



REPORT: DESAFIOS E OPORTUNIDADES COM CACAU E CHOCOLATE

 **ara** CA
CAO
consultoria

Cacau e chocolate para um novo mundo

aracacao.com.br

ÍNDICE

3 **SOBRE ESTE REPORT**

6 **O QUE O FUTURO RESERVA PARA AS MARCAS QUE QUEREM CRESCER**

8 **AS 5 MACROTENDÊNCIAS**

- A Sustentabilidade com Pé no Chão
- A Era da Longevidade Ativa
- O Valor Real além do Preço
- A Inteligência Artificial no Banco de Provas
- O Consumo Simples é o Novo Luxo

24 **UM CASO PARA REFLETIR**

27 **CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL REQUER DECISÕES INTELIGENTES**



SOBRE ESTE REPORT

A Ara Cacao, consultoria especializada na cadeia do cacau e chocolate, apresenta o e-book "Desafios e Oportunidades com Cacau e Chocolate". Fundada por **Luciana Monteiro**, a empresa promove qualidade, sustentabilidade e inovação no setor.



Luciana Monteiro
Diretora da Ara Cacao

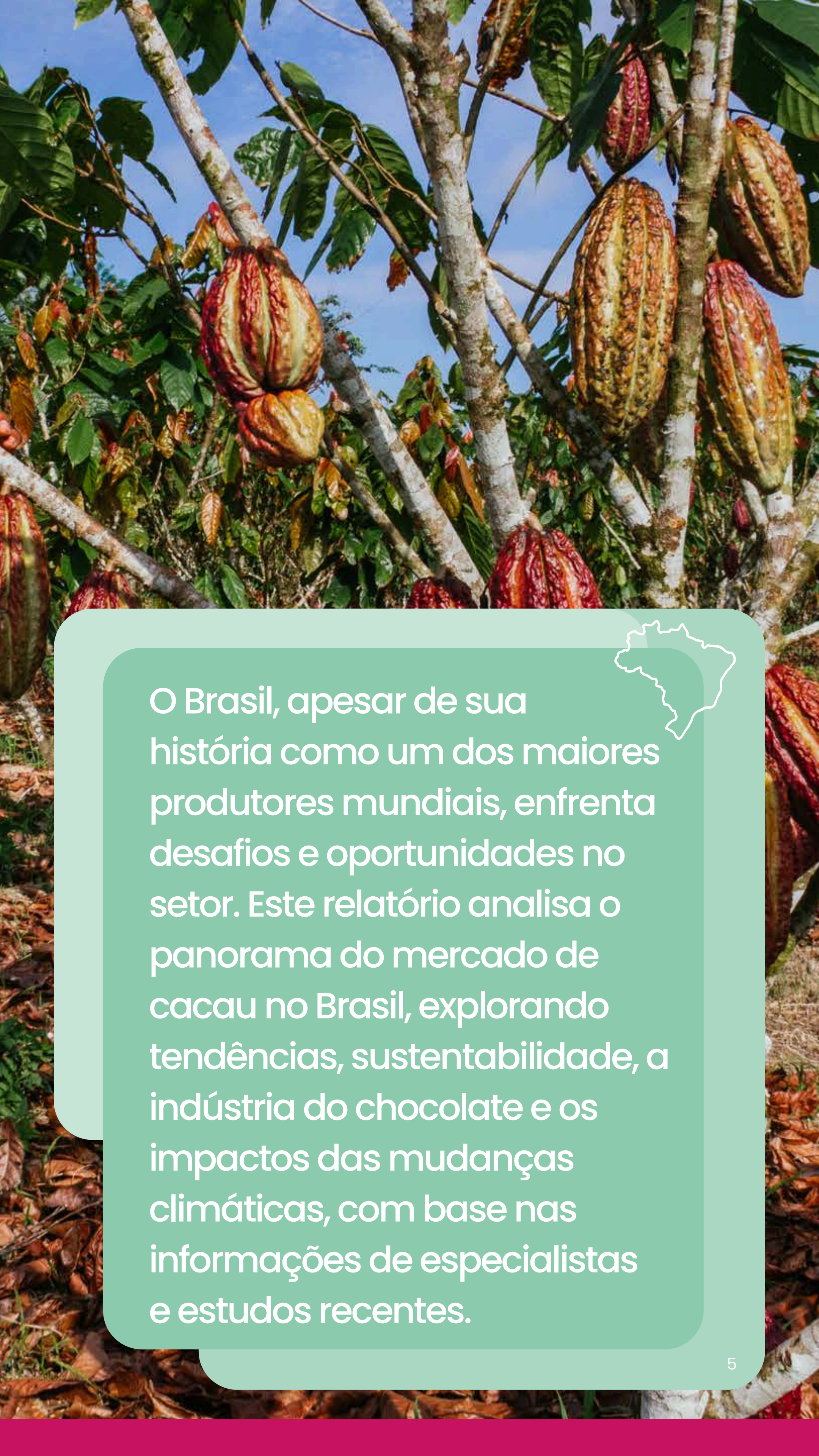
Para liderar a frente de Branding Ara Cacao, Luciana uniu-se ao publicitário e food designer **Alexandre Carvalho** e, juntos aqui, analisam as macrotendências globais de consumo que estão moldando o futuro das marcas.



