

SILEMG EM AÇÃO

PRÓXIMOS PASSOS DO INOVALÁCTEOS

Lançado em julho durante a Minas Láctea 2021, o Sistema InovaLácteos, projeto de aceleração de startups que tem como foco a busca de soluções e tecnologias para toda a cadeia do leite, está a todo vapor. Liderado pela Agência de Inovação Polo do Leite, o projeto tem apoio do Governo do Estado de Minas Gerais, por meio da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Minas Gerais (Seapa) e da Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (Sede), e recursos da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig).



Airdem Gonçalves de Assis,
Gerente Executivo do
Polo do Leite

Durante os próximos três anos, período de duração do projeto, a Agência de Inovação Polo do Leite contratará todos os serviços necessários e os insumos demandados pelos 4 núcleos de aceleração vinculados às instituições de ciência e tecnologia (ICTs) para fazer a capacitação das startups recrutadas para financiamento do projeto.

“As demandas devem estar relacionadas com as “dores” do mercado, e esperamos que as startups apresentem tecnologias inovadoras para a resolução desses problemas. O projeto ainda será constituído de três rodadas de desafios e soluções, onde cada rodada terá um ano de duração. Nos primeiros dois meses de cada ciclo, as dez startups recrutadas em cada núcleo terão mentorias sobre gestão, plano de negócio, desenvolvimento de produtos e inserção no mercado, sendo que as duas com maior potencial de mercado, ficarão incubadas nesses núcleos por 10 meses, para desenvolverem seus protótipos ou chegarem a um produto mínimo viável (PMV).

No final dos três anos, esperamos capacitar cerca de 120 startups e desenvolver pelo menos 24 PMVs de interesse da cadeia agroalimentar do leite”, detalha Airdem Gonçalves de Assis, Gerente Executivo do Polo do Leite.

Neste momento, está sendo elaborada a Nota Técnica para aprovação do setor jurídico da Fapemig e a assinatura do Acordo de Cooperação com o Polo do Leite. Como passo inicial está prevista uma série de painéis alusivos a cada segmento da cadeia láctea, buscando discutir e identificar os principais gargalos do setor para desafiar as startups a apresentarem soluções tecnológicas.

“Temos feito contatos com as diversas entidades representativas de cada segmento da cadeia produtiva para participarem nos painéis. Além disso, ressaltamos que o envolvimento das entidades representativas dos elos da cadeia produtiva será fundamental para o sucesso do projeto como um todo, tanto para proporcionar maior visibilidade e credibilidade ao Sistema InovaLácteos, quanto para dar mais realismo e legitimidade às demandas levantadas e às tecnologias pré-aceleradas”, conclui Airdem.

EM DESTAQUE

NOSSOS DESAFIOS



Sabemos que toda a indústria de laticínios tem passado por desafios nos últimos meses. No mês de junho, por exemplo, em especial o mercado de queijos, enfrentou um mercado frio, com baixa demanda, devido às dificuldades de escoamento da produção e a pressão por baixa nos preços. Neste período, de acordo com levantamento semanal do MilkPoint Mercado, os preços do quilo da muçarela saíram de R\$ 28,00 na 1ª semana de junho para R\$ 26,20 na última semana.

De acordo com Cícero de Alencar Hegg, Diretor do Laticínios

Tirolez, no ano passado, com o auxílio emergencial disponibilizado pelo governo, as vendas de produtos lácteos e em especial o queijo, foram aquecidas.



“A muçarela, o requeijão e outros tipos de queijo passaram a fazer parte do consumo das classes C e D também. No nosso cenário atual, o que acontece é que, com menos renda, compra-se menos em todos os setores. E, os preços, de fato, têm interferido bastante no setor de queijos e o que percebemos é que as marcas com preços mais acessíveis é que conseguem uma penetração maior. De forma geral, toda a indústria de queijos vem sentindo esses impactos.

Para tentar minimizar os impactos na queda de preços do queijo no varejo, Cícero recomenda que os supermercados trabalhem com promoções. “A nossa aposta para contribuir para o consumo melhor é, na medida do possível, que o varejo perceba o cenário e contribua no escoamento”.

