



Aumentam as exportações de confectionery e snacks brasileiros no primeiro semestre.

As exportações de confectionery e snacks do Brasil aumentaram 7,14% no primeiro semestre deste ano, alcançando US\$ 255,1 milhões. A expansão das vendas externas do setor confirma a tendência que já vem desde 2017, quando as exportações registraram forte crescimento de 19,4% em relação ao ano anterior. A expectativa é de que a tendência se mantenha, segundo indicam estudos do Brasil Sweets and Snacks, um projeto de exportação criado em parceria pela Associação Brasileira da Indústria de Chocolates, Cacau, Amendoim, Balas e Derivados (ABICAB) e pela Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).

Entre janeiro e junho de 2018, as exportações de doces típicos brasileiros – feitos de amendoim, como paçoca e pé de moleque – além do tradicional doce de leite, barrinhas de cereais e chocolate tiveram aumento mais expressivo. As exportações de doces brasileiros cresceram 9,9% no primeiro semestre, as de barrinhas de cereais aumentaram 5,8% e as de chocolate, 2,7%, na comparação com o mesmo período do ano passado. Também as vendas de amendoim in natura registraram um forte aumento, 33,85% em valor nos primeiros seis meses do ano. “Nos últimos anos, a indústria brasileira de confectionery vem

investindo fortemente em automação e tecnologia, e está colhendo os resultados”, diz Ubiracy Fonseca, presidente da ABICAB.

Produtos Saudáveis

Outro setor em expansão no Brasil e que começa a integrar o portfolio de exportação do Brasil são doces e snacks da linha Better for you, mais saudáveis e free from ingredientes associados a intolerâncias alimentares. Esse tipo de produto atende à crescente demanda nacional e internacional por uma alimentação mais saudável. A Montevérgine lançou três novas linhas desses produtos nos últimos meses. Entre elas, a linha Pick Nick, de confeitos drageados em três sabores, uva passa, banana e cereal – todos feitos com ingredientes naturais e cobertos com chocolate zero açúcar.

Também lançou a linha Torrone Sport, que são barras feitas de amendoim e com 50% de recheio em três sabores, cranberry, cacau nibs ou coco – todos também feitos com ingredientes naturais, sem adição de açúcar, com alto teor de proteínas e fibras, e baixo de carboidratos. Outro produto novo da Montevérgine são as barras com alto teor de proteína whey, recheadas com brownies ou pasta de amendoim, ambas com alto teor de fibras e sem adição de açúcar.

“Já estamos exportando essas novas linhas de produtos para o Chile e estamos começando negociações com nossos distribuidores na Holanda, em Portugal e outros países da América Latina”, diz Guilherme Souza, gerente de exportação da Montevérgine.

Também a Riclan está impulsionando as vendas ao exterior de seus produtos Better for you, entre eles, a bala Pocket de café Zero Açúcar e o Caramelo My Toffee, de Leite Zero Açúcar e Zero Lactose, ambos lançados este ano. “Estamos abrindo novos mercados com esses produtos mais saudáveis, incluindo países e distribuidores diferentes dos que tradicionalmente adquirem nosso portfólio”, diz Antonio Romualdo Silva, diretor internacional de negócios da Riclan.

Fonte: Revista News