

## BONS ALIMENTOS PROCESSADOS

**\* Roberto Rodrigues**

Os números da indústria brasileira de alimentação são animadores: no ano passado, o faturamento do setor chegou a 529,6 bilhões de reais, dos quais 81% se referem a alimentos mesmo e 19% a bebidas.

As exportações somaram 35,4 bilhões de dólares. Segundo o IBGE, são cerca de 33.500 empresas empregando 1,6 milhão de pessoas, e o Brasil é o maior exportador mundial de alimentos processados, em volume.

De acordo com o ITAL - Instituto de Tecnologia de Alimentos do Governo paulista - essa indústria “sempre utilizou de ingredientes, processos e embalagens que atendem às expectativas das agências reguladoras”, mas há um estranho movimento contrário a ela. Diz o ITAL que “os alimentos processados têm sido demonizados por profissionais com influência na sociedade, por organizações não governamentais, reportagens na mídia e, de forma agravante, no Guia Alimentar para a População Brasileira recentemente publicado pelo Ministério da Saúde”.

Diante desse cenário adverso, o ITAL está lançando o projeto “Brasil Processed Food 2020” objetivando esclarecer à sociedade sobre a qualidade dos nossos alimentos processados, mostrando com dados técnicos e científicos que as críticas referidas não fazem sentido.

Este projeto terá uma ampla campanha de comunicação mostrando a importância, a saudabilidade, a qualidade, a segurança e a sustentabilidade dos alimentos.

O segmento de embalagens, que ocupa um espaço fundamental na indústria, vem estudando as tendências de consumo em todo o mundo, tendo identificado 6 principais:

- gasto consciente: hoje os consumidores pesquisam preços dos produtos, fazem listas de compras e gostariam que seu cotidiano fosse facilitado, solicitando embalagens menores, com menos volume de produtos, o que reduz os custos e evita o desperdício. Querem também maior prazo de validade, mas o essencial é comprar mais por menos.

- alimento e saúde: 46% dos brasileiros buscam perder peso e procuram alimentos saudáveis. Mas querem receber mensagens positivas e não apenas restrições do que não devem comer; preferem fibras, proteínas, ômega 3 e alimentos com menor teor de gordura.

- escolha segura: desejam marcas que garantam a qualidade (cerca de 72% dos brasileiros se preocupam com isso), embalagens que protejam o produto e cada vez mais querem rastreabilidade e certificação.

- pensando verde: embora ainda haja um comportamento passivo em relação às questões ambientais, nossos consumidores estão cada vez mais atentos a elas. 74% já controlam o uso da água e da energia e 38% reciclam embalagens. Ligada nisso, a Coca-Cola lançou no ano passado uma embalagem cartonada feita de plástico produzido com cana de açúcar.

- novas experiências: com mais informações sobre culinária e cultura de outros países, buscam novos sabores, aromas e texturas. As embalagens já

consideram até a emoção na hora da compra, o que interfere nas suas cores e formatos.

- estilo de vida: os consumidores querem produtos práticos, fáceis de preparar, que simplifiquem a vida.

Nossa indústria, atenta a tais tendências, está inovando cada vez mais, apoiada em mecanismos de comunicação orientados pela informação técnica e científica que mostre as reais qualidades dos alimentos processados.

**\* Coordenador do Centro de Agronegócio da FGV e Embaixador Especial da FAO para as Cooperativas**