Valor ECONÔMICO

Imprimir ()

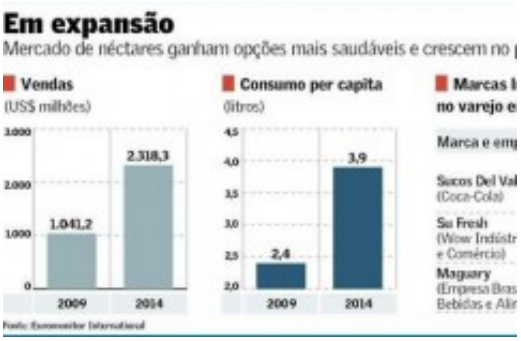
21/08/2015 - 05:00

Fabricantes trocam açúcar por maçã para adoçar néctar

Por Cibelle Bouças

O interesse crescente dos brasileiros em adotar uma dieta mais saudável e com menos açúcar motivou as indústrias de sucos prontos a mudar seus produtos. Depois de trocar açúcar por aspartame ou sucralose, fabricantes adotam o suco de maçã como alternativa para adoçar seus néctares - bebidas que levam suco de fruta e água na composição.

A Coca-Cola Brasil reformulou sua linha de néctares da marca Del Valle, composta por oito sabores distintos, com a substituição de parte do açúcar por suco de maçã. Claudia Lorenzo, vice-presidente de relações corporativas da Coca-Cola Brasil, disse que a adição não altera o sabor das bebidas, mas proporcionou uma redução de 25% na quantidade de açúcar das embalagens. "Queremos oferecer à sociedade mais opções de produtos para integrar uma dieta balanceada, com a praticidade e a qualidade que precisam", disse.



A Coca-Cola investiu R$ 15 milhões no desenvolvimento das novas fórmulas e na compra de equipamentos. A companhia informou que compra polpa de maçã de um fornecedor brasileiro, mas não forneceu mais detalhes. O plano da Coca-Cola Brasil, disse Claudia, é fazer inovações semelhantes em refrigerantes. A companhia tem como meta global reduzir em 20% o total de calorias em seus produtos até 2025.

De acordo com a consultoria Euromonitor International, a marca Dell Vale lidera o mercado brasileiro de néctares, com 45,9% de participação. A marca Su Fresh, da Wow! Nutritional, é a segunda colocada, com 12,1% de participação. Em seguida está a Maguary, da Empresa Brasileira de Bebidas e Alimentos (Ebba), com 9,7% do mercado. As vendas totais de néctares aumentaram 14,3% no ano passado, para US$ 2,32 bilhões.

Arthur Oliveira, gerente de atendimento da Nielsen, disse que as vendas de néctares no varejo tiveram crescimento de 0,1% em volume no primeiro semestre deste ano, enquanto as vendas totais de sucos tiveram queda de 0,2%. Em receita, houve crescimento nominal de 6,2% nas vendas de néctares, e aumento de 6,3% no mercado total de sucos.

"Neste momento dois segmentos impulsionam as vendas, os refrescos de baixo custo e sucos com maior valor agregado, como integrais e funcionais", afirmou Oliveira. A ampliação de néctares com menos açúcar fazem parte dessa mudança no portfólio, segundo o analista.

Além da Coca-Cola, a WOW! Nutrition, dona da marca Sufresh revisou seu portfólio de produtos. Ricardo Machado, vice-presidente de operações da Wow! Nutrition disse que a empresa reduziu o percentual de açúcar em diversos sabores e desenvolveu linhas de néctares adoçados com estévia e sucralose. Neste ano, a companhia

ampliou as linhas de sucos integrais, que não levam açúcar, nem adoçante. E, em setembro, coloca no mercado duas linhas de néctares Sufresh, com sabores de laranja e uva, adoçados com maçã.

"A maçã é um dos componentes que permitiram reduzir a adição de açúcar nos néctares mistos. Já as linhas Equilíbrio e Sabor são adoçadas pelas próprias frutas que compõem as bebidas", disse Machado. As linhas dietéticas e light são adoçadas com sucralose. Para 2015, a Wow! Nutrition espera um crescimento de 5% nas linhas de sucos e néctares, com crescimento mais alto nas linhas sem açúcar.

A Empresa Brasileira de Bebidas e Alimentos (Ebba), dona das marcas Maguary e Da Fruta e pertencente à britânica Britvic, também fez adaptações em suas linhas nos últimos anos. A empresa já produzia a linha de concentrados sem açúcar. As linhas de néctares foram desenvolvidas com baixo teor de açúcar, segundo a companhia, e os produtos Maguary Néctar Light são adoçados com sucralose.

Recentemente, a Ebba criou a linha Maguary Life, que não possui açúcar, nem edulcorantes. "Com essas linhas, nosso objetivo é realizar um movimento real para a redução do consumo de açúcar, mantendo um alto nível de qualidade sem entrar em disputa por preços", disse Fábio Levalessi, diretor comercial da Ebba.

De acordo com a consultoria Kantar Worldpanel, os néctares correspondem a 75% das vendas do mercado de sucos no Brasil e é a categoria responsável por 70% do crescimento de sucos prontos para beber. Entre consumidores brasileiros, 14% consomem bebidas diet e light diariamente, por necessidade física ou para reduzir o consumo diário de açúcares. O mercado de sucos fatura R$ 1,7 bilhão por ano e cresceu 11,3% em receita de vendas no acumulado de 12 meses até junho.

O preço médio no período aumentou 12,9%. "Esse aumento médio não foi apenas resultado de reajuste de preços nas gôndolas mas deve-se ao crescimento das vendas de sucos com valor agregado mais alto", disse Matheus Fraga, diretor da Kantar Worldpanel. A consultoria estima que, em 2015, as vendas dessas bebidas ainda vão crescer acima de 10% em comparação a 2014.

Fraga acrescentou que esse acréscimo é impulsionado pelo aumento da oferta de linhas de sucos, expansão do consumo mais forte no Nordeste e elevação da demanda na classe C de 17%, contra um incremento de demanda de 4% nas classes A e B.