Alexandre Carvalho
Publicitário e food
designer

Este material explora os movimentos comportamentais que redesenham a conexão com o público em um mundo de transformação digital e urgência climática.

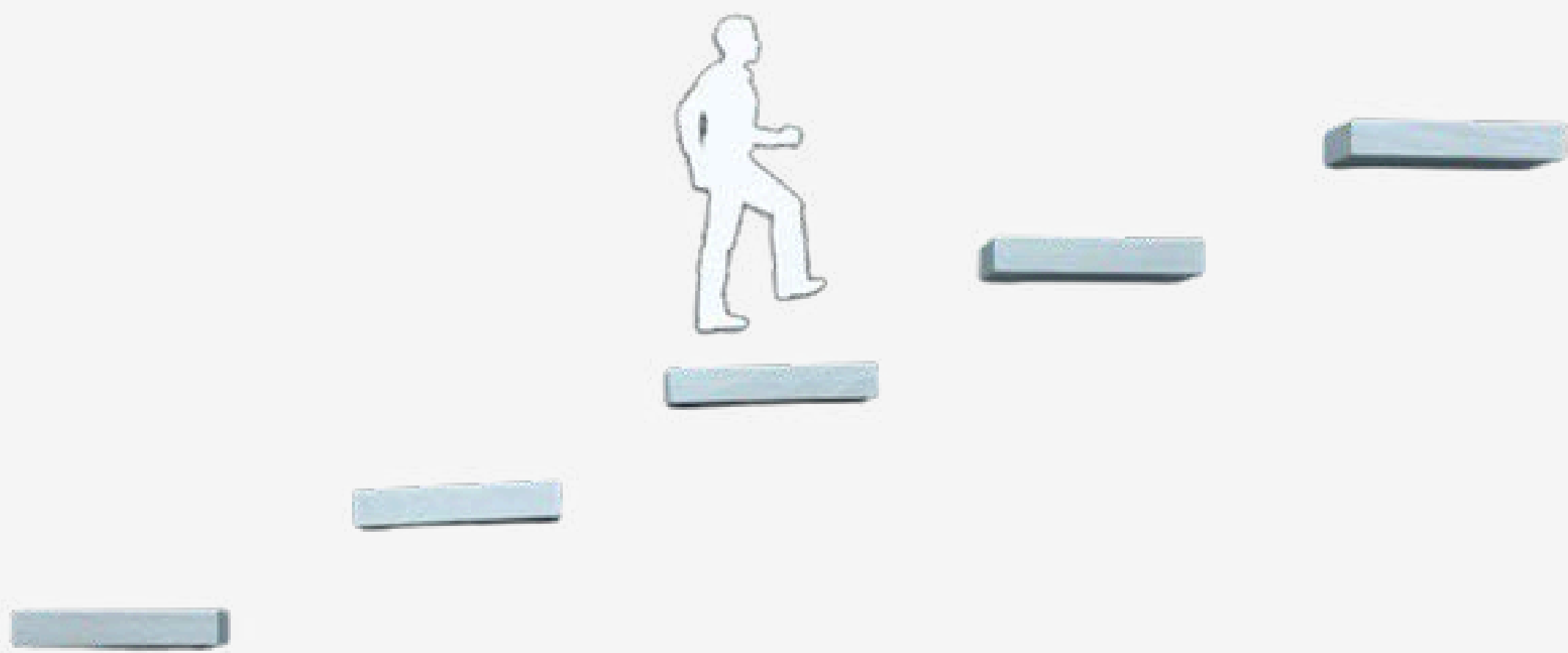
Boa leitura!

