



Indústria de não-alcoólicos

Trilha Novos Produtos - Innovation Game 2



Time 63 | AMBEV

Desafio: Brasileiro x Tempo x Alimentação

Rotinas cheias e agitadas.

30%

das pessoas economicamente ativas classificam sua rotina como agitada.

Fonte: ISMA - BR

Esforço para alimentação saudável.

8 em cada 10

brasileiros afirmam que se esforçam para ter uma alimentação saudável

Fonte: Fiesp

Procura por alimentos proteicos.

32%

da população está procurando por alimentos funcionais provenientes de proteína.

Fonte: Nielsen

Transformação de mercado.

Empresas

já começaram a olhar as plantas como substitutos da carne , já que diminuição do consumo de carne é uma tendencia.

Fonte: CB Insights

Mercado: Suplementos Alimentares

Faturamento Mundial de

U\$ 17 BI

em 2019, no setor de suplementos proteicos.

Projeção de crescimento anual mundial é de **8%**.

Fonte: Grand View Research

94%

dos latinos americanos afirmam
que pretendem pagar mais por
produtos com atributos saudáveis.

Essa tendência é mais forte entre os
jovens, mas também afeta gerações
antigas

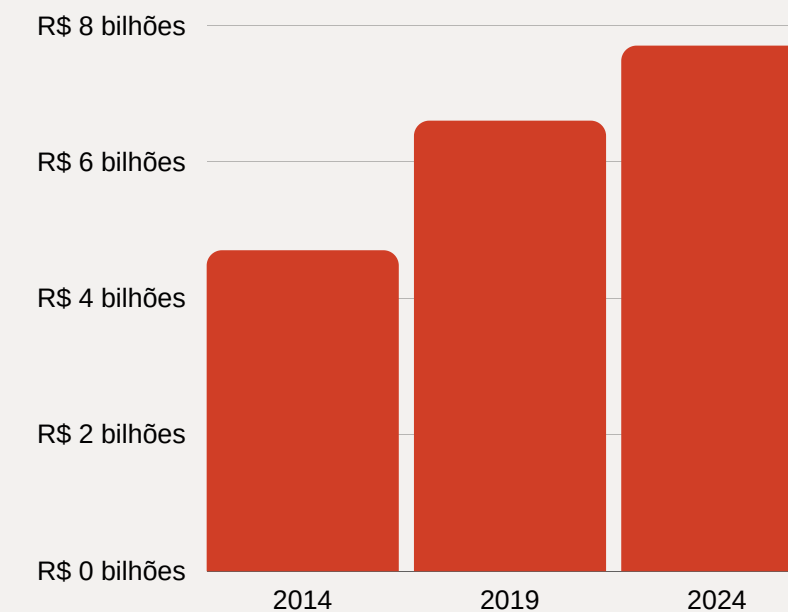
Fonte: Food trends 2019

10%

dos brasileiros que praticam atividade física
consomem suplemento alimentar.

Fonte: Abenuutri

Projeção de crescimento para o mercado de
suplementos alimentares no Brasil.



Fonte: Euromonitor

Suplementos proteicos dominam

60%





das vendas da categoria.

