

Material de apoio ao Executivo de vendas

NUTRIÇÃO HUMANA

MCassab 

■■■■ NUTRIÇÃO HUMANA

Tema:

BEBIDAS

MERCADO DE BEBIDAS

Os meses de verão devem aquecer o mercado de bebidas no Brasil. A empresa de pesquisa Kantar **estima um aumento no faturamento do setor em R\$1 bilhão na temporada de 2024**, levando a um crescimento de 5%.

Os principais públicos que compõem os lados coletados são os jovens entre **18 e 29 anos (aumento de 41%)** e as pessoas pertencentes às **classes A, B e C (aumento de 15%)**.

Destaques de aumento de consumo em unidades incluem energéticos (+64%) e água mineral (+37%), com os principais motivos sendo sabor (47%) e saciar a sede (17%).

Fora do lar, o consumo de bebidas vem se recuperando gradativamente dos impactos da pandemia.



MERCADO DE BEBIDAS

No consumo dentro do lar, houve um crescimento de 19% no gasto médio, chegando a **R\$ 218**, destacando-se **energéticos (+41%)** e **chás prontos (+27%)**.

O e-commerce também influenciou, com cerca de **2 milhões de lares comprando bebidas online no último verão**, representando um aumento de **4% em comparação com a temporada anterior**.



MERCADO DE BEBIDAS



Sabor é um atributo que tem que ser evidenciado na comunicação e embalagem, pois é o principal motivador do consumo desses produtos. Muito bem explorado por refrigerantes, por exemplo.



A cesta tem se **recuperado menos em classes mais baixas, dentro e fora do lar**. Importante viabilizar acesso a essas classes através de menor desembolso por unidade – promoção, tamanho da embalagem, tipo de embalagem.

MERCADO DE BEBIDAS

A pesquisa realizada pela Innova Market Insights em 2023 revelou **tendências** em diversos aspectos na escolha de bebidas. Além das **alegações de redução de açúcares e adição de fibras e proteínas**, a **preferência por uma experiência sensorial positiva, que combine aroma, sabor e textura de maneira única, é um ponto de destaque.**

“Para cada geração, a importância dada à naturalidade dos ingredientes varia: **enquanto para a Geração X e os Baby Boomers a naturalidade é priorizada, para a Geração Z, o sabor é o protagonista**”

Com um aumento notável de **33% no lançamento de produtos de edições limitadas, fica evidente que estamos vivendo a era das experiências gastronômicas inovadoras.**

MERCADO DE AROMAS



Sobre o mercado de aromas no Brasil:

- De acordo com dados divulgados pelo Euromonitor, o mercado de aromas da América do Sul deve registrar um crescimento anual composto (CAGR) de 6,8% durante o período de 2020 a 2025.
- No Brasil, com a crescente aceitação de alimentos congelados e processados, os fabricantes de aromas têm muitas oportunidades de ampliar suas marcas e estreitar conexões com os consumidores.
- As empresas estão trabalhando para desenvolver e ampliar seus portfólios de produtos naturais, atendendo às demandas dos consumidores.



Principais indústrias de aromas no mercado brasileiro:

- Givaudan
- IFF
- Firmenich
- Symrise

CORANTES

Tendências de mercado

Com a busca de saudabilidade, o Mintel (2019) já observou uma tendência de cerca de 40% de queda nos lançamentos utilizando o corante tartrazina em alimentos. Além disso, na União Europeia alimentos e bebidas que contenham o corante devem apresentar uma etiqueta que advirta o consumidor da presença do corante.

CORANTES

Amarelo tartrazina e a indústria de alimentos



Devido à sua alta estabilidade, o amarelo tartrazina vêm sendo vastamente utilizado na coloração de balas, confeitos, bebidas e até mesmo no mercado de pet food.

Além dos clássicos sabores de laranja e maracujá, a tartrazina é muito utilizada na composição de blends para elaboração de outras cores, como marrom e verde.

