

# Produtos funcionais

## MANTÊM IDOSOS EM FORMA E ATIVOS

A faixa etária acima dos 65 anos é a que apresenta maior crescimento demográfico. Segundo a Euromonitor International, agora é a hora de dar a estes consumidores alimentos e bebidas funcionais formulados especificamente para as suas necessidades.

### A POPULAÇÃO MUNDIAL ESTÁ ENVELHECENDO RÁPIDO

Um dos maiores desafios do século 21 é melhorar a qualidade de vida de uma população com maior idade, a qual constitui o grupo demográfico com o mais rápido aumento em escala global. De acordo com dados da Euromonitor International, a faixa demográfica acima dos 65 anos de idade cresceu 12% no período de 2004 a 2009, comparado a 8% da faixa de 15 a 64 anos de idade, e apenas 1% para a faixa com 14 anos ou menos. Em 2010, a faixa etária acima dos 65 anos totaliza aproximadamente 541 milhões de consumidores a nível mundial e, em 2014, esse número crescerá para aproximadamente 600 milhões. Cerca de 100 milhões de pessoas estão atualmente na faixa dos 80 anos de idade.

### NECESSIDADES NUTRICIONAIS ESPECIAIS

Embora haja um extraordinário grau de conscientização quanto às necessidades nutricionais especiais de crianças e

mulheres grávidas, com abundância de alimentos e bebidas funcionais dirigidas a estes grupos, os idosos, cujas necessidades dietéticas são também específicas, ainda são quase totalmente ignorados pelos fabricantes e comerciantes. Contudo, devido ao maior crescimento dessa faixa etária, essa situação tende a mudar num futuro próximo.

As pessoas mais idosas estão com alto risco de deficiências nutricionais; existe um declínio gradual de sua capacidade de olfato, paladar e mastigabilidade dos alimentos, levando muitas vezes ao que é descrito como anorexia do envelhecimento, quando o apetite e a ingestão de alimentos são significativamente reduzidos. A falta de macronutrientes, ou seja, carboidratos, gorduras e proteínas, manifesta-se na perda de peso progressiva, sendo cada vez mais comum, especialmente em uma idade mais avançada. O declínio concomitante da massa corporal muscular no envelhecimento leva a diminuição da densidade óssea, atrofia do músculo cardíaco e perda de mobilidade. Nesses casos, a baixa ingestão de proteína é uma grande preocupação.

Mesmo que a dieta dos idosos seja razoavelmente saudável e suficiente

em calorias, a eficiência do aparelho digestivo diminui com a idade, o que significa que não são mais capazes de absorver ótimos níveis de nutrientes dos alimentos. A ingestão de pouca fibra na dieta também é uma preocupação comum, prejudicando ainda mais o processo digestivo. Em termos de carências em micronutrientes, os idosos apresentam alto risco de deficiências em vitaminas C, D e B<sub>12</sub>, ácido fólico, cálcio, ferro e zinco.

Os efeitos prejudiciais da desnutrição física relacionada à idade são variados e incluem a redução da função do sistema imunitário, perda da aptidão física e da força, e redução da capacidade cognitiva e afinamento dos ossos. As fraturas decorrentes da osteoporose, por exemplo, são uma das principais causas de morbidade e mortalidade em idosos.

### ESTILO DE VIDA SAUDÁVEL

Existe uma clara necessidade de consumo de produtos funcionais especialmente formulados e orientados para pessoas idosas. Até agora, essa demanda está sendo, em parte, atendida por produtos como o Build-Up (Nestlé), Complan (Heinz), Ensure (Abbott Laboratories) e Sustagen (Bristol-Myers Squibb), um mercado avaliado em US\$ 1,3 bilhões (valor de faturamento) em 2009, segundo dados da Euromonitor International. Muitos desses produtos são bastante inovadores e saborosos, como shakes, sopas e misturas para sobremesas. No entanto, eles tendem a ser bastante medicalizados em seu posicionamento, ao invés de serem orientados para o consumidor idoso como um produto de consumo diário essencial à manutenção da saúde.

