato brasileiro não se qualificasse semelhante ao nível original, mas não impede que sua produção seja oferecida a sociedade.

A apresentação dos produtos naturais a sociedade contribuirá para mudanças de hábito comum tornando em uma vida saudável, devido aos produtos gelato que tem por base sua matéria-prima rica em nutrientes. Porém, há a necessidade de aperfeiçoamento e inovação para a fabricação desses produtos através de cursos e palestras sendo considerados como um investimento

. Portanto, uma das formas de reverter à situação é a busca pelo conhecimento através de cursos profissionalizantes ou viagens que permitam o contato direto com orientadores italianos e seus descendentes, a fim de se instruir para realizar a fabricação de maneira correta com o mínimo de custos e na comercialização maximizar o número de vendas. Outra futura ferramenta importante é a elaboração do projeto com o estudo da análise financeira, onde todo processo é passado pelo fluxo de caixa, compreendendo todas as necessidades básicas para a realização das atividades da empresa e apresentando os principais pontos para que o projeto se torne viável.

REFERÊNCIAS

- ABIS- Associação Brasileira das Indústrias e do Setor dos Sorvetes. **Produção e consumo de sorvete no Brasil**. Ano 2018. Disponível em: <http://www.abis.com.br/estatistica_producaoconsumodesorvetesnobrasil.html>. Acesso: 21 Mar 2019.
- BARROS, Aidil Jesus Paes de. e Lehfeld, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia: Um guia para iniciação científica**. São Paulo: McGraw-Hill, 1986.
- ESTUMANO, Joisiane de Fátima Pereira. e MELO, Keyla Cristina Nascimento. **Cartilha de Boas Práticas de Fabricação na Indústria de Gelados Comestíveis**. SEBRAE 2011.
- FANOURIOS, Irini. **O Verdadeiro Gelato Italiano Artesanal**. 1. Ed São Paulo 2011.
- GERHARDT, Tatiana Engelt; SILVEIRA, Denise Tolfo . **Métodos de pesquisa**. Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2007.
- LEGITTIMO, Andrea. **Análise de Viabilidade para a Abertura de uma Gelateria Italiana**. Belo Horizonte- Minas Gerais: Universidade Federal De Minas Gerais CEPEAD–Centro de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração de Empresas, 2013.
- PRODANOV, Cleber Cristiano e FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas de Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. . 2. ed. Novo Hamburgo-Rio Grande do Sul: Universidade FEEVALE, 2013.
- Revista ITALIAN FOOD. **Gelato, o famoso sorvete Italiano**. São Paulo. v. VI, nº 31, p. 28 – 35, 2018.
- SEBRAE NACIONAL, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Mercado de sorvetes 2014**.
- SEBRAE NACIONAL, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Como se destacar no mercado de sorvetes 2017**.
- SCHNEIDER, Daiane; DEWES Deisi Cristiane; KORBES, Jayne; MENDES, Carolina Eliza, PILETTI Raquel. **DESENVOLVIMENTO E ACEITABILIDADE DE UM GELATO VEGANO DE AMENDOIM COM PAÇOCA**. FAI. Revista Ciências Agroveterinarias e Alimentos, 2017.