

29 de junho de 2022

## COMUNICADO À IMPRENSA

### **Pesquisa da Arla Foods Ingredients destaca características distintas de consumidores no setor de nutrição esportiva convencional**

Os consumidores convencionais estão cada vez mais buscando proteína para nutrição esportiva, mas suas necessidades e motivações de compra variam, de acordo com um grande estudo global<sup>1</sup> feito pela Arla Foods Ingredients.

Quarenta e três por cento dos 12 mil consumidores pesquisados disseram que buscavam proteínas adicionadas ao escolher alimentos e bebidas para exercícios, chegando a 52% entre os que tinham entre 18 e 29 anos. Esse interesse em proteína está crescendo, com 31% declarando que aumentaram seu uso nos últimos dois anos em comparação com apenas 7% que o reduziram.

A pesquisa aprofundada, que analisou como as pessoas compram no mercado de nutrição esportiva e percebem uma vida saudável, permitiu à Arla Foods Ingredients identificar três tipos distintos de consumidor, cada um com diferentes atitudes em relação ao exercício, à nutrição e às proteínas.

O primeiro grupo, chamado de Os Entusiastas, se exercita vigorosamente pelo menos três vezes por semana e normalmente escolhe alimentos e bebidas criados para apoiar o desempenho atlético. Eles pontuam acima da média em muitas áreas, por exemplo, 93% têm um interesse muito alto em proteínas e 60% buscam de forma ativa produtos de nutrição esportiva com proteína adicionada.

“Saúde Fácil” refere-se ao segundo grupo de consumidores. Eles seguem um estilo de vida relativamente ativo, equilibrado com um interesse em nutrição, e tendem a responder de forma positiva a tendências populares em saúde. Como os Entusiastas, eles escolhem alimentos com alto teor de proteína para ajudar em áreas como recuperação esportiva, mas dificilmente abrirão mão do sabor para favorecer a funcionalidade.

---

<sup>1</sup> O “Mainstream Exercise and Nutrition Global Consumer Segments Report” (Relatório de segmentos de consumidores convencionais globais em relação a exercício e nutrição) feito pela Arla Foods Ingredients em agosto de 2021, usa o estudo de tendências internacionais “Consumers and Healthy Living” de 2020 da Health Focus International, baseado em uma pesquisa com 12.336 consumidores de 22 países. A Arla Foods Ingredients também possui conclusões da pesquisa que são especificamente relacionadas aos participantes dos EUA, Reino Unido, Brasil, China e Japão.

Aqueles no terceiro segmento, os De Bem com a Saúde, não priorizam o exercício, mas se concentram bastante no impacto da dieta na saúde. Os De Bem com a Saúde tendem a favorecer produtos bebíveis, como smoothies, águas e kefir, porque acreditam em seus benefícios à saúde (59%) e querem bebidas que adicionem vitaminas e nutrientes à dieta em geral (56%).

Troels Nørgaard Laursen, diretor de Health & Performance Nutrition, Arla Foods Ingredients, disse: “Agora que a nutrição esportiva se popularizou, é cada vez mais importante para os fabricantes nessa categoria entenderem as atitudes dos consumidores em relação ao exercício, à nutrição e aos principais ingredientes como a proteína. Fomos capazes de identificar três tipos distintos de consumidor, proporcionando dicas úteis para que os produtores possam promover a proteína a esses diferentes segmentos”.

Anne Høst Stenbæk, chefe de Marketing na Arla Foods Ingredients acrescentou: “Uma alta proporção de Entusiastas diz que faz um esforço consciente para seguir uma dieta saudável e opta por alimentos que melhorem seu desempenho atlético. Eles estão dispostos a abrir mão do sabor e da conveniência para alcançar isso, então, para eles, é tudo uma questão de funcionalidade. Em contraste, os consumidores Saúde Fácil concordam que um estilo de vida ativo é muito importante para contribuir com a saúde em geral, mas este grupo não está disposto a deixar o sabor de lado, então os fabricantes precisam abordá-los de forma diferente.

Ela continuou: “E, embora aqueles no terceiro grupo, De Bem com a Saúde, não se concentrem em exercícios, seu interesse em nutrição é elevado, talvez mais alto do que nos outros grupos. Eles são muito receptivos a alegações de saúde cientificamente comprovadas, então o foco nos benefícios à saúde trazidos pela proteína como superingrediente seja uma boa estratégia para os fabricantes. Este grupo não necessariamente busca alimentos que sejam ligados de forma direta a ser ativo, mas mostra um forte interesse em proteínas para coisas como energia, controle de peso e energia mental”.

A Arla Foods Ingredients tem anos de experiência no fornecimento de ingredientes, como proteínas isoladas, concentradas e hidrolisadas do soro de leite, para o mercado de nutrição esportiva, e este mais recente estudo é parte da estratégia da empresa em manter sua posição como líder neste setor.

**Para mais informações, entre em contato:**

Sonya Hook, Ingredient Communications

Tel: +44 (0)7498 539765 | Email: [Sonya@ingredientcommunications.com](mailto:Sonya@ingredientcommunications.com)

**Sobre a Arla Foods Ingredients**

A Arla Foods Ingredients é a líder global em soluções de soro de leite com valor agregado. Descobrimos e fornecemos ingredientes derivados do soro do leite, oferecendo apoio à indústria alimentícia no desenvolvimento e processamento eficiente de alimentos mais naturais, funcionais e nutritivos. Nós trabalhamos em mercados globais em nutrição infantil, clínica, esportiva, alimentos saudáveis e outros alimentos e bebidas.

Cinco razões para nos escolher:

- Temos P&D em nosso DNA

- Oferecemos qualidade superior
- Somos seu parceiro de negócios de confiança
- Apoiamos a sustentabilidade
- Garantimos segurança em suprimento

A Arla Foods Ingredients é uma subsidiária 100% de propriedade da Arla Foods. Nossa matriz está localizada na Dinamarca.

**LinkedIn**

<http://www.linkedin.com/company/arla-foods-ingredients>

**LinkedIn (América Latina)**

<https://www.linkedin.com/showcase/arla-foods-ingredients-latin-america/>

**LinkedIn (China)**

<https://www.linkedin.com/showcase/arla-foods-ingredients-china/>