



Guia rápido

Por que investir em marketing nutricional?

Guia rápido

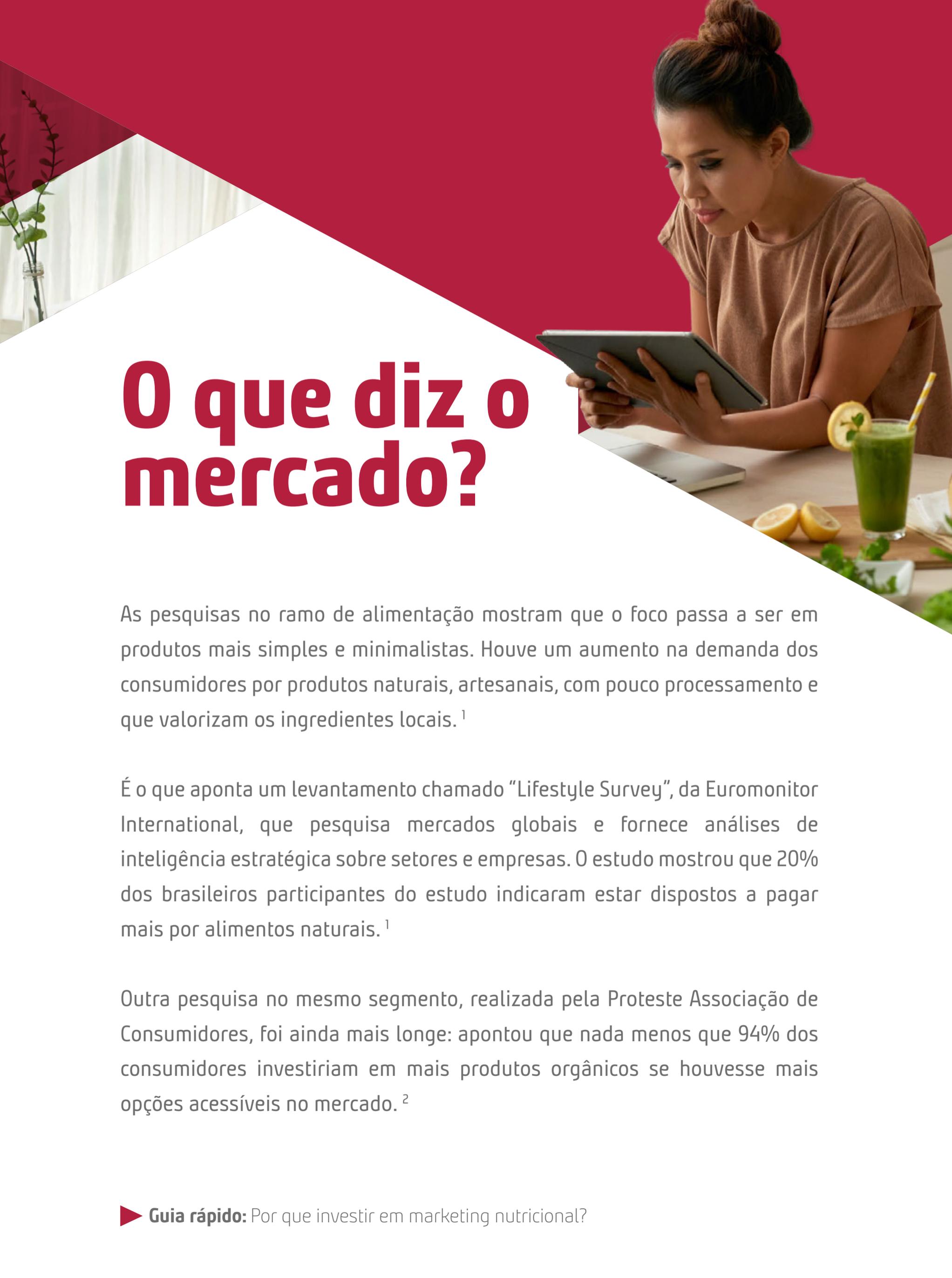
Por que investir em marketing nutricional?

Estratégia vem sendo considerada inovadora no mercado. Saiba qual é o papel dessa ferramenta na hora de orientar o seu paciente.

A busca por mais qualidade de vida vem ampliando também a preocupação com uma alimentação o mais saudável possível.

O aumento crescente da longevidade e expectativa de vida, a grande quantidade de informações acessíveis a respeito do teor nutricional dos alimentos e o endurecimento das regras de propaganda e rotulagem parecem ter uma grande influência nesse movimento.

Está claro que, daqui para a frente, os profissionais precisam absorver esse movimento do consumidor, ao apostar em opções que atendam a essas expectativas.¹

A woman with her hair in a bun is sitting at a table, looking at a tablet. On the table, there is a laptop, a glass of green smoothie with a lemon slice, and some fresh lemons. The background is a solid red color.

O que diz o mercado?

As pesquisas no ramo de alimentação mostram que o foco passa a ser em produtos mais simples e minimalistas. Houve um aumento na demanda dos consumidores por produtos naturais, artesanais, com pouco processamento e que valorizam os ingredientes locais.¹

É o que aponta um levantamento chamado “Lifestyle Survey”, da Euromonitor International, que pesquisa mercados globais e fornece análises de inteligência estratégica sobre setores e empresas. O estudo mostrou que 20% dos brasileiros participantes do estudo indicaram estar dispostos a pagar mais por alimentos naturais.¹

Outra pesquisa no mesmo segmento, realizada pela Proteste Associação de Consumidores, foi ainda mais longe: apontou que nada menos que 94% dos consumidores investiriam em mais produtos orgânicos se houvesse mais opções acessíveis no mercado.²

► **Guia rápido:** Por que investir em marketing nutricional?



