

# IDEA BUSINESS POOL

## Project Sheet #10

# Fruta Desidratada



PROMOTOR



CO-FINANCIAMENTO



## 1 Apresentação sucinta da ideia e conceito de negócio

**O conceito de fruta desidratada corresponde ao produto obtido pela perda parcial da água da fruta madura, inteira ou em pedaços, por processos tecnológicos adequados.**

Esta oportunidade de negócio surge da crescente procura dos consumidores por uma alimentação saudável a par de um ritmo de vida em que nem sempre é possível - a adultos, jovens e crianças - a ingestão de fruta fresca (devido à perecibilidade no tempo e no transporte, bem como às questões logísticas e necessidade de descasque).

Quando desidratada, apresenta diversas vantagens:

- / manutenção do sabor (o que não é possível de garantir quando a fruta fresca fica demasiado madura);
- / são facilmente armazenáveis (em embalagens cómodas para transporte e armazenamento pelos consumidores finais e ao longo da cadeia de distribuição);
- / são cerca de 10% a 15% mais leves do que o peso original;
- / não há necessidade de refrigeração no transporte e/ou armazenamento (logo custo mais reduzido);
- / conservam as características do produto natural;
- / ampliam a vida útil dos alimentos;
- / não há grandes alterações no valor nutritivo (nalguns casos está provado que até possuem mais vitaminas que a versão fresca);
- / constituem um “snack” por vezes mais apelativo para crianças e jovens;
- / e, obviamente sendo menos perecíveis, apresentam-se com maior prazo de validade e disponíveis para o consumo em qualquer altura do dia e período do ano.

Além disso, e em linha com a busca de padrões de alimentação saudável (saúde, bem-estar, qualidade de vida, respeito pelo meio ambiente), as frutas desidratadas são ótimas fontes de vitaminas, sais minerais e possuem alto teor calórico.

Nota: Nem todas as frutas são indicadas para o processo de desidratação, porque algumas possuem uma quantidade de água muito elevada, e por isso apresentam um rendimento muito baixo.

## 2 Fileira ou setor de atividade em que se insere

**Agroalimentar.**

Em termos de áreas de Especialização Inteligente da RIS3 NORTE2020, apresenta alinhamento com o domínio de especialização dos “Sistemas Agroambientais e Alimentação”.

## 3 Exemplos de produtos e serviços

Neste caso os produtos a oferecer ao mercado consistem justamente na fruta desidratada a qual pode ser comercializada com diversas variantes:

- / Apenas desidratada;
- / Desidratada e condimentada: salgada e/ou outros temperos (tipo *snacks* e aperitivos)
- / Biológica e desidratada;
- / Incluir outros vegetais além de fruta.

## 4 Janela de oportunidade: Necessidades de mercado a que responde

Como já referido, há uma tendência crescente na sociedade pela procura de produtos mais naturais e saudáveis, induzida pelas próprias regras que incidem sobre o setor agroalimentar quer pela cada vez maior consciencialização dos consumidores para uma alimentação saudável.

É assim expectável que a procura deste tipo de bens alimentares continue a crescer nos próximos anos.

Acresce que as frutas desidratadas além de destinadas ao consumo direto, podem igualmente ser utilizadas por particulares e por outras indústrias alimentares, enquanto ingredientes na composição de alimentos diversos (p. ex.: iogurtes, bolos e outros produtos de pastelaria, chocolates, barras de cereais, produtos de padaria, etc.).

## 5 Mercado(s) alvo

Entre os principais clientes encontramos:

- / Consumidor final (venda direta e venda *online*);
- / Retalhistas (espaços comerciais que revendem o produto);
- / Média e grande distribuição (comercialização dos *packs* de produtos);
- / Canal HoReCa (para revenda como sucede com outros *snacks*: batatas fritas, amendoins, etc.);
- / Cantinas escolares;
- / Máquinas de *vending*;
- / Indústria alimentar (padaria e pastelaria, gelados, iogurtes, etc.);
- / Etc.

## 6 Recursos aconselháveis

- / Formação, preferencialmente superior, na área alimentar e/ou agrícola;
- / Conhecimento da apertada legislação e regras que incidem sobre o setor agroalimentar (HACCP e não só);
- / Parcerias com produtores (ainda que complementadas com eventual produção própria);
- / Parcerias com nutricionistas;
- / Experiência prévia na negociação com o universo da média e grande distribuição (se este for um dos canais de distribuição a utilizar).

PROMOTOR



CO-FINANCIAMENTO

