

Pesquisamos
oportunidades de mercado
para descobrir o mercado
onde **gostaríamos** de atuar.

Escolhemos trabalhar
com sorvetes.

Edição do dia 09/01/2015
09/01/2015 22h29 - Atualizado em 09/01/2015 22h29

Consumo de sorvete no Brasil teve alta de mais de 80% em dez anos

Brasil consumiu quase 3 kg de sorvete por pessoa em 2014
Confira o ranking dos países que mais consomem

agora no G1

MERCADOS

Mercado prevê nova queda no PIB e inflação de 9,46%

ECONOMIA

INOVAÇÃO E SEGMENTO PREMIUM 'AQUECEM' MERCADO DE SORVETES NO BRASIL

22/06/2015



O mercado de sorvetes no Brasil vem em forte ascensão, passando de mercado de 685 milhões de litros consumidos em 2003, para 1,3 bilhão de litros consumidos em 2014, um aumento de 90,5%. O consumo *per capita* também cresceu, passando de 3,83 litros/ano em 2003, para 6,43 litros/ano, ciação Brasileira das

Mercado de sorvetes no Brasil crescerá 81% até 2020



Salvar



Imprimir

+ A

- A

Avaliação: (2 Avaliações)

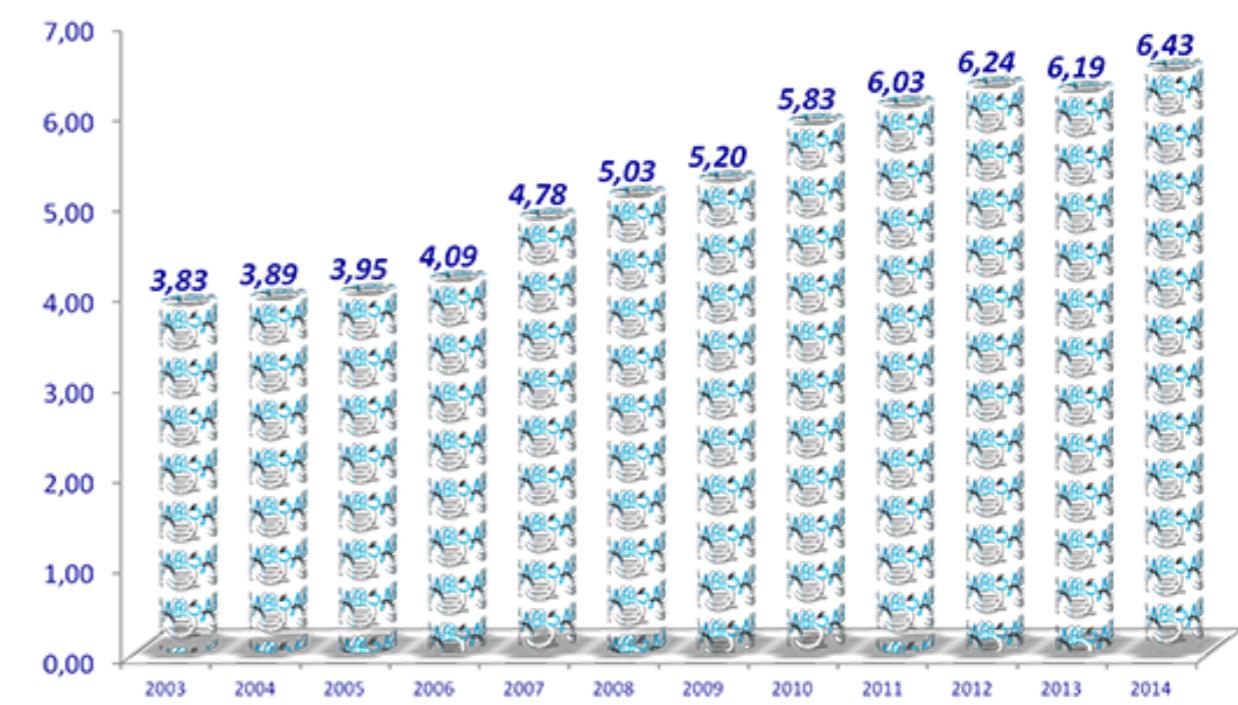
Por Diego Pinheiro - diego.pinheiro@sm.com.br - 17/08/2015