E a conscientização para a importância do consumo desse tipo de alimento vem crescendo: 38% afirmaram estarem comprando mais frutas e 35% têm dado mais espaço para legumes, verduras e frutas. Os brasileiros também aumentaram a adesão a uma alimentação a base de peixes, com 33% das respostas na pesquisa.²

Já com relação ao consumo de doces, mais da metade dos entrevistados (51%) admitiu estar reduzindo o consumo de sobremesas e 32% estão tentando abolir os refrigerantes.²

Cuidar do planeta também está na lista de prioridades para 40% dos entrevistados, que afirmaram que pagariam até 5% mais caro em alimentos orgânicos que garantissem o bem-estar animal. Não à toa, 37% das pessoas afirmaram que já passaram a evitar o consumo de carne vermelha.²



O que é o marketing nutricional?

O marketing nutricional nada mais é do que uma ferramenta para incentivar um novo relacionamento com os alimentos. A estratégia está diretamente ligada à jornada da reeducação alimentar, que também passou a ser considerada questão de saúde pública, e pode ser uma aliada para um novo olhar e cuidado com a alimentação.³

Segundo pesquisa conduzida na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), os fatores que exercem maior influência no comportamento de compra são os recursos disponíveis, conhecimento sobre os produtos e interesse por hábitos específicos.³

► **Guia rápido:** Por que investir em marketing nutricional?



Por esses motivos, é papel estratégico do nutricionista oferecer conteúdo nutricional sobre os alimentos indicados aos pacientes, além de conscientizar para a importância da leitura e cuidado com os rótulos. ³

Assim, o profissional de Nutrição deve reunir e oferecer informações para que o próprio consumidor (ou paciente) escolha as opções que melhor se adaptam aos seus gostos e estilo de vida. E o principal: provocando escolhas conscientes.

► **Guia rápido:** Por que investir em marketing nutricional?

Como adotar o marketing nutricional com o meu paciente?

Alguns passos são importantes, como: conscientizar para a escolha de cardápios mais funcionais; trabalhar com uma abordagem que envolva a aceitação de novos produtos e costumes; desconstruir a ideia na mente do paciente de que alimentos saudáveis não são acessíveis; investir em parcerias com marcas confiáveis; ter opções de produtos elaborados de forma cuidadosa (inclusive considerando as produções artesanais) e que representem essa mudança de cultura; e ensinar ao paciente a leitura correta dos rótulos.⁵

Uma instrução normativa publicada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), que entrou em vigor em outubro de 2022, determina que os alimentos vendidos no Brasil devem seguir um novo padrão de rotulagem nutricional. O objetivo é facilitar a compreensão das informações nutricionais presentes nos rótulos dos alimentos e assim auxiliar o consumidor a realizar escolhas alimentares mais conscientes.⁴

► **Guia rápido:** Por que investir em marketing nutricional?



As normas estabelecem mudanças na legibilidade, no teor e na forma de declaração de informações na tabela de informação nutricional e nas condições de uso das alegações nutricionais, bem como inova ao adotar a rotulagem nutricional frontal. ⁵

A tabela de informação nutricional passou a ter apenas letras pretas sobre fundo branco, para evitar que o uso de cores contrastantes atrapalhe a leitura. A nova regra também obriga a declaração do teor de açúcares gerais e adicionados, do valor energético e dos nutrientes contidos nos produtos. ⁴

► **Guia rápido:** Por que investir em marketing nutricional?

Outra novidade foi a inclusão de um símbolo de lupa nas embalagens para indicar produtos com alto teor de três nutrientes prejudiciais à saúde: açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio. ⁵

Mas o que muda com o uso do desenho? A lupa é considerada uma advertência ao consumidor, que pode avaliar melhor a qualidade dos alimentos e entender o que é nocivo à saúde. ⁶

Dessa forma, o próprio paciente aprende sobre o que pode ser benéfico ou maléfico para sua saúde, assim como os pontos a serem priorizados na hora de optar pela compra do produto.

Fontes

- 1) Euromonitor International. De volta ao básico: Uma tendência de consumo em alimentos e bebidas no Brasil. Disponível em: <https://www.euromonitor.com/article/de-volta-ao-basico-uma-tendencia-de-consumo-em-alimentos-e-bebidas-no-brasil>
- 2) Proteste – Associação de Consumidores. Dieta: a alimentação dos brasileiros está mais saudável. Disponível em: <https://www.proteste.org.br/alimentacao/vegetais-frutas-hortalicas-e-graos/noticia/dieta-a-alimentacao-dos-brasileiros-esta-mais-saudavel>
- 3) Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) - Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Programa de Pós-graduação Latu-sensu em Gestão Estratégica e Marketing da Faculdade de Ciências Econômicas. A influência do marketing nutricional na escolha de uma alimentação mais saudável. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUOS-9B3GYZ/1/projeto_p_s.pdf
- 4) Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa. Rotulagem de alimentos. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/alimentos/rotulagem>
- 5) Medscape. Nova rotulagem de alimentos ultraprocessados no Brasil falha na indicação de nutrientes potencialmente prejudiciais à saúde de crianças. Disponível em: <https://portugues.medscape.com/verartigo/6509071>
- 6) Exame. Lupa Nutricional impacta o branding de alimentos. Disponível em: <https://exame.com/colunistas/branding-consumo-negocios/lupa-nutricional-impacta-o-branding-de-alimentos/>