

Proteína e muitas OPORTUNIDADES NOS LÁCTEOS

LÁCTEOS COM WHEY PROTEIN AMPLIAM O MIX DE LATICÍNIOS E AJUDAM A RECUPERAR VENDAS DA CATEGORIA, COM BOAS OPORTUNIDADES PARA O SUPERMERCADO

Luciana Sampaio Moreira*

Velha parceira dos atletas que praticam atividades físicas de alto impacto, ou de pessoas que buscam adquirir a musculatura perfeita, a *whey protein* é a nova “queridinha” de consumidores que não se importam de pagar um pouco mais para melhorar a qualidade de vida e de saúde, por meio da alimentação. Ou seja, em sintonia com as tendências de saudabilidade e funcionalidade dos alimentos prontos para consumo.

Segundo o diretor executivo do Sindicato das Indústrias de Laticínios e Produtos Derivados do Estado de Minas Gerais (Silemg), Celso Moreira, as empresas do setor aproveitaram o potencial nutricional dessas proteínas para fazer

uma nova linha de iogurtes e bebidas lácteas, entre outros itens, que contribuem para o fortalecimento muscular, redução da gordura corporal, das lesões e da saciedade para quem faz dieta, e são complemento nutricional para pessoas sem apetite.

“A *whey protein* sempre foi muito procurada pelo público *fitness*, mas seu benefício nutricional também é indicado para idosos, crianças e grávidas. As linhas de lácteos *whey protein* se apresentam como tendência para um público mais amplo, que procura pelos benefícios de uma alimentação saudável e pela melhoria da qualidade de vida, com praticidade e sabor agradável”, avalia.





Ao lado, itens recém-lançados na linha de marca própria de lácteos da rede Verdemar; nesta página, envase de iogurte proteinado com *whey protein* na fábrica da Trevo Lácteos, em Sete Lagoas (MG)



Detalhes da linha de produção da Trevo Lácteos, em Sete Lagoas (MG)



A exemplo do que ocorreu com os produtos zero lactose, que já têm um mercado consolidado, a linha *whey protein* é mais uma oportunidade de que o supermercadista não pode perder. Com um conceito inovador e custo-benefício interessante, os itens entraram rapidamente no radar do consumidor brasileiro. A sua loja está preparada para atender a mais essa demanda?

NOVIDADES

A indústria de produtos lácteos está inovando todos os dias, para manter os consumidores fiéis e conquistar outros. O resultado prático é um sem-número de rótulos e embalagens que têm provocado aumentos sucessivos na área de refrigerados, nos supermercados.

Segundo dados da Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), os perecíveis (laticínios, embutidos e congelados) são a quarta categoria de maior peso para o negócio e respondem por 12,6% do faturamento. Mas, na prática, os produtos lácteos são os campeões de venda. O que vai diferenciar o resultado das vendas é a forma como a loja explora o potencial do produto.

NO BIG MAIS

O gerente de categorias do Supermercado Big Mais, Bruno Vieira Rodrigues, afirma que os produtos com *whey protein* estão nas quatro lojas da rede há cerca de 16 meses. Ao longo desse período, a empresa, que tem sede em Governador Valadares, no Vale do Rio Doce, diversificou as marcas e acompanhou o aumento gradativo das vendas.

“Essa linha está na lista de alimentos das pessoas que têm dietas mais pautadas pela saudabilidade. A linha ocupa espaço de destaque no refrigerador, com divulgação no website do supermercado, no setor de novidades, e também tem presença constante nos encartes. Com isso, garantimos a rotatividade na gôndola”, ressalta. No Big Mais, os produtos sem lactose já têm um mercado consolidado e está aparente nos três módulos do refrigerador reservados para os itens.

apreciare

AMPLIO

MAIS INOVAÇÃO, MUITA PROTEÍNA E UM EXAGERO DE SABOR.

Com os proteinados Appreciare tudo é superlativo,
inclusive suas vendas.



NOVOS SABORES

ADOÇADO COM STEVIA ZERO% LACTOSE ZERO% AÇÚCAR ZERO% GORDURA



Proteinados representam o maior crescimento em vendas da categoria.



Enxoval completo de PDV.



Primeiro iogurte com 24g de Whey protein concentrado em 250g.



Marca preferida dos atletas.



Skyr: crescimento de 24% em 12 meses no mercado americano somando US\$ 173,9 milhões*



Indicado por nutricionistas.