A alta em valor se explica pela entrada de mais produtos de maior valor agregado

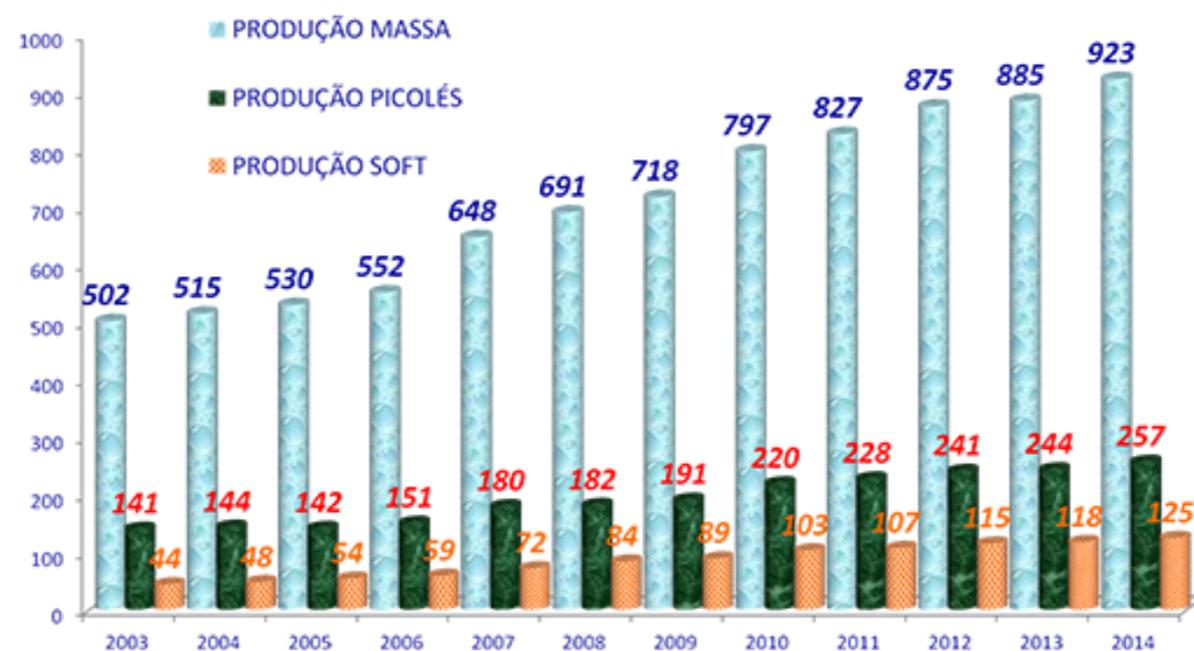
Consumo em milhões de litros Crescimento de 90,5 %



Consumo per capita em litros/ano Crescimento de 67,88 %



Produção Massa, Picolé e Soft em milhões de litros - Brasil



Mas não queremos ser
só mais uma marca de
sorvetes.

E sim, atender a um mercado
que **não para de crescer** – e que,
hoje, tem **pouquíssimos players**.

Mercado saudável movimenta US\$ 35 bilhões por ano no Brasil

Venda de produtos naturais e orgânicos cresceu 98% no país entre 2009 e 2014.
Fabricantes investem para atender demanda em expansão

13/03/2015 | 21h50 | Liana Suss

Texto publicado na edição impressa de 14 de março de 2015

Comércio de alimentos saudáveis tem alta de 98% em 5 anos e supera demanda no mercado tradicional

Publicado em 18/03/2015



[Notícias > Potencial do mercado de alimentação saudável cresce no Brasil](#)

Enviado em 14 d August d 2014 por Conteúdo

Segundo dados do Instituto Euromonitor, a alimentação saudável deve superar R\$ 40 bilhões em 2014 no Brasil.