A photograph of a cacao tree with several large, elongated, reddish-brown cacao pods hanging from its branches. The leaves are green and some are showing signs of aging or damage. The background is a clear blue sky.

O Brasil, apesar de sua história como um dos maiores produtores mundiais, enfrenta desafios e oportunidades no setor. Este relatório analisa o panorama do mercado de cacau no Brasil, explorando tendências, sustentabilidade, a indústria do chocolate e os impactos das mudanças climáticas, com base nas informações de especialistas e estudos recentes.



O que o Futuro Reserva para as Marcas que Querem Crescer



Em um cenário marcado pela **transformação acelerada** do comportamento de consumo, **cinco macrotendências** estão moldando as estratégias de marcas ao redor do mundo.

O comportamento do consumidor global revela uma convergência entre propósito, pragmatismo e tecnologia. Baseado no “Top Global Consumer Trends”, da Euromonitor International, apresentamos os movimentos comportamentais que estão redesenhando o modo como as marcas se conectam com seu público.

Em um mundo moldado pela inflação persistente, transformação digital e urgência climática, as empresas que entenderem essas tendências estarão melhor posicionadas para liderar.





AS CINCO MACROTENDÊNCIAS

A Sustentabilidade com Pé no Chão

Crescente preocupação ambiental impulsiona a demanda por produtos sustentáveis e rastreáveis.

A sustentabilidade **continua central** no discurso do consumidor, mas agora de forma **mais pragmática**. Mais de 60% das pessoas tentam impactar positivamente o meio ambiente, mas a maioria não está disposta a pagar mais por isso, a menos que haja um benefício tangível.

O consumidor exige que atributos sustentáveis venham acompanhados de desempenho, qualidade e preço competitivo. A confiança em rótulos como “natural” ou “orgânico” permanece alta, mas não basta prometer: **é preciso comprovar.**





Recomendações para as marcas de chocolate:



Conectar atributos ecológicos com benefícios práticos.



Criar versões sustentáveis de formatos tradicionais, utilizando cacau de procedência rastreável e práticas alinhadas à responsabilidade socioambiental.



A Era da Longevidade Ativa

O envelhecimento ativo impulsiona a demanda por alimentos funcionais e nutritivos.

O foco do consumidor está se deslocando do simples desejo de **viver mais** (lifespan) para **viver melhor por mais tempo** (healthspan). Essa mudança está impulsionando a demanda por soluções preventivas e personalizadas em saúde e bem-estar.

Mais da metade dos consumidores acredita que será mais saudável nos próximos cinco anos. Com isso, alimentos como o chocolate ganham **novas responsabilidades e funções nutricionais** na direção dos nutraceuticos, com adições de colágeno, vitaminas e antioxidantes.

Essa mentalidade está impulsionando uma virada rumo à prevenção, com foco em soluções personalizadas e baseadas em evidências.

A crescente demanda por alimentos que apoiam funções cognitivas, articulares ou hormonais, especialmente para públicos como mulheres na menopausa, demonstram esse apetite do mercado.





Recomendações para as marcas de chocolate:



