

Econômica, acessível e atraente: A Próxima Geração de Nutrição

XXI Rodada do Grand Challenges Explorations

Março de 2018

A OPORTUNIDADE:

Consumidores de países de renda baixa e média compram mais de US\$ 3 trilhões de alimentos e bebidas em mercados de alimentos formais anualmente. Quase metade (US\$ 1,2 trilhão) do total é gasta por consumidores nos dois quintis globais mais baixos.¹ Além disso, consumidores rurais e urbanos têm interações significativas com os mercados do setor privado de alimentos. 75-90% dos alimentos dos consumidores urbanos de baixa renda são comprados (em oposição aos cultivados em casa) e 50-70% do valor monetário comprado corresponde a alimentos processados. No caso dos consumidores rurais de baixa renda, cerca de 40% dos alimentos são comprados. No entanto, como muitos dos alimentos processados de hoje tendem a ser deficientes nutricionalmente, a qualidade das dietas dos consumidores de baixa renda continua a ser um problema — apesar da interação frequente do consumidor com os mercados formais de alimentos.

Analisando em detalhe os produtos e modelos de negócios que se mostraram viáveis para alcançar consumidores de baixa renda, há uma oportunidade clara para melhorar a qualidade nutricional dos alimentos consumidos amplamente; ou de incentivar o custo baixo, a acessibilidade e a atração de alimentos nutritivos que não sejam consumidos atualmente. Uma pesquisa transversal recente que avaliou o consumo de alimentos e bebidas produzidos comercialmente por crianças com idade entre 6 e 23 meses em Dacar, Dar es Salaam, Vale de Katmandu e Phnom Penh descobriu que 80-90% das crianças urbanas consumiu alimentos embalados industrialmente na semana anterior e 23 a 74% no dia anterior.² Os alimentos embalados industrialmente consumidos mais comumente eram batatas fritas ou outros salgadinhos, biscoitos, bolos ou rosquinhas, e doces.

Uma das principais barreiras é o fato de alimentos nutritivos, particularmente em países de renda baixa e média, não serem baratos quando comparados com outras opções de alimentos. Nos EUA, o cereal fortificado para bebês de preço médio é relativamente acessível, sendo 3,7 vezes o custo do nosso alimento de cereal mais básico (pão). Na Índia, essa proporção é de 11,1 vezes e na Nigéria, 30,3 vezes.³ Além dos próprios produtos, é um desafio garantir o acesso a alimentos nutritivos através dos canais de distribuição e de varejo que alcançam os consumidores de baixa renda. A falta de conhecimento sobre escolhas alimentares nutritivas, ou a baixa atração desses produtos alimentícios, agrava ainda mais o problema.

Como resultado, a maioria dos consumidores de baixa renda não consome uma dieta de alta qualidade suficiente para garantir a ingestão adequada de vitaminas, minerais e outros nutrientes essenciais. A OMS recomenda que crianças consumam pelo menos 4 grupos de alimentos diferentes por dia, e os

¹ Índice de Consumo do Banco Mundial 2010, ajustado pela inflação. Os dois quintis mais baixos correspondem a consumidores que têm renda inferior a US\$ 4 por pessoa/por dia

² Pries AM, Huffman SL, Champeny M, Adhikary I, Benjamin M, Coly AN, et al. Consumption of commercially produced snack foods and sugar-sweetened beverages during the complementary feeding period in four African and Asian urban contexts. *Maternal Child Nutr.* 2017;13(S2)

³ Programa de Comparação Internacional do Banco Mundial (Comissão de Estatística das Nações Unidas)

resultados do Instituto Internacional de Pesquisa em Políticas Alimentares sugerem que as crianças que atingem este padrão de diversidade dietética mínima são 22% menos propensas a nanismo nutricional.⁴ Contudo, poucos países em desenvolvimento atingiram este limiar, sendo que apenas 19% das crianças de 6 a 23 meses em países como Índia e Nigéria consomem dietas adequadamente diversas. Além disso, o estudo sobre a carga global da doença de 2013 da Lancet destacou que muitos dos principais fatores de risco para doenças crônicas e infecciosas estão ligados a dietas de baixa qualidade; o que por sua vez prejudica a saúde e o desenvolvimento das economias de baixa e média renda.⁵ Identificar formas mais econômicas para desenvolver e fornecer nutrição ideal é uma prioridade global de saúde pública e desenvolvimento.

Embora os desafios sejam formidáveis, acreditamos que exista uma oportunidade significativa para a inovação em nossos sistemas alimentares de mercado para melhorar a saúde das populações nutricionalmente vulneráveis.

