



CONTEXTO

Polpa de fruta é o produto não fermentado, não concentrado, obtido de fruta polposa, por processo tecnológico adequado, atendido o teor mínimo de sólidos em suspensão (**Decreto 10.026/2019**).

O CNAE (1031-7/00), que engloba a produção de polpa de frutas, registrou um total 7.014 empresas no Brasil até maio de 2019, sendo 63,89% de microempreendedores individuais. A maior concentração situa-se no estado do Pará, totalizando 870 empreendimentos.

Já o Rio Grande do Norte ocupa o 8º lugar dentre os estados, com um total de 286 empresas, sendo 149 (52,1%) microempreendedores individuais. O município de Serra do Mel (56) concentra a maior quantidade de empreendimentos, seguido de Natal (41), Mossoró (32), Parnamirim (20) e João Câmara (16) (Fonte: **DataSebrae**, 2019).

Confira, neste Boletim, um retrato atual do mercado de polpa de frutas, assim como os seus principais desafios e dicas importantes para se tornar mais competitivo.

RETRATO ATUAL

O Rio Grande do Norte tem um imenso potencial para a produção de polpa de frutas, pois o estado é um dos principais em produção de frutas tropicais irrigadas do Brasil (Fonte: SEARN, 2019). Ou seja, com uma grande diversidade e quantidade da principal matéria-prima para as indústrias de polpas. Seguem alguns números da produção estadual e seu ranking em relação aos demais estados brasileiros:

MELÃO
1º lugar em
produção



175.385
toneladas

MAMÃO
3º lugar em
produção



54.691
toneladas

CAJU
3º lugar em
produção



10.877
toneladas

MANGA
6º lugar em
produção



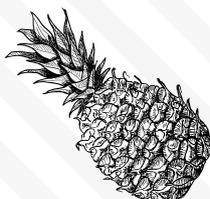
11.671
toneladas

MELANCIA
7º lugar em
produção



41.073
toneladas

ABACAXI
9º lugar em
produção



23.981
toneladas

Fonte: CENSO AGRO IBGE, 2017

PANORAMA RIO GRANDE DO NORTE

Analisando os números relacionados com os pequenos negócios do CNAE 1031-7/00 que engloba, dentre outros empreendimentos, aqueles produtores de polpa de frutas, nota-se o crescimento nos últimos 4 (quatro) anos no estado. De 2016 até 2019, observa-se um aumento de 68,1% na quantidade destes pequenos negócios. Observando especificamente o crescimento de 2018 para 2019, tem-se um aumento de 23,41%.

EMPREENDIMENTOS NO RIO GRANDE DO NORTE

Porte	2016	2017	2018	2019
Microempreendedor Individual (MEI)	57	77	110	153
Microempresa	118	126	129	142
Pequena Empresa	10	11	13	16
TOTAL	185	214	252	311

Fonte: Plataforma Prospecta, 2020



PRINCIPAIS DESAFIOS



PROFISSIONALIZAÇÃO

Necessidade da profissionalização em todo o processo produtivo para garantir a qualidade e padronização dos produtos.



HIGIENE

Durante todas as etapas da produção da polpa de frutas, a higiene é fundamental para o sucesso dessa atividade, pois os alimentos mal manipulados tornam-se mecanismos de transmissão de infecções e intoxicações para o consumidor destes produtos. Desde as pessoas envolvidas no processo produtivo, assim como os equipamentos precisam seguir as Boas Práticas de Fabricação (BPF) e do sistema de Análises de Perigos e Pontos Críticos de Controle (APPCC).



TRANSPORTE

Muitas vezes é o próprio produtor da polpa de frutas que fica responsável pelo transporte do produto para os distribuidores e revendedores. Por ser um produto delicado e perecível, a necessidade de transporte que conserve sua temperatura ideal pode ser uma dificuldade para grande parte dos pequenos empreendimentos.



ROTULAGEM

Além dos critérios de cumprimento de normas sobre a rotulagem, o empreendedor precisa aprender a se comunicar melhor com o consumidor mais exigente e preocupado com práticas de sustentabilidade, apresentando nos rótulos e embalagens informações sobre as práticas de produção.



