

# BEBIDAS PARA HOMENS: SACIANDO A SEDE DE INOVAÇÃO



## INTRODUÇÃO

Na América Latina, historicamente os homens têm exercido o papel de braço forte da família. Talvez por isso os homens relutem em procurar aconselhamento médico quando necessário, e esse é considerado um dos fatores responsáveis pelas diferenças entre a saúde masculina e a feminina, com maior probabilidade de os homens apresentarem problemas de saúde. Porém, os tempos estão mudando. Em razão da moderna guinada rumo à maior igualdade entre gêneros, os produtos de cuidado pessoal e de nutrição funcional deixaram de ser um privilégio feminino.

Atualmente, um número cada vez maior de homens está adotando uma abordagem mais proativa e engajada em relação à saúde e ao bem estar. No entanto, as perspectivas masculinas sobre a saúde e a nutrição permanecem pouco pesquisadas, ao contrário das atitudes femininas em relação a esses dois tópicos. Esse fator, combinado com a tradicional relutância masculina de discutir questões referentes aos cuidados pessoais com a saúde e com o bem estar no contexto social, contribui para

uma vasta lacuna de conhecimento na indústria. Os fabricantes de bebidas não podem mais desconsiderar esse segmento de mercado em expansão e devem garantir que seus produtos, desde a embalagem até o marketing, levem em conta importantes questões e interesses referentes à saúde masculina.

## TENDÊNCIAS DE SAÚDE PELO MUNDO AFORA

Para investigar o assunto e obter uma compreensão mais aprofundada quanto às percepções que os homens têm sobre suas necessidades de saúde e de nutrição, no começo deste ano a DSM Nutritional Products realizou uma pesquisa em seis países (Brasil, Alemanha, Japão, China, França e Estados Unidos). A pesquisa *on-line* anônima procurava avaliar os pontos de vista de uma amostra nacionalmente representativa: 250 pessoas em cada país, em um total de 1.500. Os resultados forneceram um panorama útil das preferências nacionais capaz de ajudar os fabricantes de bebidas fortificantes a melhor atender as necessidades de seus grupos alvo de consumidores. Curiosamente, os resul-

tados do estudo sugerem que os homens mostram maiores diferenças nacionais quando se trata de saúde e nutrição do que as mulheres, que tendem a exibir diferenças por fatores como idade e renda.

No Brasil, a pesquisa revelou que as três principais preocupações masculinas em matéria de saúde envolvem problemas cardíacos, oculares e mentais. Por outro lado, as áreas da saúde que mais interessam os brasileiros foram alimentação e nutrição saudáveis, saúde sexual e fitness em geral. A pesquisa da DSM, portanto, revela uma importante distinção entre as preocupações e os interesses dos consumidores do sexo masculino quando o assunto é saúde.

## PENSAMENTO GLOBAL, AÇÃO LOCAL

O estudo da DSM também nos dá uma ideia útil sobre as atitudes em relação aos ingredientes funcionais. Mais de 25% dos entrevistados alegaram utilizar esses ingredientes para manter a saúde, com os brasileiros aparecendo como os maiores usuários. Porém, as diferenças específicas entre os países predominam. Por exemplo, dos seis

países pesquisados, o Brasil tem a preferência mais acentuada por comidas e bebidas funcionais. Os homens brasileiros também demonstraram interesse acima da média em vitaminas e suplementos dietéticos. Além disso, quando solicitados a especificar um método preferido de manutenção geral da saúde, os homens da América Latina escolheram produtos nutricionais fortificados em detrimento de exercício rotineiro, dieta saudável, produtos de beleza e medicação prescrita.

## JOGO DE GERAÇÕES

No cômputo geral, o uso de produtos funcionais é maior entre indivíduos do sexo masculino na faixa etária de 18 a 24 anos. Isso pode ser atribuído ao fato de que jovens em geral são mais informados sobre vários ingredientes funcionais e seus benefícios à saúde. O humor e o estresse tendem a estar entre as principais preocupações dos homens entre 25 e 35 anos, enquanto homens da faixa etária dos 55 aos 64 anos se preocupam, principalmente, com base em problemas de saúde já diagnosticados. Além disso, a idade mostrou influência maior em certos países, em que grupos mais velhos apresentaram menos probabilidade de usar quaisquer ingredientes de saúde.

A pesquisa realça uma forte correlação entre os níveis de conscientização



e o uso das bebidas funcionais. Em resumo, indivíduos do sexo masculino bem informados sobre os benefícios dos ingredientes funcionais tendem a consumi-los mais. Para conquistar maior participação de mercado e assegurar lucratividade, fica evidente que os fabricantes de bebidas devem educar os consumidores masculinos sobre o valor adicionado de seus produtos.

## UM BRINDE À SAÚDE

Os homens tendem a buscar soluções de saúde que eles consigam administrar sozinhos, mantendo sua tradicional independência e, ao mesmo tempo, levando em conta as mudanças do estilo de vida moderno. Bebidas prontas e misturas em pó são as aplicações nutracêuticas mais populares

para os homens. Em todos os seis países, 22,9% dos respondentes usavam bebidas funcionais como cuidado preventivo; 21,2% motivados pelo acréscimo de energia mental e 19,6% para melhorar o consumo de nutrientes essenciais, a fim de manter uma dieta saudável.

Seu formato conveniente e sua ampla variedade de sabores oferecem aos fabricantes flexibilidade para aproveitar a oportunidade de desenvolver novos produtos, com o objetivo de atender as preferências e gostos regionais, tais como os sabores tropicais preferidos na América Latina. A pesquisa da DSM também forneceu uma percepção sobre a ampla popularidade das bebidas com sabores de frutas, sucos e iogurtes enriquecidos com vitaminas, os quais foram citados como as aplicações nutracêuticas preferenciais pelos entrevistados brasileiros. No geral, as bebidas de frutas se revelaram a categoria de bebida mais popular, à frente das bebidas lácteas e energéticas.