O DESAFIO

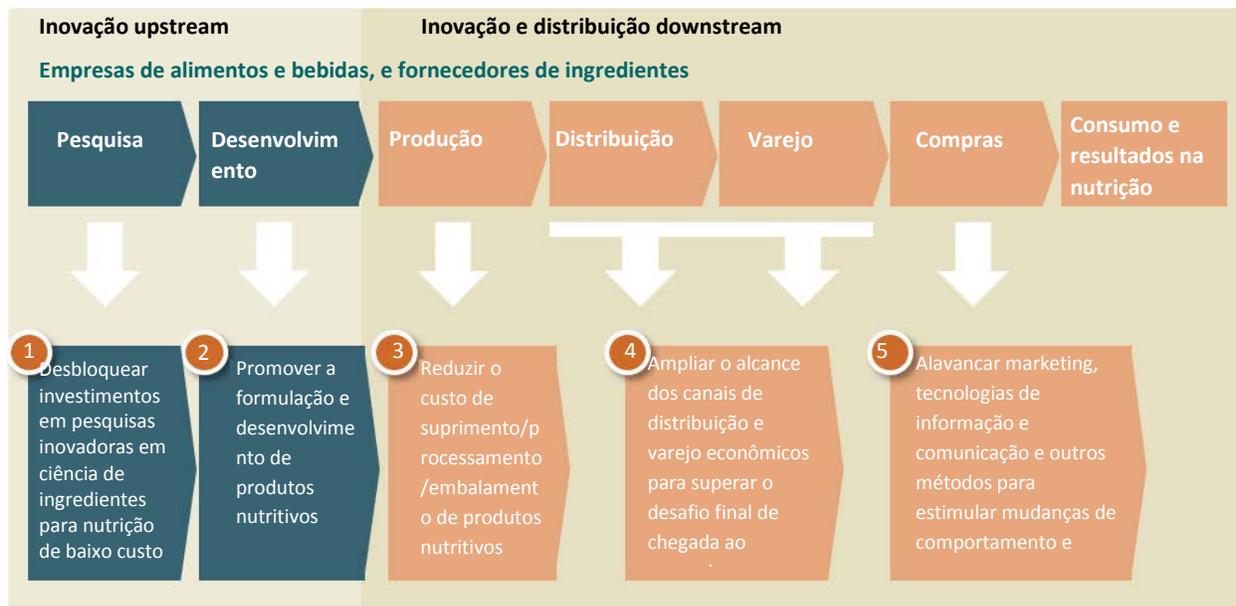
Desejamos fomentar tecnologias inovadoras para aumentar a disponibilidade e acessibilidade de alimentos econômicos e nutritivos para consumidores de baixa renda, levando em consideração que essas inovações devem ser relevantes em sistemas de distribuição de alimentos baseados em mercado de países de baixa e média renda. Em geral, nossa população alvo são mulheres jovens, mães e crianças de 6 a 23 meses de idade. Conseqüentemente, as tecnologias propostas financiadas não devem prejudicar a amamentação exclusiva nos primeiros seis meses de vida.

O que buscamos:

Esta chamada está aberta a todos os respondentes e, particularmente, incentivamos propostas do setor privado e/ou entidades que possuem parcerias com o setor privado — para garantir um caminho para a comercialização em escala. Nosso primeiro princípio é aproveitar a inovação existente na indústria de alimentos e bebidas e seus fornecedores para novas aplicações que possam atingir consumidores de baixa renda, para obter maior escala e impacto. Também analisaremos tecnologias e abordagens translacionais baseadas em conhecimentos de campos auxiliares, por exemplo, ciência veterinária, produtos farmacêuticos, etc. As propostas devem abordar uma das cinco áreas de inovação a seguir em toda a cadeia de valor:

⁴ Headey (2017) Re-examining the relationships between child dietary diversity and the risk of stunting. *International Food Policy Research Institute*. Apresentação.

⁵ Global Burden of Disease Study 2013. Forouzanfar, M.H, et al. 2015.



Abaixo encontra-se uma amostra ilustrativa das muitas opções que consideramos para financiamento. No entanto, reconhecendo que soluções criativas podem vir de muitos lugares, também estamos abertos a propostas que levem essas áreas de domínio em uma direção diferente.

Ingredientes

- Inovações para reduzir o custo de ingredientes nutritivos, por exemplo, diminuir o custo do leite em pó
- Matérias-primas de origem local processadas e de alto teor proteico e nutricional a custos bastante acessíveis
- Inovações em fortificação para melhorar a biodisponibilidade, estabilidade, nível de fortificação e/ou possibilidade de combinação de micronutrientes em alimentos fortificados, por exemplo, péptidos bioativos, novas tecnologias de encapsulamento, abordagens de intestino/microbioma
- Uso de novas tecnologias ou novos ingredientes para reduzir ou substituir significativamente açúcar/sal/gordura, por exemplo, aditivos naturais

Produtos alimentares e bebidas

- Desenvolvimento de produtos alimentares econômicos e complementares (para crianças de 6 a 23 meses) mais atraentes ao consumidor em países de baixa e média renda
- Fortificação de veículos alimentares alternativos com penetração em comunidades de baixa renda (chá, água, etc.)

Processamento e Embalagem

- Novas soluções de embalagem para proteger vitaminas em alimentos fortificados dentro de canais de distribuição quentes/úmidos
- Embalagens alternativas de custo reduzido, adequadas para pequenas quantidades, como condimentos e alimentos para uma única refeição.

Monitoramento/compliance de alimentos fortificados

- Abordagens econômicas para garantir o cumprimento dos padrões de fortificação de micronutrientes, por exemplo, dosificadores controlados por TI

Distribuição

- Novos mecanismos de distribuição para alcançar grupos nutricionalmente vulneráveis (tanto urbanos como rurais)
- Tecnologias de cadeia de frio de baixo custo para garantir a preservação adequada de nutrientes

Procura

- Plataformas inovadoras para aumentar a conscientização dos consumidores e a procura por alimentos nutritivos

Não serão consideradas para financiamento abordagens que:

- Criem empecilhos para a amamentação imediata e exclusiva durante os primeiros seis meses após o nascimento
- Estejam em estágios fundamentais ou de descoberta da pesquisa
- Tenham como alvo consumidores de renda média/alta
- Exijam mudanças significativas no comportamento do usuário/operador, ou que provavelmente tenham baixa aceitação do consumidor
- Sejam mais direcionadas para insumos agrícolas ou produtos básicos do que para produtos alimentares consumíveis
- Estejam diretamente no domínio da segurança alimentar, tendo em vista outros pedidos de propostas sobre este tema