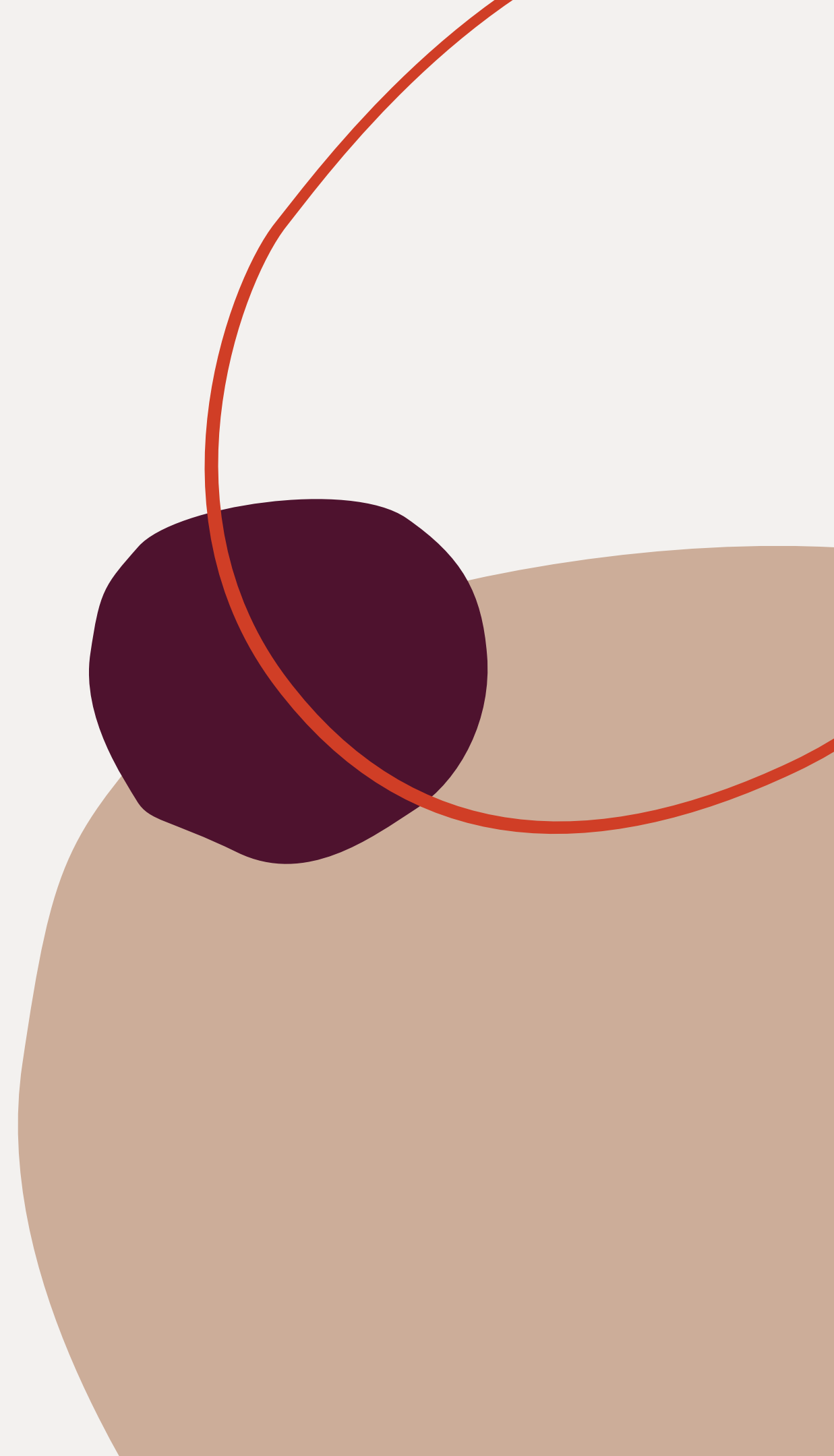
Fonte: Abenuutri

Proposta

Bebida para suplementação alimentar pronta para beber a qualquer momento que pode ser encontrado nos maiores supermercados para deixar sua alimentação mais equilibrada e saudável.

Próximos passos...

-  Pesquisa quantitativa geral - go-to market;
-  Entrevista pessoal com público alvo;
-  Determinação de um mockup;
-  Estratégia de Marketing;