SAUDABILIDADE

A busca por uma alimentação mais saudável tem levado os consumidores a diminuírem o consumo de produtos industrializados com aditivos químicos, privilegiando o aumento do consumo de polpas de frutas congeladas (que não possuem aditivos e nem conservantes).



PRATICIDADE

O consumidor tem buscado, nos últimos anos, por soluções mais práticas, inclusive na alimentação. O desejo de manter uma alimentação saudável, e isso inclui o consumo de sucos de frutas naturais ao longo do ano, esbarra com a sua rápida perecibilidade e a sazonalidade das frutas. Desta forma, o consumo de polpa de frutas torna-se uma alternativa prática.



DIVERSIFICAÇÃO DOS SABORES

O consumidor tem se tornado mais curioso e aberto à experimentação. Por isso, investir em diversidade, assim como frutas exóticas e sabores mix com duas ou mais frutas são opções bastante interessantes para os empresários.



FUNCIONALIDADE

Há um aumento de consumo de alimentos e bebidas funcionais que, além de cumprirem a necessidade básica de nutrição, contêm também nutrientes que podem melhorar o bem-estar físico e mental dos consumidores, assim como auxiliar na redução do risco de doenças como, por exemplo, as polpas de frutas: detox, diuréticas e antioxidantes.



MINDFUL EATING

O movimento de “comer de forma mais consciente” tem crescido e o desafio para os produtores é aliar qualidade com as características de sustentabilidade (redução de perdas, menor geração de resíduos e impacto ambiental) para conquistar o consumidor mais preocupado com o produto que está ingerindo.



POLPA DE FRUTAS EM PÓ

Uma inovação para o mercado de polpa de frutas são as pesquisas realizadas pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) para a produção de polpa de frutas composta 100% de frutas, sem adição de produtos químicos conservantes e totalmente solúvel em água gelada e que mantenha grande parte dos benefícios naturais. Outra característica da pesquisa é que tal produção seja de baixo custo.



Fotografia: ASN/RN

FIQUE ATENTO

PRODUÇÃO ARTESANAL

A produção de polpa e suco de frutas artesanais em estabelecimento familiar rural passou a ter regulamento específico (**Lei nº 13.648/2018**). Esses produtos deverão atender aos mesmos padrões de identidade e qualidade estabelecidos pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) para polpas e sucos de frutas não artesanais. Dentre os pontos principais, a possibilidade do agricultor familiar ou empreendedor familiar rural fazer esta distinção do produto no rótulo (o rótulo está vinculado à apresentação **Declaração de Aptidão ao Pronaf - DAP**) e, com isso, ampliando a comercialização. Além disso, precisam ser registrados no Ministério os estabelecimentos e os produtos familiares rurais e a produção máxima anual de polpas de frutas foi fixada em 80 mil quilos e de 80 mil litros para o suco de fruta, para não fugir do aspecto artesanal.

FISCALIZAÇÃO

Conforme **LEI COMPLEMENTAR Nº 123/2006**, e presente na **Lei nº 13.648/2018**, a fiscalização para os empreendimentos para a produção de polpa de frutas artesanais é, prioritariamente, orientadora, através da dupla visita para correções. Porém, a autuação será imediata com lavratura do auto de infração, nas hipóteses de reincidência ou infração por alteração proposital, adulteração, falsificação, fraude, embaraço ou impedimento à fiscalização.

PADRÕES DE IDENTIDADE E QUALIDADE

A produção de polpa de frutas submetidos a processos industriais e destinados ao consumo humano como bebida ou ingrediente desta ou de outros alimentos precisa seguir a **Instrução Normativa MAPA 49/2018** em relação aos padrões de identidade e de qualidade.



DIVERSIFICAÇÃO DE CLIENTES

Os principais clientes de um empreendimento de polpas de frutas congeladas são: restaurantes, bares, sorveterias, casas de sucos, escolas públicas, hospitais e empresas. Por isso, diversifique a carteira de clientes.



REDES VAREJISTAS

Com a ampliação de possibilidade de comercialização para as polpas de frutas artesanais, é interessante buscar novas parcerias com redes varejistas, como mercadinhos e mercados.



