

NÓS AMAMOS LEITE!

SILEMGEMAÇÃO

QUAIS OS CAMINHOS PARA O SETOR LÁCTEO PROSPERAR?



O mercado para as indústrias de laticínios continua desafiador e as perspectivas de mudanças para o setor ainda permanecem incertas até o final de 2021. Ao mesmo tempo, se empenhar em iniciativas, independentemente do cenário atual, pode ser a aposta certa para prosperar.

Mas afinal, quais ações podem ser colocadas em prática para extrair e alcançar resultados assertivos? Para o CEO da Agripoint, **Marcelo P. Carvalho**, um dos caminhos é investir em iniciativas que se conectem, de maneira verdadeira e transparente, com os consumidores. “Acredito que é possível fazer isso em quatro simples passos. O primeiro, é entender as demandas do consumidor, principalmente das gerações mais novas, que hoje são as protagonistas dentro do nosso setor; o segundo, é trazer a ciência para o jogo, ou seja, é produzir conscientemente, segundo as metas de sustentabilidade; é importante, também, contar a nossa história. Isso porque, de um lado temos que fazer a lição de casa e, do outro, ter transparência e mostrar de fato o que é a nossa empresa e o que acontece nela; por fim, inovar, para conseguir se destacar”.



Ainda de acordo com o CEO, dentro do cenário de oportunidades, a inovação tem demasiado peso para o setor. “Estruturamos nossa cadeia muito baseada na commodity. Os produtos inicialmente eram focados para o mercado de massa e vendidos nas grandes redes, mas o que já conseguimos enxergar hoje, e cada vez mais, é a necessidade de diversificação de produtos e de nicho também. Então, hoje, para as indústrias prosperarem, serem grandes, é preciso ter vários mercados pequenos, que no agregado fazem o volume”, enfatiza Marcelo que também ressalta que a inovação não precisa ser apenas um novo produto.

“A inovação pode estar em outros campos, como por exemplo, na origem do produto ou em uma embalagem. Assim como os snacks lácteos também, que hoje são uma tendência. Ou seja, a novidade pode estar presente na rastreabilidade de um produto, na transparência em como você produz e comercializa”.

Estes e outros assuntos, foram abordados durante o Dairy Vision 2021, realizado nos dias 17, 18, 23 e 24 de novembro. Entre os principais pontos abordados no evento também estiveram: os desafios e oportunidades que o setor lácteo brasileiro terá à frente; o cenário macro do setor; tendências em tecnologia, proposta de produto, valor e serviço; sustentabilidade: com foco na redução da emissão de carbono e o reaproveitamento do soro lácteo; entre outros.

EM DESTAQUE

NOVA ROTULAGEM: COMO AS INDÚSTRIAS DE LATICÍNIOS PODEM E DEVEM COMEÇAR A SE PREPARAR?

Em menos de um ano, entrará em vigor a nova norma sobre rotulagem nutricional: a RDC nº429/2020 Anvisa, programada para acontecer em 09 de outubro de 2022. Entre as principais mudanças, destacam-se a utilização de um símbolo, em forma de lupa, que deve ser colocado no rotulo de alimentos cujas quantidades de açúcares adicionados, gorduras saturadas e sódio sejam iguais ou superiores aos limites definidos.

Sua aplicação deverá ser no painel principal do rótulo, na parte superior do produto, por ser uma área facilmente capturada pelo olhar. A Tabela de Informação Nutricional é outro ponto que será modificado na nova lei. Com as alterações, ela passará a ter apenas caracteres pretos em fundo branco e deverá ficar próxima à lista de ingredientes. Outro item previsto será a obrigatoriedade da declaração de açúcares totais e adicionados; nutrientes de relevância para a saúde; bem como a declaração do valor energético e dos nutrientes por 100 g ou 100 ml do alimento, para permitir comparações.

O número de porções contidas na embalagem também deverá ser informado obrigatoriamente. No modelo antigo, não era previsto local para serem colocadas as alegações nutricionais e não havia, também, nem tamanho de fonte. Com as mudanças aprovadas, há regras para que essas informações sejam claras para o consumidor e não se sobreponham ao símbolo frontal.

Para **Cristina Mosquim**, consultora técnica da Viva Lácteos e ABIQ (Associação Brasileira das Indústrias de Queijo), o setor lácteo foi beneficiado devido ao reconhecimento da importância destes produtos na prevenção de doenças crônicas não transmissíveis, como osteoporose, e para a recuperação muscular, dentre outros. “Dessa forma, os leites pasteurizados, UHT e em pó, não serão rotulados. Assim como os leites fermentados sem adição e os queijos, não terão chamadas, desde que os nutrientes críticos adicionados não ultrapassem os limites pré-estabelecidos. Para os produtos lácteos que têm a gordura e o sal como ingredientes obrigatórios na sua regulamentação, também não será necessário colocar os símbolos”, enfatiza.



COMO SE PREPARAR PARA ESTA TRANSIÇÃO?

