



## Saudável e cheio de sabor

Qualidade de vida é um conceito que vem transformando a maneira de pensar e agir da sociedade contemporânea. Essa questão se tem revelado, no dia a dia, em atitudes mais efetivas e conscientes em relação ao próprio corpo. Nesse contexto, AdeS surgiu e logo conquistou posição de destaque no mercado de alimentos em vários países. No Brasil, a bebida à base de soja ampliou o leque de opções do consumidor interessado em manter uma dieta saudável e saborosa.

## Geração saúde

A década de 80 marcou o início de uma virada no comportamento dos habitantes dos grandes centros urbanos brasileiros. Os padrões de beleza ficaram mais e mais rígidos, exigindo corpos esguios e músculos definidos. As academias de ginástica proliferaram, generalizando a prática de exercícios físicos, antes circunscrita a atletas ou adeptos de algum esporte. Era o início de uma luta ferrenha contra a balança, que trouxe a preocupação com a alimentação e dietas, cada vez mais leves.

Progressivamente, a estética e a boa forma foram dividindo espaço com outras questões: homens e mulheres começaram a se interessar também pela manutenção da saúde – assunto até então restrito aos consultórios médicos. A mídia ampliou os espaços destinados a reportagens sobre como prevenir doenças e amenizar os efeitos do envelhecimento. Vários alimentos, encabeçados pelas gorduras de origem animal, entraram na lista dos vilões, enquanto outros – antes vistos com certo desprezo – ganharam destaque por seus efeitos benéficos ao organismo. Entre eles, a soja.

## Alimento de soja

Em 1988, AdeS [pronuncia-se Adês] – nome abreviado de “Alimento de soja” – foi lançado na Argentina, introduzindo uma categoria inédita no mercado de alimentos. Sucesso naquele país, o produto passou a ser exportado para Uruguai, Paraguai, Bolívia, México e China, também alcançando desempenho positivo. Não era para menos. Os benefícios de AdeS diferenciavam-no das bebidas concorrentes, por ser um alimento de origem vegetal de alto valor nutritivo, livre, portanto, de colesterol e com pouca gordura saturada.

Excelente fonte de proteína, configurou-se como um substituto do leite de vaca, ideal para pessoas com intolerância ou alergia à lactose, substância ausente no extrato de soja.

## Proteína vegetal

A proteína animal (presente em carnes, leite e derivados e ovos) é considerada de elevado valor biológico, pois contém todos os aminoácidos necessários para o bom funcionamento do organismo. Entre as proteínas vegetais, porém, a soja é o único com essa propriedade. A planta já era cultivada pelos chineses antes da era cristã, sendo conhecida inclusive por suas propriedades medicinais. No mundo ocidental, sua história é bem mais recente: foi introduzida no Brasil, no início do século XX, com o apoio dos imigrantes japoneses recém-chegados ao País. Mas, estranha à cultura alimentar do brasileiro, a soja percorreu um longo caminho até se tornar base da alimentação ou ingrediente de receitas culinárias.

## Ades no Brasil

Na década de 90, apesar da indiscutível valorização dos alimentos saudáveis, havia muitas dúvidas sobre a reação dos consumidores diante de uma bebida à base de soja, uma vez que o grão era associado a um gosto ruim. Foi realizada então, em 1996, uma pesquisa de mercado na cidade de Curitiba, cuja estratégia foi mostrar ao público – por meio de degustação nos pontos de venda – que o sabor de AdeS podia agradar aos paladares mais exigentes, tanto de adultos quanto de crianças. A maior parte dos consumidores que provaram a bebida decidiu pela compra e esse êxito foi decisivo para a introdução do produto no País, onde passou a ser fabricado.

## Para a família toda

A mãe oferece AdeS para o filho. Ele faz cara feia – afinal, prefere o bom e velho refrigerante. Ela insiste. Ele nega. Até que a mãe o convence a provar a bebida. Imediatamente, o menino aprova o sabor. Esse foi o mote do primeiro comercial de AdeS veiculado em 1997 para divulgar seu lançamento nacional. Ao explorar a eterna briga entre mães e filhos na hora das refeições, a propaganda mostrava o posicionamento da marca, nesse momento, voltada para a família. Todos os esforços estavam direcionados à conquista das crianças e à persuasão das mães para que incluíssem mais essa opção nutritiva e saborosa na alimentação dos pequenos.