Entendendo o público-alvo

89

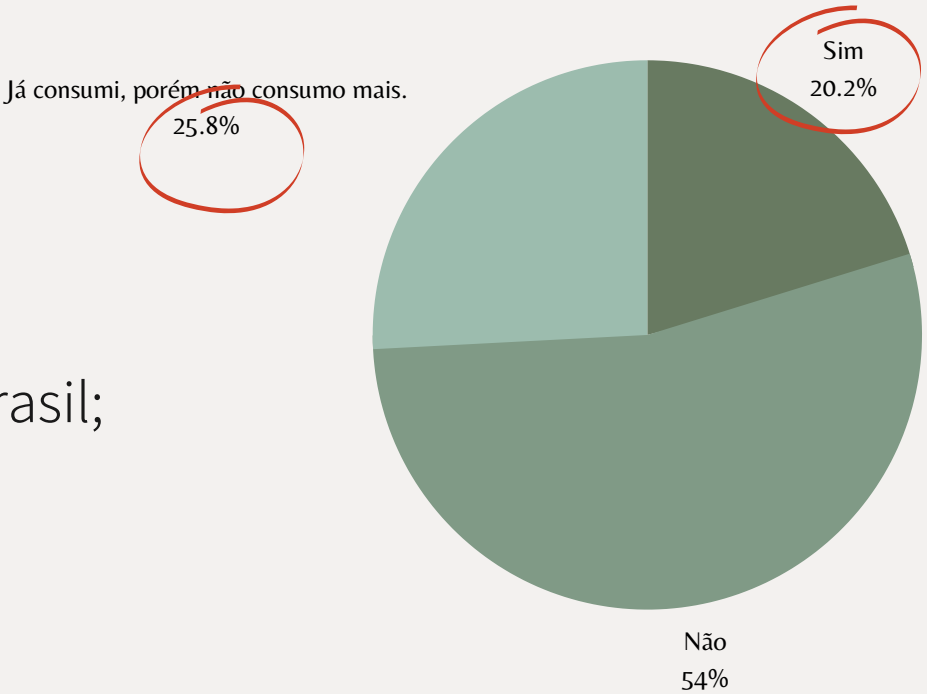
respostas

80,2%

têm entre 18-30 anos;

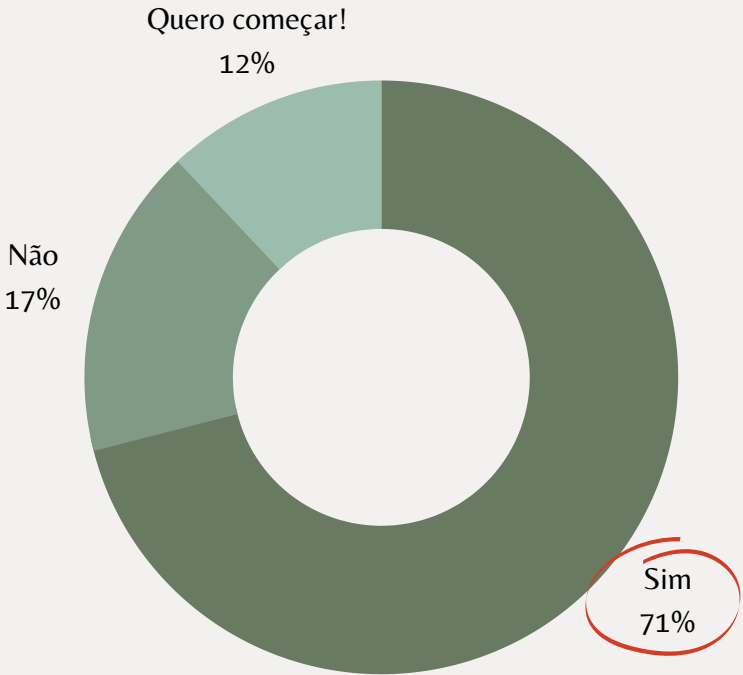
Pesquisa com foco em todo Brasil;

Consumo de suplementos



A pesquisa indica que a maior parte das pessoas que consomem suplementos fazem atividades físicas. Proteínas e Vitaminas são os suplementos mais importantes e o consumo deles é feito em uma refeição prévia ou posterior ao exercício físico ou no período da manhã. O principal motivo de suspensão do consumo de suplementos foi a parada de uma atividade física.

Exercício físico.



