

## Público quer itens saudáveis

Se frescor é a palavra do momento, não é possível deixar de fora a tendência pelo consumo de alimentos mais saudáveis. Além de Francisco Brust, coordenador de Capacitação da Agas, quem faz esse apontamento é o especialista Olegário Araújo, que será um dos palestrantes da Expoagas (ao lado de Angelita Garcia e Fátima Merlin, ele ministrará a palestra Transformações da sociedade e seus impactos no comportamento do Shopper e da Gestão).

“A sociedade já estava num processo intenso de transformação e a pandemia intensificou este movimento. O que se agregou foi, em escala global, uma maior consciência da fragilidade humana e, consequentemente, uma maior preocupação de como cuidar da saúde. Eu cito, assim, a preferência por produtos menos processados, e o leite é um bom exemplo. Existem diferentes opções de leite, como o de cabra, de arroz, de soja, de amêndoa e de castanha”, menciona.

Para Araújo, é importante ressaltar que esses produtos ainda têm um consumo controlado devido às restrições econômicas das pessoas, “mas há diferentes ‘brasis’, por isso, é importante estar ciente dessas novas demandas”, complementa. “Do ponto de vista de hábitos de compra e consumo, não podemos generalizar, porque a natureza humana é contraditória. Podemos consumir produtos saudáveis e, ao mesmo tempo, apreciar salgadinhos geneticamente modificados, produtos com muita gordura, açúcar ou sal. São ocasiões de consumo diferente e, mesmo com essas contradições, vamos transformando os nossos hábitos”, ressalta Araújo.

A nutricionista Luiza Tavares



O novo consumidor tem demandas por itens frescos e orgânicos

classifica a alimentação saudável como a composta por alimentos in natura ou minimamente processados. “Um exemplo de uma refeição saudável é o famoso prato de arroz, feijão carne e salada”, diz ela, que, como consumidora, busca ter uma alimentação variada, priorizando o preparo em casa.

E é com a oferta de produtos naturais, livres de conservantes e aditivos químicos que Nilmar Machado da Rosa, empreendedor da Temperalle, de Canoas, espera divulgar a marca e os produtos na Expoagas, relacionando-se com novos parceiros. O negócio possui linhas de chás, sais, produtos naturais e tem-

peros. O empresário concorda que o nicho em que atua está em alta.

“O tema gourmet soa bonito, porém, o cliente espera que o produto seja saudável e original, nada carregado de conservantes e aditivos químicos. Um produto original e com simplicidade é o que eu sinto que o cliente busca”, comenta.

Nilmar detalha que o consumidor, atualmente, pesquisa muito para saber o que deseja, situação relacionada ao fortalecimento das mídias digitais e à preocupação das pessoas em ter uma vida saudável. “O nosso compromisso é ter um produto saudável que esteja ao alcance de todos.”

## Passado, presente e futuro

Olegário Araújo compartilha que, de fato, o período de pandemia foi um gatilho para transformações da sociedade que já estavam em curso. “Isso impacta os supermercados desde a sua estratégia, cultura, atração e retenção de pessoas, competências relacionais e técnicas e, consequentemente, resultados”, observa.

“Os empresários do setor de supermercados são ágeis e estão oferecendo aos clientes possibilidades de compras de diferentes maneiras, mas o canal é só um meio. Eles estão revendo modelos de negócios para

atender às novas necessidades. A loja física não acaba, mas está em transformação”, salienta.

Quer dizer que os supermercados do futuro, como todos imaginavam, não vão se parecer com cenário de filmes de ficção científica? Para ele, não. “A pandemia fortaleceu o conceito de colocar o ser humano no centro. Este é, ao meu entender, o principal aspecto da pandemia”, acredita Olegário.

Ou seja, nem tudo é somente tecnologia, mas sim envolve o bem-estar, a saúde e a otimização do tempo das pessoas.

### Programação especial na feira

A Expoagas preparou uma programação especial para os dias do evento. As palestras e seminários abordam assuntos e tendências relacionadas ao varejo, como a conjuntura econômica e hábitos de consumo (ministrada pelo economista e comentarista Samy Dana, no dia 23 de agosto); a transformação do mindset e dos resultados da área comercial (com Sergio Alvim, Caio Cesar Lira, Julio Lohn e João Claudio Andrade, no dia 24 de agosto); a rentabilidade e produtividade dos negócios (pelo consultor Alexandre Ribeiro, em 25 de agosto); as mudanças nos perfis dos consumidores ao longo dos anos (pelo doutor em comunicação e conferencista Dado Schneider, no dia 25 de agosto); a era da ansiedade (com as reflexões do filósofo Luiz Pondé, no dia 24 de agosto), dentre outras.

Na programação da Agas Jovem, no dia 23, o empresário Ricardo Vontobel e Pedro Valério, fundador do Instituto Caldeira, conversaram sobre empreendedorismo e inovação; e no Agas Mulher, que ocorre em 24 de agosto, haverá um painel com o debate sobre os desafios da mulher supermercadista, que contará com a influencer Claudia Bartelle e as supermercadistas Margot Dreher, Patrícia Machado, Agnes dos Passos e Priscila Reinheimer. Já o Seminário Jurídico, que acontecerá em 25 de agosto, trará relevantes temas para o segmento, como Perspectiva pós-pandemia - relação individual e coletiva do trabalho; Os desafios do ICMS para o desenvolvimento do Estado e Subvenções para investimento.

**Claramax**  
PAPÉIS

**FABRICANTE DO PRIMEIRO PAPEL HIGIÊNICO DE FOLHA DUPLA DO RIO GRANDE DO SUL LANÇAMENTO FLORAX MAX**

Visite nosso estande na Expoagas 2022

[www.claramax.com.br](http://www.claramax.com.br)