Em janeiro de 2010, a Nestlé anunciou o lançamento de Resource® SeniorActiv, classificado na Suíça, como Alimento Destinados a Fins Medicinais, com lançamento iminente em outros países europeus. A Nestlé afirma que seu produto tem como objetivo impedir “o processo em espiral de perda de músculo e peso, que resulta em fadiga e perda da independência”. Além de uma ampla gama de nutrientes, como proteínas, vitamina D, cálcio, etc., o

produto também contém prebióticos, que são benéficos para a saúde digestiva.

O Resource® SeniorActiv, é apresentado em pequenas garrafas *ready-to-drink* e se propõe a ajudar os idosos a “recuperar a força e manter-se independentes”, constituindo-se, em sua essência, em um outro produto de uso em convalescença médica, embora cuidadosamente formulado para atender às necessidades específicas de pessoas idosas.

### A PRINCIPAL NECESSIDADE DOS PRODUTOS PARA IDOSOS

Agora, talvez seja o momento de considerar a introdução de alimentos e bebidas funcionais destinados ao consumidor com idade acima dos 65 anos, que é ainda relativamente apto e ativo, e que deseja permanecer assim por um longo tempo. Os consumidores maduros estão cada vez mais interessados na prevenção de doenças e na manutenção da sua qualidade de vida.

Ao contrário dos alimentos ingeridos em fase de convalescença, esses produtos não devem focar a recuperação da doença, mas a prevenção de debilidades e fragilidades decorrentes do envelhecimento. A idéia principal é que é muito mais fácil manter-se em forma, com massa muscular e óssea saudáveis, de que tentar recuperá-las após o corpo ter sucumbido à doença. Os consumidores maduros temem e evitem a hospitalização e, sem dúvida, são muito receptivos a produtos que lhes permitam afastar essa ameaça e uma possível perda de independência em longo prazo.

Além de atender às necessidades nutricionais, os aspectos de sabor, textura e prazer em comê-los são igualmente importantes para o sucesso de tais pro-

duto. A diversidade de formatos, como shakes, garrafinhas do tipo porção única, pós, sopas em envelopes/saquinhos unitários, barras fáceis de mastigar, e cookies para acompanhar um chá à tarde, é provavelmente a estratégia mais prudente. As ofertas devem ser adaptadas a um vasto leque de preferências individuais e estilos de vida, e também incentivar a variedade da dieta.

E não há porque parar apenas nos alimentos, as bebidas também são importantes para esta faixa demográfica. O risco de desidratação é muito mais comum em pessoas idosas por uma série de razões, como por exemplo, o afinamento da pele decorrente do

sede, solicitando ingestão de bebida. Bebidas funcionais para essa faixa etária podem facilmente ser enriquecidas com vitaminas, minerais, fibra solúvel e até proteínas.

Outros fatores, além de formulação, sabor e formato, são importantes para que esses produtos possam atingir o seu público-alvo. A acessibilidade e a distribuição devem ser consideradas. Os consumidores idosos muitas vezes possuem um orçamento mais limitado, criando consequentemente a necessidade de se oferecer esses produtos por preços mais acessíveis. Formatos grandes, embalagens múltiplas e grandes podem não ser necessariamente o caminho para

os consumidores idosos, uma vez que os mesmos podem não ter acesso regular a um carro, e que sua capacidade física de carregar peso não é tão elevada como a de um jovem.

Seguindo esse raciocínio, a disponibilidade não deve ser restrita apenas aos supermercados e hipermercados, mas estender-se as lojas de conveniência e a outros canais locais frequen-



tados por consumidores idosos, considerando que muitos deles fazem a maior parte de suas compras perto de onde moram. No entanto, as farmácias locais não podem ser o ponto de distribuição de escolha, pois irão medicalizar essas ofertas, tornando-se efetivamente concorrentes diretos dos produtos típicos para convalescença lá vendidos.

### EVITANDO A DESIDRATAÇÃO

A desidratação pode causar sonolência, confusão, constipação intestinal e infecções do trato urinário, entre outros problemas. Nesse aspecto, novamente a educação do consumidor é importante; pessoas mais idosas precisam estar cientes de que seus corpos estão perdendo líquido mais rápido do que quando eram mais jovens e que não podem mais contar com os sinais corporais da



**Euromonitor International**  
Latin America

Avenida Apoquindo 4501, oficina 1.102  
7580125 - Las Condes - Santiago - Chile  
Tel.: (+56) 915-7211  
Fax: (+56) 915-7201  
[www.euromonitor.com](http://www.euromonitor.com)