

# ALIMENTOS SEM LACTOSE MANTÊM APELO GLOBAL

## INTRODUÇÃO

Os alimentos sem lactose continuam a ser um dos motores de crescimento do mercado de saúde global e bem-estar. Os alimentos sem lactose, com faturamento global de US\$ 3,4 bilhões em 2009, representam 41% do faturamento mundial da categoria de produtos alimentícios para algum tipo de intolerância. Em termos de crescimento, os alimentos sem lactose superaram os de saúde e bem-estar em geral, com um CAGR (taxa composta de crescimento anual) global de 7% durante o período de 2004 a 2009, contra 6% do mercado como um todo.

O desempenho da categoria foi particularmente forte na América Latina, onde atingiu um CAGR de 75%, assim como na Europa



Oriental (15%) e Oriente Médio e África (14%). A Europa Ocidental, apesar de seu status de possuir um mercado bastante maduro, atingiu um CAGR surpreendentemente dinâmico de 10%. A América do Norte, por outro lado, que é o maior mercado regional de alimentos sem lactose, representando 58% das vendas globais em 2009, apresentou um CAGR mais modesto, de 3% para o mesmo período de 2004 a 2009.

A pesquisa da Euromonitor International mostra que os produtos lácteos sem lactose, como já era de se prever, representam o grosso das vendas da categoria, com uma participação de 67% do total, seguido pelas formulações lácteas sem lactose (28%) e sorvetes sem lactose, que contabilizam o restante. Os laticínios sem lactose também registraram um CAGR forte, de 14%.

As formulações lácteas sem lactose, por outro lado, registraram queda de crescimento anual de 3% a nível global. Uma razão para isto é o declínio na taxa de natalidade, particularmente nos países mais desenvolvidos e industrializados. Além disso, as formulações lácteas para lactantes intolerantes à lactose são frequentemente disponíveis mediante receita médica e, portanto, não adquiridos pelos consumidores de maneira convencional, por meio das redes de varejo convencionais. No entanto, formulações lácteas sem lactose estão apresentando um crescimento interessante em muitos mercados, como a França, onde a categoria conseguiu um CAGR de 67%, a Rússia (22%), Países Baixos (16%) e Indonésia (15%). Em nível regional, o Oriente Médio e a África surgiram como as regiões de maior crescimento, alimentadas por altas taxas de natalidade.



## A INTOLERÂNCIA À LACTOSE LIGADA À ETNIA

É praticamente impossível quantificar o número global de pessoas afetadas pela intolerância à lactose, e até mesmo a formulação de uma definição precisa de intolerância à lactose é complicada. De forma simplificada, as pessoas cujos corpos produzem quantidades insuficientes da enzima lactase, que é necessária para digerir a lactose, açúcar do leite, são consideradas intolerantes à lactose. Assim sendo, é claro que existem vários graus de intolerância à lactose, dependendo da quantidade de lactase que um indivíduo é capaz de produzir. De acordo com a *European Food Safety Authority* (EFSA), a maioria das pessoas com intolerância à lactose pode tolerar até 24g de lactose por dia, desde que este montante não seja consumido em uma única refeição.

A intolerância à lactose é geneticamente determinada e está relacionada à tradição na ingestão de produtos lácteos de uma população. Por exemplo, as taxas de incidência são mais baixas, cerca de somente 3%, entre brancos europeus ocidentais, que têm um longo histórico de ingestão de produtos lácteos para satisfazer as suas necessidades alimentares. Em populações onde o leite é tradicional-

ETNIA / REGIÃO GEOGRÁFICA	% COM INTOLERÂNCIA À LACTOSE
1. Leste Asiático	90% - 100% <sup>1</sup>
2. Indígenas (América do Norte)	80% - 100% <sup>3</sup>
3. Ásia Central	80% <sup>1</sup>
4. Afro-americanos (América do Norte)	75% <sup>2</sup>
5. Africanos (África)	70% - 90% <sup>1</sup>
6. Indianos (Sul da Índia)	70% <sup>1</sup>
7. Franceses (Sul da França)	65% <sup>1</sup>
8. Judeus Ashkenazi (América do Norte)	60% - 80% <sup>3</sup>
9. Região dos Balcãs	55% <sup>1</sup>
10. Latinos/Hispanicos (América do Norte)	51% <sup>2</sup>
11. Indianos (Norte da Índia)	30% <sup>1</sup>
12. Anglo (América do Norte)	21% <sup>2</sup>
13. Italianos (Itália)	20% - 70% <sup>1</sup>
14. Franceses (Norte da França)	17% <sup>1</sup>
15. Finlandeses (Finlândia)	17% <sup>1</sup>
16. Austríacos (Áustria)	15% - 20% <sup>1</sup>
17. Alemães (Alemanha)	15% <sup>1</sup>
18. Britânicos (Reino Unido)	5% - 15% <sup>1</sup>

1. Michael de Vrese, MD "Probiotics: Compensation for Lactase Insufficiency," American Journal of Clinical Nutrition, Feb., 2001  
2. Nevin S. Scrimshaw, MD "The Acceptability of Milk and Milk Products in Populations with a High Prevalence of Lactose Intolerance," American Journal of Clinical Nutrition, Oct., 1988  
3. National Institute of Child Health and Human Development "Lactose Intolerance: Information for Health Care Providers," NIH Publication No. 05-5303B, Jan., 2006

O fato de algumas percentagens serem exatas e outras serem fornecidas como um intervalo é o resultado das metodologias de pesquisa utilizadas pelos autores dos respectivos estudos

mente ausente da dieta, ou seja, nos povos subsaarianos, afro-caribenhos, sul-americano, da Ásia Oriental e nas populações do Sudeste Asiático, as taxas de incidência de intolerância à lactose são superiores a 90%. No Norte Africano, na América Central, Índia e nas populações do Oriente Médio, a intolerância à lactose afeta cerca de 50% das pessoas.

## A AMÉRICA LATINA OFERECE MAIOR CRESCIMENTO

O mercado latino-americano surge como a região de crescimento mais dinâmica no período em análise, com o valor de vendas de alimentos sem lactose passando de US\$ 22 milhões para US\$ 359 milhões.

No México, os produtos para o mercado de intolerância alimentar atingiram a taxa de crescimento mais dinâmica em 2009 em todas as categorias (saúde

global e bem-estar), apesar dos efeitos negativos da crise econômica. A conscientização dos consumidores tem aumentado nos últimos anos, levando muitos deles a mudar do leite tradicional para variantes sem lactose. O valor das vendas de alimentos sem lactose apresentou um CAGR de 142% no período em análise. O leite UHT sem lactose, em particular, tem apresentado um crescimento excepcional.

Até agora, o mercado de produtos lácteos e sorvetes sem lactose tem sido insignificante no México, mas os fabricantes devem começar a lançar uma gama crescente de alimentos sem lactose, tais como queijos e sorvetes. O leite de soja e alternativas lácteas à base de soja não são susceptíveis de se tornarem uma grande ameaça para a categoria no futuro, uma vez que a percepção do consumidor mexicano frente a estas ofertas continua a ser, em grande parte, desfavorável.

O México deve continuar a ser um dos mercados de crescimento mais dinâmico para os alimentos sem lactose, com uma previsão de CAGR de 68%, o que está em linha com as expectativas de crescimento regional. Para comparação, espera-se um CAGR de 18% a nível global.

\* Artigo de Eva Hudson, Chefe de Pesquisas Saúde Global e Bem-Estar da Euromonitor International



making sense of global markets

**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)