A utilização da tartrazina é liberada em diversas categorias, entretanto em 2005 o Ministério Público Federal ajuizou a Ação Civil Pública nº 0008841-22.2005.4.03.6100 exigindo a expressa menção acerca da presença do corante amarelo tartrazina na rotulagem dos alimentos que contenham essa substância, de forma visível e destacada, nos seguintes termos:

“Este produto contém o corante amarelo tartrazina que pode causar reações de natureza alérgica, entre as quais asma brônquica, especialmente em pessoas alérgicas ao Ácido Acetil Salicílico”.

CORANTES ROHA

SUBSTITUTOS DA TARTRAZINA

Sintéticos

Linha IDACOL: **Quinoleina**
Sabores: Laranja, abacaxi e limão.

Naturais

Linha NATRACOL: **Beta caroteno**
Sabores: Laranja, abacaxi e limão.

Linha NATRACOL: **Riboflavina**
Sabores: Laranja.

É interessante para esse momento do mercado oferecer corantes que mudam de cor em contato com pHs ácidos. Bebidas que mudam de cor podem se tornar tendência devido ao seu apelo “instagramável”.

CORANTES ROHA

SUBSTITUTOS DO DIÓXIDO DE TITÂNIO

A Roha conta com linhas de produtos específicas para a substituição do dióxido de titânio, responsável pela coloração branca, turbidez e entre outros. O ingrediente já foi banido na União Europeia. As linhas da Roha substituem o uso do Dióxido de Titânio na fórmula sem comprometer a aparência ou textura do produto, resultando em tons de branco brilhantes e estáveis, além de estabilidade superior com toda a segurança alimentar embarcada nas soluções.

CORANTES ROHA

SUBSTITUTOS DO CAMELO 4

O corante caramelo 4 é o tipo mais comum, especialmente para o mercado de bebidas. Assim como dióxido de titânio, possui malefícios à saúde e já passa a ser banido em alguns países da europa. As soluções Roha são clean label, a base de produtos naturais como maçã e cana-de-açúcar, que entregam performance e segurança alimentar.

CORANTES ROHA

QUAIS PERGUNTAS FAZER PARA INICIAR A VENDA DO PRODUTO?

No caso de corantes naturais é necessário saber:

- Qual a aplicação final?
- Qual o pH da base?
- Passa por processamento térmico?
- Há alguma coloração de referência? Se sim, qual?
- O produto final tem *claim* vegano?

Para todos os corantes:

- Já utiliza algum corante?
- Qual o volume?
- Há algum target de preço?

EDULCORANTES

STÉVIAS

REB M

Linha Premium
Incorpora sabor e performance.

REB A

Commodities

POLIOL

MALTITOL

Traz corpo e estrutura para a bebida.
É um polioli obtido a partir da maltose (amido);
Por ele ter um elevado teor de dulçor é muito utilizado nas formulações zero açúcar ou como substituto de açúcar;
Contribui para a parte sensorial dos produtos entregando corpo, textura, umidade.

AROMAS DUAS RODAS

Existem três categorias: aromas naturais, aromas idênticos aos naturais e sintéticos. Por ser uma casa de aromas nacional que utiliza matérias-primas brasileiras, há um diferencial no custo em comparação com os concorrentes internacionais.

AROMAS EM PÓ

- Aplicações: snacks, misturas em pó para bolo, refrescos em pó, suplementos em pó, entre outros;
- São resultado da combinação do aroma líquido com agentes encapsulantes ou mistura de ingredientes em pó;
- O processo de fabricação pode ocorrer de duas formas: atomização e dispersão;
- A escolha do melhor processo depende de fatores como a aplicação a qual o aroma se destina.

AROMAS LÍQUIDOS

- Aplicações: bebidas, biscoitos, candies, entre outros;
- São resultados da combinação de químicos aromáticos com solventes;
- Os solventes vão estabelecer se o aroma é hidrossolúvel (solúveis em água) ou lipossolúvel (solúveis em gordura), o que determina se vai ser ou não compatível com a base onde será aplicado.

Obrigado!