As indústrias de laticínios podem e devem começar a pensar nas alterações da tabela nutricional, já que será obrigatória a declaração de açúcares totais e adicionados. Portanto, é importante solicitar aos fornecedores que informem a quantidade e quais açúcares totais e adicionados têm nos ingredientes e aditivos de cada produto. “Alguns veículos de adoçantes e aromas, como por exemplo, maltodextrina e lactose, deverão ser computados no total de açúcares adicionados, pois os mesmos irão impactar o cálculo do valor energético. Para os produtos que terão a rotulagem nutricional frontal, as chamadas são por 100 g ou 100 ml do alimento, para permitir comparações. Algumas alegações, como uma chamada *light* em gordura no produto que ultrapassem o limite estipulado para alto em gorduras saturadas, também não serão mais aceitas”, esclarece Cristina.

Orienta, ainda, que as empresas devem começar a se programar para as mudanças previstas. “Isso significa que o ideal é não comprar estoques de produtos de produtos, principalmente para aqueles com baixa rotatividade. Um produto colocado no mercado um dia antes da entrada em vigor da norma, por exemplo, poderá permanecer com o rotulo antigo até o fim do seu prazo de validade. Portanto, prudência e planejamento a partir de agora, são importantes para evitar desperdício e descarte de embalagens”.

Para conferir a RDC nº429/2020 Anvisa completa, [clique aqui](#).

NOSSO ASSOCIADO

NEGÓCIOS EM FAMÍLIA, O ALICERCE DA LATICÍNIOS SABOR DA SERRA



Há 28 anos, os irmãos **Romero de Paula Valle** e **Heliton Ronaldo de Paula Valle** aproveitaram a produção leiteira da propriedade rural da família, localizada em Lima Duarte, interior de Minas Gerais, para fundar a Laticínios Sabor da Serra. Nessa época, com o trabalho de apenas quatro funcionários e uma produção pequena – de somente 700 litros de leite diários –, eles deram início aos negócios em família, produzindo queijos prato, minas padrão, parmesão e muçarela que, na época, eram comercializados apenas em Juiz de Fora.

Em 1997, Robson Paula Valle, filho de Romero, começou a trabalhar na empresa. Oito anos depois, tornou-se um dos sócios e passou a integrar a diretoria, posição que ocupa hoje, como CEO. “Nosso empresário passou a linha de produção com maquinários modernos e a gama de produtos aumentou significativamente. Mas ainda preservamos parte do processo de produção artesanal, que é considerado um diferencial de mercado e não abrimos mão. Hoje, temos em linha 70 *sku's* e produzimos vários tipos de produtos, como queijo, manteiga, cremes, além dos requeijões, que são nosso carro chefe”, conta.

Ao longo da sua trajetória, o mercado da Laticínios Sabor da Serra também foi ampliado. Hoje, os produtos são comercializados nas regiões mineiras do Campo das Vertentes, Zona da Mata, Sul de Minas, Belo Horizonte e Região Metropolitana; também são encontrados na cidade do Rio de Janeiro, na Região Serrana e no Sul Fluminense. “O ano de 2008, foi quando demos nosso maior salto. Naquele ano, deixamos de ser uma marca regional para conquistar novos mercados. Assim, aumentamos a nossa produção, investindo em pessoas, na indústria e na logística. Desta forma, conquistamos nosso crescimento sustentável”, conta Robson.

Atualmente, cerca de 90% da captação da empresa é feita diretamente com pequenos e médios produtores rurais da região (num raio de até 80 quilômetros), e o restante com Cooperativas e Laticínios parceiros. Entre os principais produtos da empresa, estão os queijos frescos, queijos maturados, creme de leite, creme de ricota, manteigas, mix de manteiga, requeijão cremoso, requeijão culinário e doce de leite.

“Consideramos nossos colaboradores e produtores rurais o nosso maior patrimônio. Trabalhamos desde sempre, com muita união e sempre em busca de alternativas para melhorias. Todos nós estamos passando por anos difíceis, mas independentemente disso, continuamos lançando novidades no mercado, produzindo e entregando aos nossos consumidores produtos de qualidade”.

PRÓXIMOS PASSOS

Para 2022, a Laticínios Sabor da Serra irá manter sua estratégia de abertura de mercado e novos produtos. Com isso, a empresa espera ultrapassar o crescimento traçado para o ano 2021. Para isso, ela está investindo em melhorias em seu parque fabril para aumentar sua capacidade produtiva e de estocagem.

“Não é fácil chegar aos 28 anos de empresa, todos nós sabemos disso. Empresa esta, que tem como alicerce, os negócios em família, que já está em sua 2ª geração e caminhando para 3ª. Acompanhei desde o início esta jornada, que começou com meu pai e tio. E nestes quase 30 anos de história, muitas dificuldades foram superadas. Ver nossa empresa caminhando é um sonho realizado que gostaria que meu pai, Romero, que já não deixou, vivenciasse. Para meu sócio e tio Heliton que um sonho em vida, já que ele segue na ativa conosco até hoje”.

Para conhecer a Laticínios Sabor da Serra, acesse:

<https://www.sabordaserramg.com.br/>