Consomem suplemento proteico

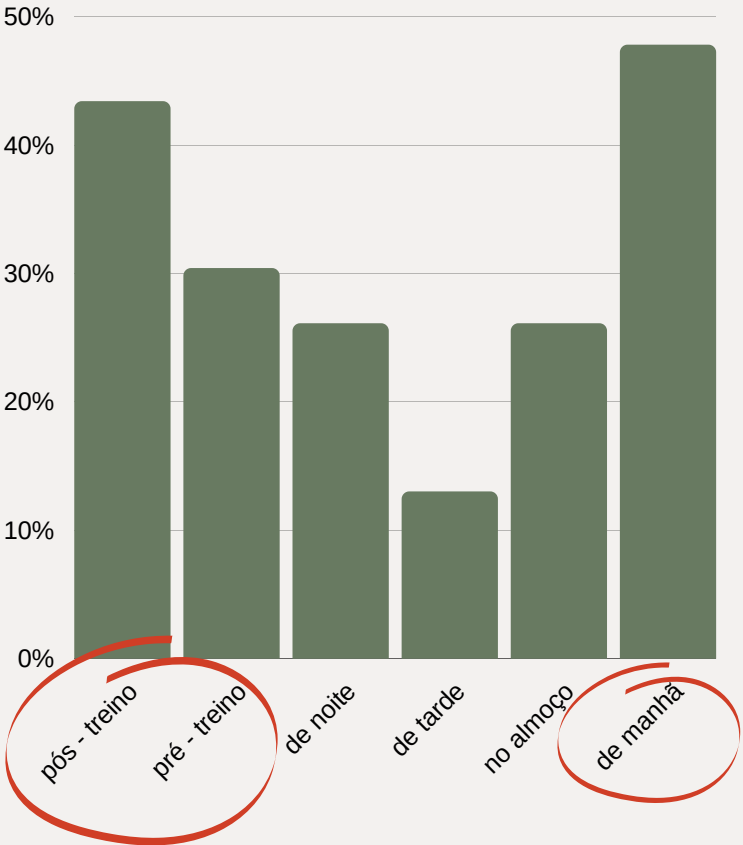
65,5%

Consomem complexo vitamínico

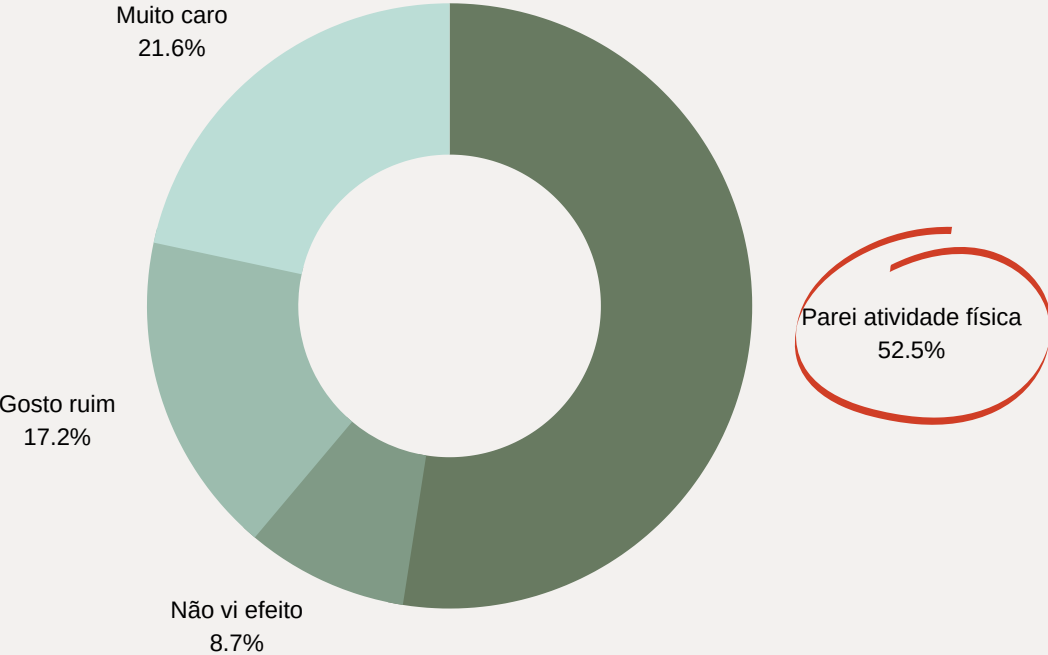
43,5%

39,1%
Consomem creatina

Em que momento tomam suplementos?