## Um novo enfoque

A partir da conquista do público infantil, já consolidada, e tendo a favor o crescimento do mercado de bebidas à base de soja, AdeS buscou um novo perfil de consumidor.

Cada vez mais, adultos e jovens, especialmente das classes A e B, estavam preocupados em ter uma vida saudável. O fim do sedentarismo, o combate ao hábito de fumar e a opção por uma dieta balanceada faziam parte dos ideais da maioria. O fator saúde começou a pesar mais do que o apelo familiar. Um sinal dessa virada foi o comercial em que a personagem explicava as vantagens do consumo da bebida e afirmava: AdeS faz bem porque tem isoflavonas – compostos fitoquímicos com ação similar à do estrógeno (hormônio feminino), que, por isso, ajudam a amenizar os sintomas da menopausa e a evitar o envelhecimento precoce. O produto passou a integrar a categoria dos alimentos funcionais e ganhou uma nova assinatura: "AdeS: mais gostoso, mais saudável".

O século XXI marcou a ampliação das ações de AdeS nesse sentido: foi lançada a versão light do produto, houve o patrocínio das etapas brasileiras dos campeonatos mundiais de vôlei de praia e forte atuação da marca entre o público médico.

## Comprovação científica

No final de 2002, um estudo científico feito pela Universidade Federal de São Paulo (Unifesp) mostrou a eficácia do produto na prevenção de algumas doenças. Esse resultado – e o de outras pesquisas correlatas – foi apresentado em seminários, palestras e congressos da área da Saúde. Especialistas em Nutrição fizeram visitas a 4.300 pediatras e 1.400 nutricionistas de várias cidades, divulgando essas informações.

Com o apoio de cartilhas, os profissionais da saúde receberam explicações sobre os prejuízos relacionados ao emprego de soja transgênica e de corantes na composição dos alimentos. As qualidades de AdeS para uma boa alimentação ainda foram reforçadas em 2008, com o relançamento da linha em nova fórmula, com a adição de um mix de vitaminas e minerais e a diminuição do açúcar. Com a mudança, AdeS recebeu o selo Minha Escolha, programa internacional de certificação de alimentos com índices de gordura saturada, gordura trans, açúcar e sódio dentro dos limites recomendados pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Mais um reconhecimento do cuidado da marca em oferecer um alimento saudável, como o consumidor dos novos tempos procura.

## Marca amiga do crescimento

Uma extensa pesquisa constatou que a alimentação infantil tem sido invadida por itens muito calóricos e nada nutritivos. E também revelou a constante preocupação dos pais em escolher o que vai no prato de seus filhos, em idade de crescimento. Para atender a essa demanda, em 2009, chegou ao mercado AdeS Nutrikids, linha especialmente elaborada para o paladar e as necessidades das crianças. As fórmulas foram enriquecidas com vitaminas e sais minerais na medida certa para contribuir com o desenvolvimento mental e o fortalecimento dos ossos e das defesas naturais do organismo. E o selo Minha Escolha estampado na embalagem dava mais uma razão para que as mães ficassem tranquilas em relação ao novo produto. Nutrikids também ganhou uma área no site [www.AdeS.com.br](http://www.AdeS.com.br), com brincadeiras educativas sobre reciclagem e outros temas da sustentabilidade, que são importantes para a marca envolvida com a construção de um futuro mais saudável para os pequenos e para o planeta.

## É leite e é suco

Ades original pode ser consumido com café, achocolatados ou com o que mais sua imaginação desejar. Ades sabor fruta é um ótimo suco para a hora do lanche. Então, surgiu a dúvida: qual o melhor lugar do supermercado para expor o produto? Simples: a versão original passou a ser encontrada junto dos laticínios, e a linha com sabor compartilha as prateleiras com os sucos prontos.

## Soja só faz bem

No fim do século XX, várias pesquisas demonstraram que certos alimentos podiam melhorar funções do organismo, além de reduzir o risco de determinadas doenças: eram os chamados nutracêuticos, ou alimentos funcionais. Um bom exemplo é a soja, cujo consumo é recomendado para prevenção e tratamento de doenças cardíacas, inflamatórias e renais, osteoporose, diabetes, obesidade e alguns tipos de câncer, como os de mama e de próstata.