Investir em produtos com eficácia comprovada

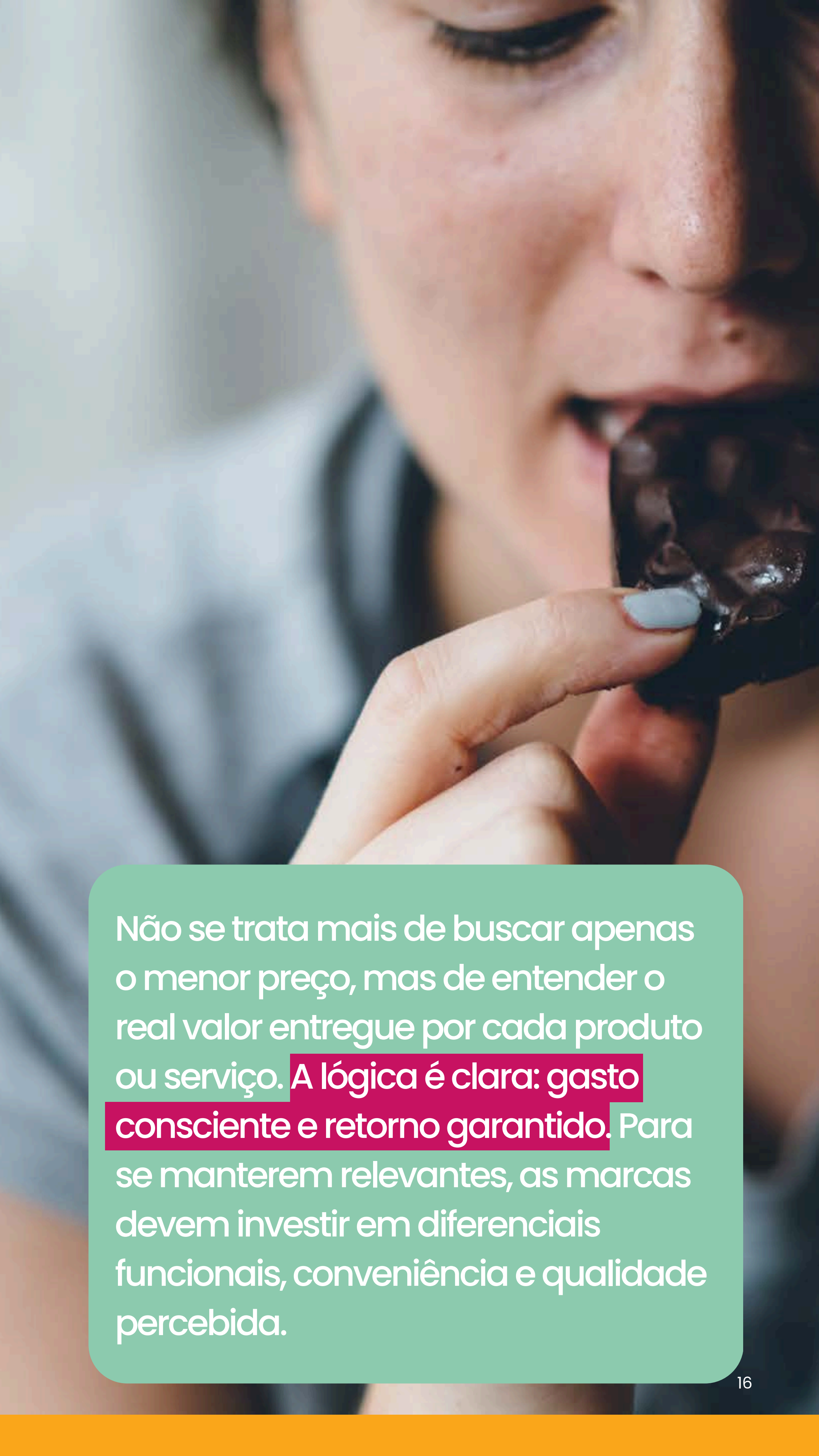


Oferecer soluções por ciclo de vida, da saúde feminina à longevidade masculina.