Fonte: Bittencourt Consultoria - <http://www.bittencourtconsultoria.com.br/noticias/potencial-do-mercado-de-alimentacao-saudavel-cresce-no-brasil.html>

Fonte: Sociedade Nacional de Agricultura - <http://sna.agr.br/comercio-de-alimentos-saudaveis-tem-alta-de-98-em-5-anos-e-supera-demanda-no-mercado-tradicional/>

Fonte: Gazeta do Povo - <http://www.gazetadopovo.com.br/economia/mercado-saudavel-movimenta-us-35-bilhoes-por-ano-no-brasil-a2w7of1gwkt7ghup5wfo6z01>

Produtores de alimentos orgânicos miram mercado exterior



222 views 0 Salvar notícia

Antonio Milena/EXAME

Mercado de orgânicos cresce 10% no mundo e fatura US\$ 130 milhões só no Brasil

21/01/2014

Produtos orgânicos ganham a mesa do brasileiro

País já é o 10º maior produtor mundial. Projeções indicam que mercado deve crescer 25% em 2014 e faturar R\$ 2,5 bi

Fonte: Exame - <http://exame.abril.com.br/economia/noticias/produtores-de-alimentos-organicos-miram-mercado-exterior>

Fonte: O Globo - <http://oglobo.globo.com/economia/produtos-organicos-ganham-mesa-do-brasileiro-14909237>

Fonte: As Boas Novas - <http://asboasnovas.com/brasil/mercado-de-organicos-cresce-10-no-mundo-e-fatura-us-130-mi-so-no-brasil>

Brasil é o quarto maior mercado para produtos saudáveis

 Recomende   

 21.058 views  6  Salvar notícia

Germano Lüders / EXAME



Pedro Paulo Diniz, dono da Fazenda da Toca: de piloto de Fórmula 1 a empresário do mercado de orgânicos

Setor de alimentação saudável deve crescer 50% até 2019

Julho 27, 2015

Publicado por **Marina Shimamoto**

Publicado em **Negócios**

 [Tweetar](#)

 [60](#)

 [Curtir](#)

 [Compartilhar](#)

 0

 G+1

 1

 [Compartilhar](#)



Foto: Divulgação Setor de alimentação saudável deve crescer 50% até 2019

Notamos,
também, uma
outra tendência.

Autenticidade.

É a **remoção da sensação de produção em massa**,
contando uma **história familiar** que cria um **toque
pessoal** e uma **conexão** com as pessoas.

Elas estão, subconscientemente, procurando se **reconectar com suas raízes**. Sentem o que é chamado **solastalgia** – uma forma de **estresse causada por mudanças em seu ambiente**; o que hoje em dia é frequente com os rápidos avanços da tecnologia.

Temos vivido em um mundo hiper-tecnológico por mais de 20 anos e nos tornado **dependentes da tecnologia**. Isso faz com que tenhamos a **necessidade de buscar meios de nos reconectar com o mundo real**.

Mas ao invés de nos desconectarmos de tudo, temos buscado por **outras fontes para criarmos relações** com amigos, família e até mesmo marcas.

Para isso, as pessoas têm se voltado para **marcas locais e globais que voltam para suas raízes** para se **conectarem com histórias verdadeiras**, honestas e com as quais elas podem **se identificar**.

Empresas têm buscado seus slogans, mensagens, ícones e logos históricos, que **contam histórias autênticas** que **diferenciam uma marca num mercado saturado** e que atraem novos consumidores.

Exemplos de marcas bem-sucedidas são **KFC, Ben&Jerry's, Brownie do Luiz, Casa do Pão de Queijo, Famous Amos, Chef Boyardee, Marie Callender's e Oscar Mayer.**