## No time da inclusão social

A associação de AdeS com os esportes levou a marca a investir em eventos da área e a patrocinar atletas. Em 2003, AdeS passou a integrar a equipe de vôlei do Centro Rexona de Excelência do Voleibol, no Paraná, que desde 1997 mantinha essa ação socioeducativa, atendendo 3.500 crianças. A iniciativa foi rebatizada: Rexona-AdeS Esporte Cidadão. Mais jovens de escolas públicas foram incluídos nas atividades didáticas e o foco ampliou-se para além do esporte, passando a estimular ações de cidadania e sustentabilidade. Tantas realizações fizeram com que a Unilever incorporasse o projeto às suas ações de responsabilidade social e que ele fosse coordenado pela área corporativa da empresa, desde 2009. A partir daí, o Programa Esporte Cidadão Unilever conta com investimento anual de R\$ 4,5 milhões, distribuídos em 44 núcleos, no Paraná, São Paulo e Rio de Janeiro. Em 13 anos de atuação, já foram beneficiados quase 80 mil jovens e crianças e 4 mil professores da rede pública receberam capacitação.

## Por escolhas mais saudáveis

O Selo Minha Escolha, estampado nas embalagens de AdeS e de outros produtos Unilever (Maizena, Knorr e Hellmann's) desde 2009, é uma resposta a consumidores cada vez mais conscientes. Este símbolo internacional, instituído pela ONG belga Choices International Foundation, indica que as quantidades de açúcar, sal, gorduras saturadas e trans estão de acordo com as exigências da Organização Mundial de Saúde. Trata-se de uma garantia de que as fórmulas alimentícias da Unilever foram readequadas e não contêm excesso desses ingredientes, considerados os principais vilões da alimentação saudável. É uma forma de facilitar a escolha dos consumidores, que identificam o que pode ser integrado com segurança ao cardápio da família.

## Cronologia

---

### 1988

A Bestfoods – incorporada pela Unilever no ano 2000 - lança AdeS na Argentina, resultado da utilização de tecnologia avançada para extração do leite contido nos grãos de soja.

### 1996

AdeS, importado da Argentina, é testado em Curitiba. A receptividade dos curitibanos – 68% dos consumidores que degustaram o produto nos pontos de venda decidiram de imediato pela compra – é decisiva para a concretização do lançamento nacional no ano seguinte.

## 1997

AdeS é lançado em todo o País e passa a ser fabricado no Brasil, substituindo pouco a pouco o produto importado.

## 1998

Um ano após o lançamento, AdeS domina 69% do mercado de bebidas à base de soja. A linha inclui os sabores Maçã, Maracujá e Laranja, além da versão original.

## 1999

- AdeS passa a investir no patrocínio de eventos esportivos e de atletas.
- Reposicionamento da marca AdeS. Antes voltada para o público infantil, passa a focar o consumidor adulto jovem e assume nova assinatura: "AdeS: mais gostoso, mais saudável".

## 2000

- Lançamento de AdeS original na versão light.

## 2001

- AdeS marca presença na comunidade médica, participando de grandes eventos dirigidos a esse público, como o Encontro Nacional de Atividades Físicas, em Minas Gerais, e o Congresso Brasileiro de Ecocardiografia, em São Paulo. Também firma parceria com Becel, realizando ação conjunta em consultórios médicos de grandes cidades brasileiras. Os propagandistas distribuem para os médicos kits com produtos e folhetos científicos informando as qualidades das duas marcas.

- Atendendo a solicitações de consumidores, AdeS lança, na versão light, os sabores Maçã e Laranja.
- Lançamento de AdeS em lata, nos sabores Maçã, Laranja e Pêssego. O objetivo é dobrar a participação das embalagens individuais. Em 2003, todas as variantes de AdeS em lata saem do mercado.
- Lançamento de AdeS sabor Uva.

## 2002

Patrocinando o Campeonato Mundial de Vôlei de Praia, AdeS marca presença no evento.

## 2003

- A linha de produtos AdeS ganha novo logotipo e embalagens mais modernas.
- Atendendo a pedidos dos consumidores, também é lançada a embalagem de 1 litro, com tampa abre-fecha.
- É iniciada a comercialização dos sabores Tangerina e Pêssego Light.