FORTALECIMENTO DA MARCA E DA IDENTIDADE VISUAL

Com o grande número de concorrentes, é imprescindível que a empresa apresente e divulgue seus diferenciais, assim como estabeleça uma identidade visual marcante e padronizada. Fortaleça a sua marca, associando-a a altos padrões de qualidade, diversificação de sabores, cumprimento das exigências legais e sanitárias e, se for o caso, práticas de responsabilidade social e ambiental. Divulgue todos esses diferenciais para que seu cliente diferencie a sua marca em relação à concorrência.



PRESENÇA DIGITAL

Com a digitalização da economia, ter presença digital é imprescindível. Esteja presente e ativo nas redes sociais, com postagens sempre atualizadas. A criação de posts de qualidade, tanto em relação ao conteúdo quanto com as imagens, amplia o alcance da sua empresa.

ENTENDA AS DIFERENÇAS ENTRE AS BEBIDAS

A bebida não alcoólica é a bebida com graduação alcoólica até meio por cento em volume, a vinte graus Celsius, de álcool etílico potável, podendo ser bebida não fermentada não alcoólica ou bebida fermentada não alcoólica.

Fonte: Lei 8918/1994

SUCOS OU SUMOS

O suco, ou sumo, é a bebida não fermentada feita exclusivamente por fruta madura e sadia, com grande quantidade de nutrientes. Esta não possui corantes, aromatizantes nem grandes quantidades de açúcares, que podem ser adicionados, mas não podem atingir mais que 10% em peso. Nessas bebidas é proibida a adição de aromas e corantes artificiais. Sozinho, um copo de suco pode equivaler a uma porção de fruta e contém todas as suas vitaminas e minerais, sem qualquer adição de conservantes.



NÉCTARES

O néctar é a bebida não fermentada, obtida da diluição em água potável da polpa da fruta ou de seu extrato, adicionado de açúcares ou edulcorantes, pronta para beber.



REFRESCOS

O refresco é a bebida não fermentada, obtida pela diluição em água potável, do suco de fruta, polpa ou extrato vegetal de sua origem. Essas bebidas podem ser preparadas com ou sem adição de açúcares, podendo também ser gaseificadas com dióxido de carbono.



Fonte: ABIR, 2020



Fotografia: ASN/RN

TEM SEBRAE PRA VOCÊ



Capacitações: Através de cursos e oficinas presenciais, traz aprendizado prático em temas e áreas específicas, capacitando o empresário para gerir de maneira mais eficiente o seu negócio, além de proporcionar o desenvolvimento de networking com os demais participantes.



Cursos online: Os cursos e soluções online do Sebrae se adaptam à rotina intensa do empresário, com flexibilidade e qualidade. São mais de 120 (cento e vinte) cursos, com diversas temáticas, como Planejamento, Finanças, Mercados, Vendas, Inovação, Leis, dentre outras.



Consultorias: Para o negócio que precisa de um atendimento diferenciado realizado por um especialista, temos a Gestão de Indicadores de Resultados, o Plano de Marketing e Análise de Georreferenciamento, além de outras consultorias para apoiar a tomada de decisão e trazer soluções específicas e adequadas.



Inovação: O Sebraetec oferece serviços customizados e especializados, focados na Inovação para a empresa, abrangendo 7 (sete) áreas: Design, Produtividade, Propriedade Intelectual, Qualidade (avaliação da conformidade: certificação), Inovação, Sustentabilidade e Serviços Digitais.



BOLETIM INTELIGÊNCIA
& TENDÊNCIAS DE MERCADO
MARÇO | 2020

Diretor Superintendente: José Ferreira de Melo Neto
Diretor Técnico: João Hélio Costa da Cunha Cavalcanti Junior
Diretor de Operações: Marcelo Saldanha Toscano
Gerente de Acesso a Mercados: David Xavier de Souza Gois
Núcleo de Inteligência de Mercado: Paulo Ricardo Bezerra

Gestão de conteúdo e projeto gráfico: ACARTA Comunicação

Fale com o Sebrae: 0800-570-0800
mercados@rn.sebrae.com.br



IMAGENS E DESENHOS:
Freepik e Pixabay