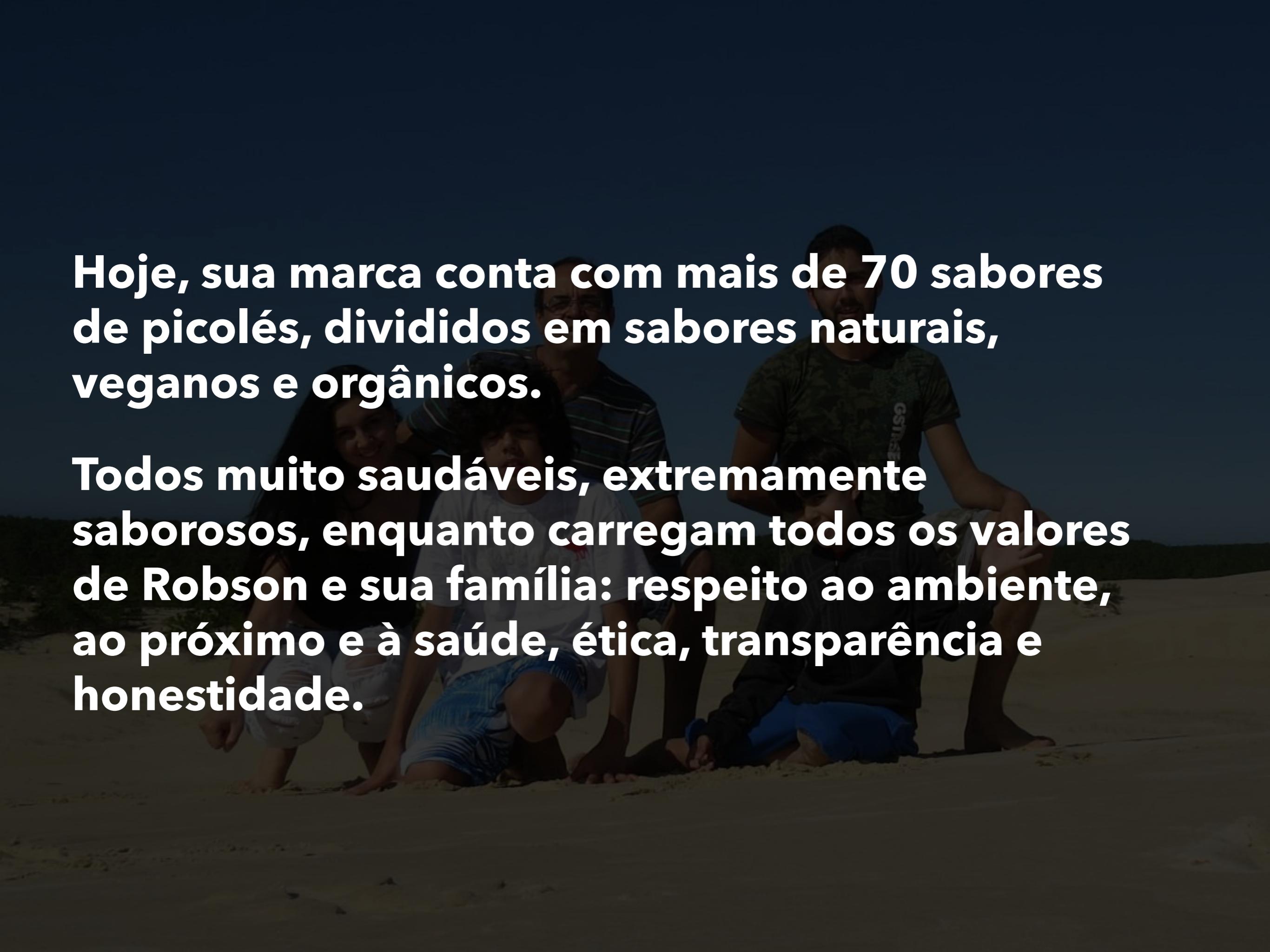
Nossa marca têm todas essas características.



Este é Robson Galvão e sua família.

Robson, com um sócio, tinha um apiário, e para dar vazão a uma enorme colheira de mel na década de 1980, começou a produzir sorvetes adoçados com mel.

Devido à qualidade dos produtos e aos sabores exóticos, a Itabaú cresceu solidamente no mercado regional e se estabeleceu como uma produtora de sorvetes diferenciados.

A group of approximately six people are sitting on a sandy beach during sunset. They are dressed casually in t-shirts and shorts. The background shows a clear sky with warm orange and yellow hues from the setting sun.

Hoje, sua marca conta com mais de 70 sabores de picolés, divididos em sabores naturais, veganos e orgânicos.

Todos muito saudáveis, extremamente saborosos, enquanto carregam todos os valores de Robson e sua família: respeito ao ambiente, ao próximo e à saúde, ética, transparência e honestidade.