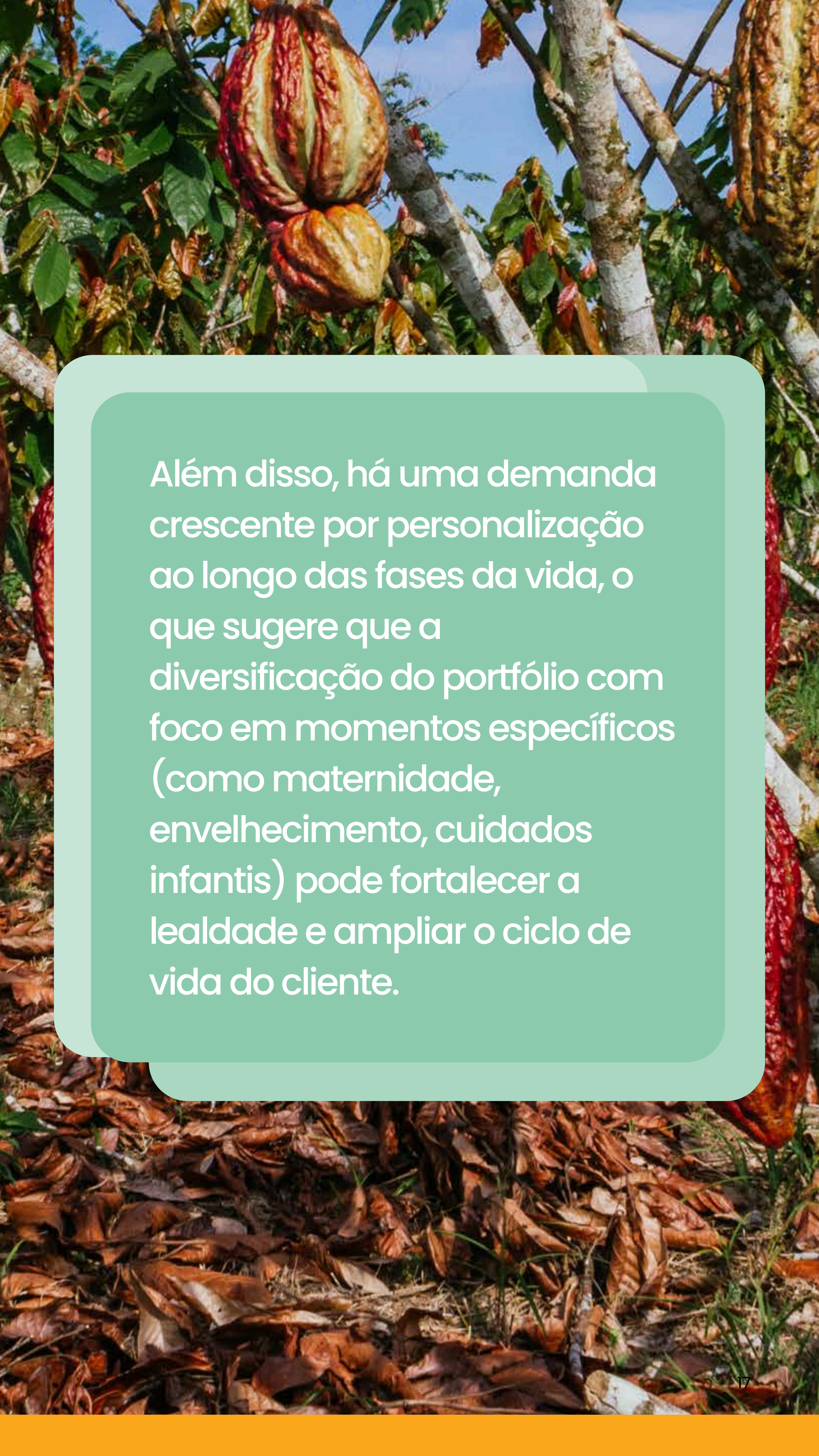
O Valor Real além do Preço

Mais sábios no uso do dinheiro, consumidores buscam produtos com melhor custo-benefício e priorizam marcas confiáveis.

Em 2025, o consumidor não está apenas mais cauteloso com seus gastos – ele **está mais estratégico**: 72% dos consumidores continuam preocupados com o custo de vida, mas **50% admitem estar dispostos a pagar mais por conveniência.**



Não se trata mais de buscar apenas o menor preço, mas de entender o real valor entregue por cada produto ou serviço. **A lógica é clara: gasto consciente e retorno garantido.** Para se manterem relevantes, as marcas devem investir em diferenciais funcionais, conveniência e qualidade percebida.



Além disso, há uma demanda crescente por personalização ao longo das fases da vida, o que sugere que a diversificação do portfólio com foco em momentos específicos (como maternidade, envelhecimento, cuidados infantis) pode fortalecer a lealdade e ampliar o ciclo de vida do cliente.



