

## Aula 6 - Os Produtos Minimamente Processados

Os produtos minimamente processados são, hoje, um importante nicho do hortifrúti que vem crescendo ano após ano no Brasil.

Ao compararmos a \_\_\_\_\_ de hortifruti comercializados minimamente processados, observamos que estamos muito distantes de outros países, como os EUA, por exemplo.

Produto minimamente processado, nada mais é do que a transformação dos produtos in natura, seja através do \_\_\_\_\_, corte, fatiamento, picagem, lavagem, sanitização, secagem, classificação e/ou embalagem.

Para serem considerados minimamente processados, os procedimentos devem \_\_\_\_\_ as características sensoriais e nutricionais do produto original sem alteração.

As famílias têm diminuído de tamanho e as pessoas têm menos tempo disponível para cozinhar. Mas estão mais preocupadas com a saúde e têm buscado comprar uma variedade maior de produtos, porém, em menor quantidade.

Desta forma, os hortifrúti embalados em \_\_\_\_\_, facilitam o dia a dia do consumidor, seja em casa, nos restaurantes, marmitarias, escolas, buffets e tantas outras empresas alimentícias. Sendo assim, o processamento dos hortifrúti confere um valor agregado específico e um novo ponto de exposição.

Podemos encontrar os \_\_\_\_\_ – como são chamados popularmente – em praticamente todos os locais de comercialização. Por serem uma tendência, devem ser cuidadosamente monitorados para não perder o Share nas vendas, pois este é o momento de \_\_\_\_\_ neste segmento.

No varejo, já podemos observar um crescimento na disponibilidade e variedade de produtos comercializados desta forma, como:

- Verduras e Legumes descascados, picados e fatiadas já são \_\_\_\_\_ ofertados;
- Mais recentemente, observamos que algumas frutas também têm sido processadas.

Algumas vantagens estratégicas que podem nortear a decisão do produtor em investir na venda de produtos processados:

- **Agregação de valor ao produto alinhado com a \_\_\_\_\_ do cliente.** Serviço, embalagem, logística, etc.
- **Aumento do \_\_\_\_\_.** Aumentar a oferta do produto no ponto de venda, pois será ofertado em mais de um formato, em mais de um ponto, possibilitando aumento nas vendas do produtor.
- **Disputa pelo \_\_\_\_\_.** Quando ele não é atendido, busca outros fornecedores e o produtor pode perder *share* de mercado. Por outro lado, quanto mais atendemos às demandas do consumidor, menores as chances dele encontrar um novo fornecedor.
- **Ampliação do negócio.** Utilizar a venda dos picadinhos como estratégia comercial para vender para outros consumidores, em pequenos restaurantes, hotéis, escolas, hospitais públicos e privados.

Acompanhar a evolução das preferências do consumidor é fundamental para que você possa auxiliar os produtores a terem sucesso neste segmento.

Cuidados para se trabalhar com este modelo de negócio:

- A \_\_\_\_\_ dos alimentos exige cuidados higiênicos e sanitários que devem ser rigorosamente monitorados.
- O armazenamento e a \_\_\_\_\_ devem ser realizados em locais refrigerados, aumentando o tempo de prateleira, mantendo a qualidade e evitando que os produtos se deteriorem e se tornem “quebra” na planilha de custos.
- Quanto maior o processo de manipulação, maior se torna a aceleração de \_\_\_\_\_ do produto, mesmo que dentro de uma embalagem. Atenção para a validade destes produtos: geralmente, de 5 a 7 dias.
- Gerenciar o \_\_\_\_\_ e as vendas é fundamental para evitar perda de qualidade e, conseqüentemente, as quebras. Neste ponto, o ideal é estar próximo o suficiente do cliente para conseguir trabalhar sob demanda, e poder aumentar ou reduzir a produção, de acordo com a vontade do consumidor.
- Conhecimento da dinâmica de consumo da região é fundamental, pois os \_\_\_\_\_ são diferentes ao longo da semana e nas variações climáticas da região.