O Picolé do Robson



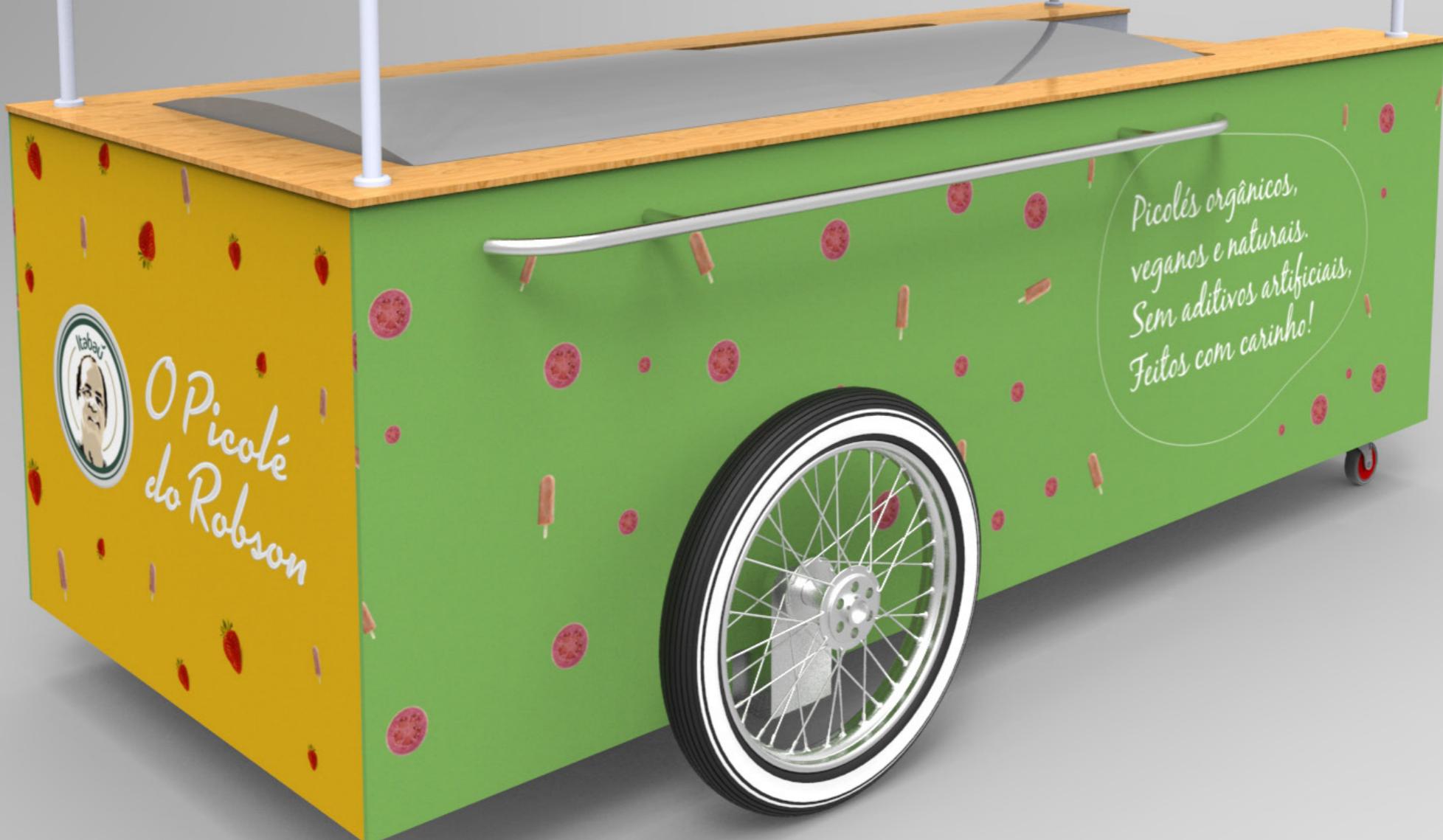
O Picolé do Robson



O Picolé do Robson



Nossos PDVs

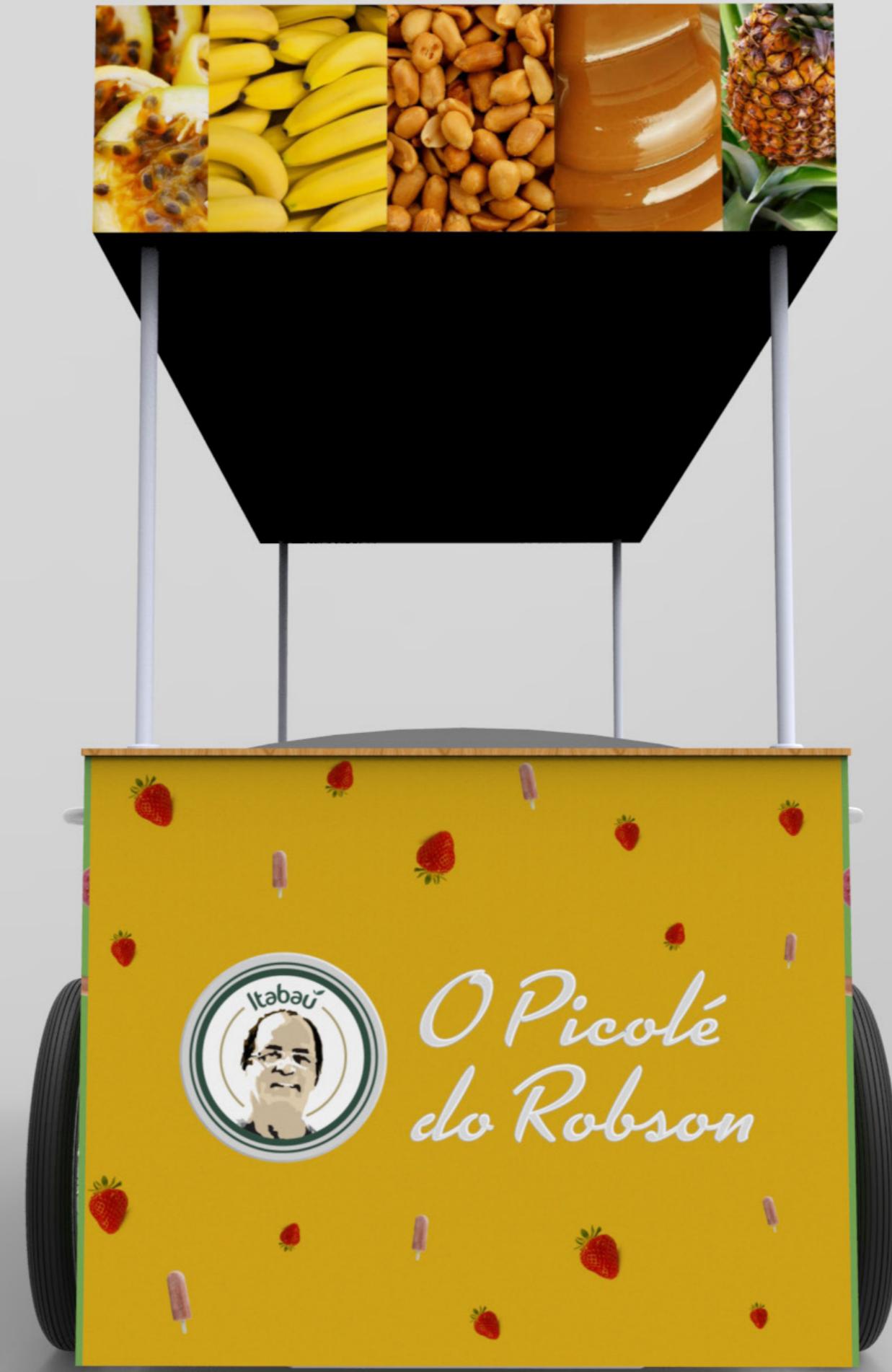






O Picolé
do Robson







Nossa grade de sabores

Abacate
Arroz doce
Banana, aveia e mel
Chocolate vegano sem açúcar
Coco
Chocolate branco
Abóbora com coco
Doce de leite
Amendoim
Uva
Manga

Limão
Maracujá
Morango
Limão
Açaí
Abacaxi com hortelã
Açaí recheado
Cappuccino recheado
Limão recheado
Romeu e julieta

Obrigado!