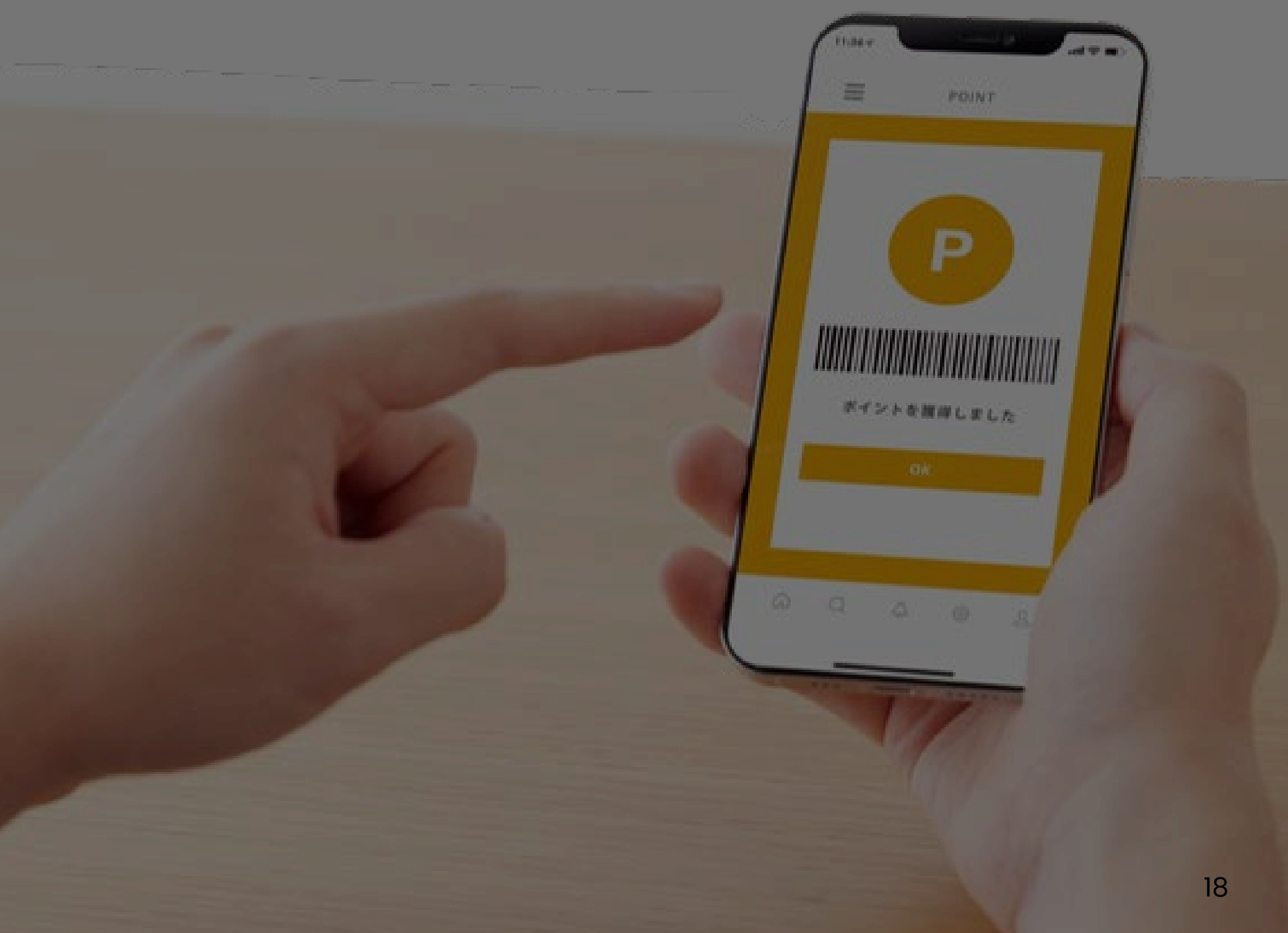
Recomendações para as marcas de chocolate:



Lançar programas de fidelidade com recompensas



Adotar modelos de precificação acessíveis sem comprometer a experiência



A Inteligência Artificial no Banco de Provas

*Confiança parcial no uso de inteligência
artificial para recomendações
personalizadas*

A adoção da IA generativa explodiu, mas a confiança ainda é instável. Embora muitos reconheçam seu potencial, especialmente em personalização, atendimento e recomendação de produtos, existe uma preocupação crescente com **ética, veracidade, transparência e impacto no emprego**. As marcas precisam navegar esse território com responsabilidade. O uso de IA deve ser declarado, testado continuamente e supervisionado por humanos.