31 2107.7100
apreciare.com.br

f @ /apreciarebr



Curiosidades sobre a *whey protein*

A *whey protein* tem a mesma idade dos primeiros queijos, produzidos acidentalmente no ano 6.000 AC. Desde lá até os dias atuais, pesquisas na área da nutrição asseguram que as proteínas do soro do leite são importantes e que o seu uso regular traz diversos benefícios. No ano 420 A.C., Hipócrates, considerado o pai da medicina moderna, já recomendava o uso do soro de leite. O desenvolvimento de processos sofisticados de filtração permitiu a seleção das proteínas do soro do leite para dar origem a um produto com praticamente 0% de gordura e mais de 80% de proteínas.

MINI MERCADO MEDEIROS

Na loja do Mini Mercado Medeiros, em Itajubá, no Sul de Minas, os lácteos com *whey protein* chegaram há dois anos. Segundo o proprietário, Ricardo Medeiros, a empresa resolveu “abraçar” a novidade logo no começo, quando a indústria fez os primeiros contatos com os pontos de venda. “Não é um produto barato, mas temos uma clientela fixa, que garante as vendas”, avalia.

Mais que aproveitar o potencial de um produto, a inclusão de itens de maior valor agregado no expositor refrigerado é uma forma de valorizar o espaço da gôndola. “A categoria de laticínios é muito forte no meu supermercado e puxa vendas para os outros corredores. Quando colocamos essas novidades, mostramos para os nossos clientes que estamos atentos às tendências de consumo, principalmente para quem já conhece e usa e, também, para aqueles que se interessam por alimentos que têm apelo para a melhoria da qualidade de vida e das condições de saúde”, observa o empresário.

SUPERMERCADO JOSILDO

Mas nem toda novidade se converte em vendas. O proprietário do Supermercado Josildo, José Libério de Souza, afirma que o contato entre a indústria e a empresa não rendeu um segundo encontro. Com duas lojas em Divinópolis, no Oeste mineiro, a boa vontade para incluir o produto na gôndola existiu, mas não foi suficiente para girar as vendas. “Não girou nada e tivemos que fazer uma promoção para limpar o estoque. Com isso, não voltamos a oferecer mais”, lamenta.

Segundo ele, da mesma forma que a procura, por parte do consumidor, não aconteceu, o fornecedor também não propôs nada diferente para divulgar o produto. “O fornecedor que vai entrar com uma linha nova tem que investir até que a ‘coisa’ aconteça. Colocar em pontos de venda no esquema ‘se der certo a gente continua’ não é positivo, nem para a indústria e nem

DANONE

YoPRO

HIGH
PROTEIN



ZERO
ADIÇÃO DE
AÇÚCARES*



ZERO
LACTOSE



BAIXO
TEOR DE
GORDURAS





Muitos fabricantes reforçam a estratégia de lançamento com ações de degustação em ponto de venda

para o supermercado”, constata. Trajetória diferente teve a linha *zero lactose*. O empresário afirma que a presença desses itens é obrigatória na gôndola.

UMA REFEIÇÃO

“Um dos itens do nosso portfólio com *wheyn protein* garante 24 gramas de proteína para quem o consome. Isto vale por uma refeição”, lembra Reginaldo Nogueira, sócio-fundador e diretor da Trevo Lácteos. Ele é formado em Engenharia de Alimentos pela Universidade Federal de Viçosa (UFV) e estava se referindo a iogurtes da linha *+Whey*, da Apreciare, em embalagens de 250 gramas. “E, além disso, eles são do tipo chamado de ‘três zeros’, ou seja, 0% lactose, 0% açúcar, 0% gordura”, explica Nogueira como a empresa tem conseguido acom-

panhar, em perfeita sintonia, as demandas dos jovens *millennials* e mesmo as de outras gerações de consumidores preocupadas com a saúde e a longevidade.

“A indústria de lácteos hoje tem oportunidades muito grandes com as novas tendências de consumo, e o desafio é, juntamente com os varejistas, atender as demandas de inovação impostas pelo consumidor”, complementa Clara Ribeiro, gerente de Marketing da empresa. Ela ressalta que uma das razões para o crescimento de vendas e faturamento, mesmo em tempos de retração econômica, tem sido o lançamento de produtos com perfil inovador, que estabelecem novos nichos. “Há muito ainda para criar e o supermercadista precisa apoiar também”, assinala. 🛒

*colaborou Giovanni Peres