Motivo suspensão do consumo de suplementos



Entrevista público-alvo

Critérios de seleção

- Ter entre 18 e 30 anos;
- Ser ou já ter sido consumidor de Suplementos;

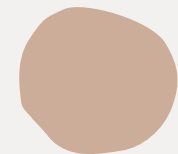
Objetivos

- Definir persona;
- Impressões e comentários sobre embalagens e design;
- Entender a rotina e motivações do consumo de suplementos;

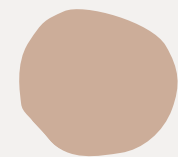
Comentários



6 Entrevistas pessoais.



2 homens e 4 mulheres.



Mais alguma info;



Uso o Whey como um modo de praticidade, prefiro tomar o whey do que ter que preparar um ovo ou um lanche qualquer.



Quando eu estou em um momento de emergência ou que não consigo ir para a cozinha normalmente tomo esses "shakes" porque sei que vai me saciar até eu poder comer de novo.



**4 entrevistados.
3 mulheres e 1 homem.**

Glória, 25 anos.



Foto de Taryn Elliott no Pexels

Desde pequena os pais influenciaram à prática de alguma atividade física, já praticou algum esporte, mas hoje faz outros tipos exercícios físicos e não gosta de ficar parada por muito tempo;

Já tem um acompanhamento nutricional, entende um pouco melhor de sua rotina alimentar, consome suplementos alimentares todos os dias;

Está constantemente experimentando novos sabores ou novos tipos de produtos da categoria fitness e que sejam de fácil acesso e rápidos.

Personas

Entrevistas levaram a separação de personas,

Em comum

Empregos que exigem alta performace ;
Seguem muitas contas com tema fitness ;

Tem aplicativos de exercícios;

Diferenças

Compras mais planejadas;

Acostumada os preços mais elevados;

Compras não planejadas;

Pesa bastante o custo benefício de algo;

**2 entrevistados.
1 mulher e 1 homem.**

Talita , 23 anos.



Foto de Christina Morillo no Pexels

Não foi muito incentivada a ter uma rotina fisicamente ativa quando criança, está tentando ter uma rotina mais saudável, já faz alguns exercícios, sempre para e volta e é bastante motivada pela estética.

Carece de acompanhamento nutricional frequente e ainda está tentando encaixar uma dieta saudável na rotina, consome suplementos quando está praticando exercício com mais frequência e para quando a constância acaba.

Está sempre a procura de lanchinhos que pode encaixar na rotina para não se sentir culpada quando come algo fora da dieta, e não se arrisca muito na hora de comprar, então compra o que é mais recomendado e que tem uma marca forte;

Takeaways entrevistas

83,3%

Preferem embalagens mais informativas.

Todos

São atraídos pelas palavras:
"Organico", "Whey" , "proteína"

50%

Consomem polivitamínicos



83,3% dos entrevistados escolheriam esse modelo se vissem na prateleira.



50% dos entrevistados já compraram dessa marca para experimentar por terem visto no supermercado;

FOCUS

ambev



ZERO
LACTOSE



BAIXO TEOR
DE GORDURA



PROTEÍNA
DAS PLANTAS

SEM ADIÇÃO DE AÇÚCAR

TODAS AS VITAMINAS
RECOMENDADAS
PARA O SEU DIA

25_G
DE PROTEÍNAS



Focus x Concorrentes

gramas ou unidades	% da recomendação diária	Pronto para Consumo	Vegetariano ou vegano	Contêm vitaminas	Preço R\$
--------------------	--------------------------	---------------------	-----------------------	------------------	-----------