CENÁRIO GLOBAL

Os fundamentos gerais do mercado nos próximos trimestres continuarão a ser benéficos principalmente para os preços, à medida que o crescimento da produção de leite no hemisfério norte diminuiu e a melhoria da situação da Covid-19 gradualmente reabriu os canais de foodservice.

Embora o cenário ainda seja desafiador para toda indústria, o comércio global cresceu 4,8% no comparativo ao ano anterior, registrados em maio de 2021 e 3,9% em relação a maio de 2019, de acordo com o artigo de Dustin Boughton, da Maxum Foods, traduzido e adaptado pela equipe MilkPoint.

“Mesmo que o produtor rural sinta-se pressionado pela alta dos preços dos insumos, nós temos hoje no Brasil, mesmo com o câmbio desfavorável, um dos leites mais caros do mundo e na produção do queijo, ele representa 70% dos custos. Nossa esperança é que tenhamos uma mudança no clima e que as chuvas cheguem rapidamente para contribuir e melhorar as produções de milho, capim e com isso, minimizar esse custo mais elevado dos insumos do leite e consequentemente queda no preço desta matéria prima para as indústrias.”.

NOSSO ASSOCIADO

LATICÍNIOS BOM DESTINO ESTÁ HÁ 20 ANOS TRABALHANDO EXCLUSIVAMENTE COM PRODUTOS À BASE DO LEITE DE BÚFALA



Uma recente pesquisa do Departamento de Medicina Veterinária e Produção Animal da Universidade Federico II, de Nápoles, na Itália, comprovou que o leite de búfala contém moléculas biologicamente ativas úteis para a saúde humana e seu teor é superior ao dos produtos à base de leite. Ainda segundo a pesquisa, em termos energéticos, o valor do leite de búfala é 40% a 60% superior ao do leite de vaca e o valor da proteína é 36% a 40% superior.

Além dos benefícios para a saúde do consumidor, o leite de búfala traz ainda grandes oportunidades de mercado. Prova é o Laticínios Bom Destino, que está há 32 anos no mercado de laticínios e, há 20 anos fabricando, comercializando e distribuindo produtos com qualidade e diferenciação, feitos exclusivamente com leite de búfalas de seu próprio rebanho. Situada na Zona Rural de Morro do Ferro, no Distrito de Oliveira em Minas Gerais, o Laticínios Bom Destino é associado à ABCB (Associação Brasileira dos Criadores de Búfalos), grupo este que possui o Selo de Pureza, que garante ao consumidor a fabricação de produtos legítimos, laticínios de qualidade e matéria-prima apurada, com 100% de leite de búfala.

“Quando começamos a produção de queijos de búfala, observamos que o mercado carecia de derivados dele. Por este motivo, procuramos oferecer ao consumidor produtos de qualidade e atender um público que busca produtos com valor nutricional diferenciado e que atende aos mais exigentes paladares. Durante esses 20 anos atuando nesse seguimento, o Laticínios Bom Destino foi conquistando a fidelidade de cada vez mais consumidores e à medida que as pessoas vão conhecendo nossos produtos, a empresa tem se firmado no mercado com produtos exclusivos de búfala e isso nos proporciona a oportunidade de diversificar nossos mix”, ressalta João Batista de Sousa, que é sócio da empresa juntamente com Marcelo Vargas Leão.

Atualmente, o grupo oferece um mix de produtos variados contendo queijos, doce, iogurtes e produtos zero lactose. Todos eles produzidos exclusivamente à base do leite de búfala.

“Hoje trabalhamos com um portfólio muito diversificado, que compreende desde queijos frescos voltados para dietas de baixo valor calórico de cottage e ricota. Já para pessoas com restrição a lactose, temos uma linha de produtos para o dia a dia como requeijão, creme de ricota, minas frescal e minas padrão e ainda também aqueles dedicados a atender os mais renomados chefes em pratos cada vez mais elaborados. Desses os que mais se destacam são os tradicionais na cultura Italiana, que são as burratas e as mozzarellas imersas no formato de bolinhas”, pontua João Batista.

Recentemente, a empresa lançou o leite pasteurizado A2A2 e o creme de leite fresco. Além disso, hoje o Laticínios Bom Destino possui autorização para exportação para os Estados Unidos e busca certificação para novos mercados.