## QUATRO PREOCUPAÇÕES PRINCIPAIS

Os fabricantes de bebida podem capitalizar o florescente interesse masculino em nutrição através de valor agregado por meio da incorporação de uma série de ingredientes funcionais que enfatizem as principais preocupações de saúde em seus produtos. Depois de analisar os dados do consumidor internacional, a DSM identificou a saúde sexual, a alimentação e a nutrição saudáveis e o desempenho físico como as





principais áreas de interesse dos homens brasileiros.

Para auxiliar os fabricantes a criar bebidas que levem em conta as principais preocupações masculinas, a DSM oferece uma vasta e versátil linha de ingredientes funcionais, adequados à maioria das aplicações de bebidas. Por exemplo, os micronutrientes podem contribuir para melhorar a vitalidade sexual e fertilidade masculinas - aspecto que preocupa 75,2% dos participantes da pesquisa internacional da DSM. Zinco, vitamina C e selênio são cruciais para a espermatogênese e a fertilidade masculina. Da mesma forma, o licopeno, importante carotenóide prontamente absorvido e circulado pelo corpo humano, acumula-se na próstata depois de ser ingerido. A suplementação pode ajudar a aumentar o conteúdo de licopeno, melhorando a concentração e a mobilidade de espermatozoides.

Um dos principais interesses dos homens sempre tem sido manter o condicionamento físico. PeptoPro<sup>®1</sup> da DSM facilita a liberação de aminoácidos eficientes durante atividades físicas intensas, quando a capacidade digestiva do corpo está comprometida. Testes revelaram que PeptoPro<sup>®</sup> melhora a resistência e o desempenho, estimula o crescimento muscular, acelera a recuperação e diminui as dores musculares.<sup>2,3,4,5</sup>

Bebidas energéticas e bebidas fortificadas com vitaminas deixaram de

ser um produto de nicho, com alvo em atletas e esportistas entusiastas; em vez disso, cada vez mais essas bebidas são aceitas como itens básicos do dia a dia, capazes de ajudar as pessoas a manter um estilo de vida movimentado. Longos dias de trabalho e exigências da vida social podem afetar a capacidade de atenção e os níveis de energia dos homens. Os consumidores estão trocando refrigerantes adoçados e ricos em cafeína por bebidas que contribuam para o seu consumo diário recomendado de nutrientes vitais. Bebidas fortificadas ou funcionais fornecem um efeito de revitalização menos imediato, mas com frequência mais duradoura, além de exercerem um possível impacto positivo na saúde e no bem estar em geral. Carotenóides, vitaminas e minerais, todos estão recebendo muita atenção. A vitamina E, nutriente essencial e antioxidante poderoso, também é vastamente utilizada nas bebidas vitaminadas, devido aos amplos benefícios de saúde que proporciona.

## RESUMO

Fabricantes de bebidas ávidos por criar uma atrativa linha de bebidas funcionais, em sintonia com as necessidades e preocupações da saúde masculina, podem contar com o apoio da DSM. Com protótipos prontamente disponíveis no formato de dose de bebida saudável para inspirar inovação

nas plataformas de produtos de saúde masculina, todos os ingredientes funcionais da DSM estão disponíveis individualmente ou como parte de um premix Quali<sup>®6</sup>-Blends para uma ampla gama de formulações de bebida especiais para os benefícios de saúde desejados; assim, qualquer combinação de ingredientes é possível. Além disso, todos os ingredientes da DSM são protegidos pelo selo 'Quality for Life'<sup>7</sup>, garantindo que a fonte dos ingredientes seja confiável, segura e sustentável.

## CONFIE NOS ESPECIALISTAS

A DSM Nutritional Products reserva-se os direitos de propriedade do relatório de pesquisa (fev-mar 2011) sobre as opiniões masculinas relativas à saúde e ao bem estar em seis países.

O portfólio de ingredientes da DSM é desenvolvido em resposta aos dados de marketing coletados e se estrutura com base em três áreas de preocupação: nutrição geral, saúde sexual e aptidão física. Esclarecimentos adicionais detalhados sobre os padrões de comportamento de homens dos seis países pesquisados estão disponíveis em caso de solicitação.

\* Kristina Cselovszky é gerente de marketing global para saúde masculina da DSM Nutritional Products.

### Bibliografia

- <sup>1</sup> PeptoPro<sup>®</sup> é marca registrada da DSM
- <sup>2</sup> Beelen M, et al. (2008) *Am J Physiol Endocrinol Metab* 295:1:E70-7
- <sup>3</sup> Saunders MJ, et al. (2009) *Int J Sport Nutr Exerc Metab* 19:2:136-49
- <sup>4</sup> Moore RW, et al. (2007) *J Am Coll Sports Med* 39:5:S89 (abstract)
- <sup>5</sup> Koopman R, et al. (2007) *Am J Physiol Endocrinol Metab* 293:3:E833-42
- <sup>6</sup> Quali-Blends é marca registrada da DSM
- <sup>7</sup> Quality for Life<sup>™</sup> é marca registrada da DSM



**DSM Produtos Nutricionais  
Brasil Ltda.**

Av. Eng. Billings, 1.729 - Prédio 31  
05321-010 - São Paulo, SP  
Tel.: (11) 3760-6300  
Fax: (11) 3760-6492

[www.dsmnutritionalproducts.com](http://www.dsmnutritionalproducts.com)