	1 unidade	12%	X	X	vitaminas B, D e E	R\$ 0,55
	30 gramas (1 scoop)	48%	X	X	X	R\$ 2,39
	1 unidade	18%	✓	X	X	R\$ 6,99
	1 unidade YoPro	30%	✓	X	X	R\$ 6,90
	1 unidade Piracanjuba Whey	46%	✓	X	Apenas vitamina D	R\$ 5,99
	1 unidade Focus	50%	✓	✓	Todas**	Preço sugerido R\$ 5,99

*Fonte de dados: OMS , Novartis e fabricantes **Todas que são necessárias para ser classificado como um complexo vitamínico

Ambev x Sustentabilidade

A Ambev mantém 6 maltarias na América Latina, com capacidade para produzir 78 mil toneladas de malte por mês *



Com isso, aproximadamente 188 mil toneladas de resíduos são destinados a produção de ração **



12 mil toneladas de proteínas **

*Relatório de Sustentabilidade Ambev 2018

**Baseado nos estudo de Michael W. Trommer

564 toneladas do malte redirecionados para a linha FOCUS no primeiro ano.*

* De acordo com metas de vendas - Slide 13

Aproveitamento mais completo pela Ambev dos grãos;

Segundo pesquisa da Union + Webster, 87% dos brasileiros preferem comprar produtos e serviços de empresas sustentáveis.

Produto 100% a base de planta;

No Brasil, segundo estudo publicado na Food Trends 2019, existem 30 Milhões de vegetarianos e veganos e esse numero tende a crescer.

Redução do custo de compra para matéria prima;

48 % da proteína o FOCUS será proveniente do malte recuperado da produção do mosto cervejeiro.

Redução de tributos governamentais

Segundo exposto na Agência Câmara de Notícias, empresas que incorporam em seu sistema práticas sustentáveis são beneficiadas com redução das alíquotas de IPI do PIS e da Cofins.

Go-to Market

2 personas, mesma jornada, porém momentos diferentes.

Glória, 25 anos.

Já tem conscientização da necessidade, procura mais ativamente sobre novos produtos na categoria.

 SEO.

 Propaganda Online e Offline

Propaganda em academias e com influencers Digitais

Talita , 23 anos.

Ainda está na etapa de conscientização, procura muito mais sobre pratica da atividade física do que produtos novos na categoria fitness.

 Inbound.

Plataforma FOCUS de exercício físico, lá o usuário tem uma série de vídeos e planos instrutivos para quem quer começar a se exercitar com frequencia e consistência.

Vídeos liberados de forma grátis - vídeos para iniciantes e limitados, com conteúdo e tendencias na categoria fitness e propaganda dos produtos Ambev categoria DO BEM e FOCUS.

Na compra de um dos produtos FOCUS, o consumidor receberá um código de acesso para liberar mais treinos e planos alimentares (com um questionário feito por um nutricionista) e quanto mais consumir mais acesso ela terá!

Teste Piloto

Curto prazo: primeiros 6 meses a linha será vendida no RJ, com previsão de expandir para as principais capitais do país no primeiro ano, e a **longo prazo** estudar a expansão para o interior do Brasil e outros países.

Disposição do produto: nos principais mercados, aproveitando a capilaridade da distribuição dos produtos da Cia.

Buscando um acordo com os pontos de vendas, para ocupar um espaço próximo as barrinhas de proteínas/cereais e a altura dos olhos preferencialmente.

Meta de venda (6 meses): 1 Milhão de Shakes;

10% do maket Share da Yopro

Meta de venda (1 ano): 3 Milhões de Shakes;



Próximos passos

Principais zonas de lançamento no RJ (6 meses)

- Zona Sul
- Zona Central
- Zona Oeste

47 % dos consumidores de suplementos ganha mais que 2 salários mínimos.

Classes C, B e A

Fonte: Pesquisa feita pelo time.

Barreiras a serem estudadas antes do lançamento

- Desenvolvimento do líquido (consistente e sem gosto de cerveja);
- Barreiras legais (alimentos proteicos, rótulo, alergênicos);
- Nível de pureza da proteína

FOCUS

Porque a vida não espera!



Larissa Miranda



Maria de Sordi



Lukas Albuquerque



Alonso Machado