Recomendações para as marcas de chocolate:



Usar IA para eficiência interna.



Evitar conteúdo genérico e “desumanizado”.



O Consumo Simples é o Novo Luxo

Preferência por informações diretas e produtos transparentes.



O excesso de informação está desgastando a experiência de compra.

Em meio à sobrecarga informacional, o consumidor exige clareza. Mais de 67% procuram simplificar suas vidas, portanto é essencial **facilitar o acesso e a decisão de compra.**

As pessoas querem entender rapidamente os benefícios de um produto, o que resolve sua necessidade e evitar distrações. Navegação fluida, comunicação clara e uma jornada de compra intuitiva são exigências, não luxos.





Recomendações para as marcas de chocolate:



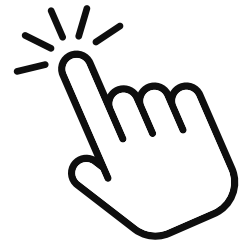
Apostar em rótulos funcionais, linguagem clara e design orientado para conversão.



Tornar o processo de compra direto, fluido e omnichannel.



Um Caso Para Refletir: Endangered Species Chocolate



A Endangered Species Chocolate (ESC) é uma marca norte-americana de chocolates premium que se destaca por seu modelo de negócios orientado por propósito, combinando inovação em produtos com um compromisso sólido com a conservação ambiental.

Fundação: 1993, com sede em Indianápolis, EUA.

Missão: "Fazer o bem, melhor" — destinando 10% do lucro líquido anual para organizações que protegem espécies ameaçadas e seus habitats.

Portfólio: 46 produtos, incluindo barras de chocolate de 85g, versões individuais e chips para confeitaria. A maioria é vegana, com destaque para a linha de chocolates com leite de aveia.

Impacto: Mais de US\$ 3,1 milhões doados desde 2016 para parceiros como SEE Turtles, One Tree Planted e Saving The Blue.

Objetivo Futuro: Alcançar US\$ 1 milhão em doações anuais até 2027, reforçando seu compromisso com a conservação ambiental.

A ESC identificou três "funções" principais que os consumidores buscam no chocolate: indulgência conveniente, benefícios funcionais e experiências novas. Com base nisso, lançou cerca de 20 novos produtos, incluindo chocolates com leite de aveia e versões com menos açúcar, atendendo à demanda por opções mais saudáveis e éticas. Seu cacau é proveniente de fazendas certificadas pelo Fair Trade na Costa do Marfim, garantindo práticas laborais justas.



CONCLUSÃO

Crescimento Sustentável Requer Decisões Inteligentes

É essencial entender que saúde, valor, sustentabilidade, clareza e tecnologia não são mais diferenciais — são expectativas. E cada uma delas abre espaço para diferenciação.

Cada vez mais o crescimento das marcas será impulsionado por decisões baseadas em dados, alinhadas a valores humanos, e sustentadas por inovação responsável.

Seja antecipando desejos de longevidade, criando valor percebido, promovendo consumo responsável, simplificando a experiência ou aplicando tecnologia com propósito, as empresas que entenderem essas dinâmicas terão vantagem competitiva real.



O Brasil tem uma oportunidade única de se consolidar como líder na produção de cacau sustentável e na inovação do mercado de chocolate. A valorização do cacau, aliada à crescente demanda por rastreabilidade e qualidade, cria um cenário favorável para empreendedores e empresas do setor. A adoção de práticas regenerativas, a exploração de subprodutos do cacau e o fortalecimento das marcas brasileiras no mercado global serão fundamentais para o futuro da indústria.



"Com um mercado cada vez mais consciente e exigente, os próximos anos prometem transformar a maneira como o cacau brasileiro é cultivado, comercializado e apreciado no mundo inteiro."

– Luciana Monteiro

Na Ara Cacao, acreditamos que a inovação não para. Por isso, estamos aqui para pensar junto com você em novos lançamentos, trazendo sempre novidades e mantendo o espírito inovador no centro das suas operações. Explore com a gente as tendências e práticas mais recentes que podem transformar o seu negócio com cacau e chocolate.