## 2004

- Lançamento de AdeS Yofresh nos sabores Batido, Pêssego, Morango e Morango Light. Feito com 100% de proteína vegetal, o produto representa uma alternativa aos iogurtes encontrados no mercado.
- Lançamento do sorvete Kibon AdeS, nos sabores Maçã e Pêssego. Feito com 100% de proteína vegetal, sem lactose ou colesterol, mantém o sabor e os valores nutricionais do suco.
- Lançamento dos sabores Manga, Maracujá e Uva Light.

## 2005

- Lançamento de AdeS Yofresh em embalagens individuais, de 190 ml, nos sabores Morango, Morango Light e Pêssego.
- Lançamento dos novos sabores de AdeS: Goiaba e Manga Light, que, juntamente com Morango, incluem o selo "Aprovado", concedido pela Sociedade Brasileira de Cardiologia.
- Lançamento da edição limitada AdeS Verão, nos sabores Abacaxi com Hortelã e Limonada Suíça. O sucesso é grande e eles são incorporados definitivamente à linha. As embalagens estampam o selo: "Você pediu, AdeS atendeu".

## 2006

- Lançamento do picolé Kibon AdeS Morango, sorvete para pessoas preocupadas com saúde e bem-estar. Feito com 100% de proteína vegetal, ele contém vitamina C e zero de colesterol ou lactose.
- Relançamento da linha AdeS Yofresh em embalagem tetra prisma de 720 ml e tampa com rosca. Primeira embalagem do mundo com esse tamanho e formato de prisma, ela se apoia no copo e permite dosar o líquido, sem derramar ou desperdiçar. Nos sabores Frutas Vermelhas e Pêssego Light, é uma alternativa para o lanche ou café da manhã.
- Lançamento da edição limitada AdeS Inverno nos sabores Cappuccino e Morango. Os dois, bem como a fórmula Original e a de Chocolate, são enriquecidos com vitaminas A, B6, B12, C, D, E e ácido fólico. São alternativas para o preparo de achocolatados, vitaminas, milk-shakes e outras receitas.

## 2007

- Lançamento das novas embalagens da linha AdeS, com informações sobre a soja e a adição de vitaminas. É inserido um ícone ao lado do nome do sabor, estimulando o consumo "gelado" ou "quente".
- A linha AdeS agrega definitivamente os sabores Melancia, Pera e Pêssego com Tangerina, lançados em edição de verão.
- Visitas de especialistas em Nutrição a pediatras e nutricionistas de vários estados divulgam os benefícios da soja. Folders e cartilhas distribuídos durante os encontros esclarecem sobre os prejuízos da utilização de transgênicos e corantes na composição dos alimentos e ressaltam as propriedades nutricionais de AdeS.

## 2008

- Relançamento da linha AdeS, com a diminuição de açúcar e a adição de um mix de vitaminas e minerais (ferro, zinco, ácido fólico). "Light" vira "Zero", indicando zero açúcar, lactose e colesterol. Com as mudanças, o produto recebe o certificado da Sociedade Brasileira de Cardiologia e o selo Minha Escolha, da OMS.
- Nova campanha inaugura conceito de comunicação para a linha AdeS. A presença de crianças, jovens e adultos junto a um mix de vitaminas e minerais mostra que o produto é para toda a família. Em outro filme, seus benefícios são comparados ao consumo de alimentos saudáveis como beterraba, ervilha e espinafre.
- AdeS Vitamina de Banana ganha versão Zero (0% de lactose, colesterol e açúcar).

## 2009

- Lançamento da linha AdeS Nutrikids, sem conservantes ou corantes e enriquecida com vitaminas, cálcio e ferro, essenciais para o desenvolvimento infantil.
- Lançamento de AdeS Original no sabor Doce de Leite, com adição de cálcio na mesma quantidade que o leite animal e com vitaminas D, B2 e B12 e zinco. Para tomar com café ou com cereais.

---

**CENTRO DE  
HISTÓRIA**



© **Centro de História Unilever**  
Telefone: (11) 3568-8200 / (11) 3568-8201  
e-mail: [centro.historia@unilever.com](mailto:centro.historia@unilever.com)