

quando o
MUNDO
virou de cabeça para
BAIXO

Desbancando os mitos sobre comida saudável.

O que os operadores de foodservice realmente precisam fazer.

É só passar os olhos por qualquer relatório das atuais tendências no foodservice que você provavelmente encontrará três assuntos principais: necessidades dietéticas com ênfase em opções sem glúten; alimentos de base vegetal e o crescimento meteórico dos hambúrgueres sem carne; e bowls de todos os tipos – poke, açaí, Buddha... A lista é longa.

A diminuição do consumo de carne acelerou rapidamente nos últimos anos.



É evidente que os clientes querem alimentos mais saudáveis, personalizáveis, sustentáveis, além de mais produtos de conveniência. Para os operadores realmente atenderem a essas demandas mantendo as finanças sob controle, é importante ir além das palavras da moda. Para saber como, analisaremos as três tendências a seguir.

Tendência 1: alimentos de base vegetal

A diminuição do consumo de carne acelerou rapidamente nos últimos anos, mas nunca foi tão rápida quanto durante os primeiros meses da pandemia do coronavírus. De acordo com os dados publicados pela Plant Based Foods Association (PBFA) e com os dados de bem-estar e de análise de mercado da empresa SPINS, as vendas de carne de base vegetal cresceu tão rápido quanto a carne animal no início de 2020 (até 148% desde 2019), enquanto as vendas de tofu e tempê foram 88% mais altas. Mesmo após o período de compras por pânico, as vendas de carne de base vegetal continuaram crescendo mais rapidamente que as de carne animal. Frutos do mar de base vegetal correspondem a outro setor emergente, embora ainda correspondam a apenas 1% do total de vendas de carne vegetal.

A carne de base vegetal cresceu duas vezes mais rápido que a carne animal no início de 2020 (até 148% desde 2019).

Um equívoco comum é que a carne de base vegetal é mais saudável que sua equivalente animal. Isso não é necessariamente verdade. Por exemplo, apesar de os hambúrgueres de base vegetal serem produzidos com uma fração do impacto ambiental causado pela pecuária, são muito semelhantes quando falamos sobre calorias, teor de sódio e de gordura saturada devido ao alto grau de processamento. Isso varia dependendo das marcas: o Beyond Burger tem menos gordura saturada que o Impossible Burger, mas um valor energético similar.

Se a prioridade não for uma alternativa semelhante à carne, mas um prato saudável, econômico e sustentável, um hambúrguer de base vegetal pode não ser o caminho ideal. O especialista em sustentabilidade alimentar Will Nicholson recomenda considerar um curry recheado de vegetais. Ele é campeão nos níveis de macro e micronutrientes, contém menos sal, menos açúcar e menos gordura, é mais barato e pode ser elaborado usando apenas ingredientes orgânicos, além de atender à demanda dos clientes por sabores exóticos.

“Se você estiver em busca de um prato saudável, econômico e sustentável, um curry recheado de vegetais pode ser uma boa alternativa.”

Will Nicholson

Os operadores certamente precisam manter a tendência dos alimentos sem glúten em mente.



Tendência 2: opções sem glúten

Muitos consumidores também têm a percepção de que opções sem glúten equivalem à saúde, mas, em muitos casos, isso não é verdade. Um pão sem glúten com frequência é altamente processado e cheio de açúcar. A história é a mesma com produtos normalmente vendidos em cafeterias, como brownies sem glúten.

Não há dúvidas de que as opções sem glúten são uma tendência que os operadores precisam manter em mente: o mercado global prevê um crescimento de 5,6 bilhões para 8,3 bilhões de dólares entre 2020 e 2025, à medida que mais pessoas são diagnosticadas com doença celíaca, mas também mais consumidores preferem opções sem glúten para melhorar sua marca pessoal ou para se afirmarem como pessoas conscientes em relação à sua saúde. Além disso, as regulações mais rigorosas sobre a rotulagem dos ingredientes indicam que essa tendência não é mais uma coisa que as empresas de foodservice possam ignorar.

O mercado global prevê um crescimento de 5,6 bilhões para 8,3 bilhões de dólares entre 2020 e 2025.

As empresas de catering podem usar estratégias simples para oferecer opções sem glúten saudáveis e econômicas sem precisar alterar o cardápio, como deixar de usar farinha branca para engrossar sopas ou curries, por exemplo. Ou comercializar bowls saudáveis e saladas como opções sem glúten.

Também está na hora de as empresas investirem em sistemas digitais para se manterem informadas sobre alérgenos e cumprirem com as regulamentações. Os melhores são capazes de fazer uma auditoria de rastreamento da compliance até o fornecedor, garantindo que os operadores estejam cumprindo com a legislação enquanto asseguram aos clientes que é seguro consumir os produtos daquele estabelecimento. Tais sistemas também podem ser usados para contar as calorias dos pratos e colocar essas informações no cardápio, outro assunto no qual os consumidores – e as agências reguladoras – estão cada vez mais interessados.

Tendência 3: bowl 2.0

Os bowls saudáveis estão em quinto lugar nas 133 tendências de menu da previsão culinária What's Hot 2020 da Associação Nacional de Restaurantes dos Estados Unidos. Não é nenhuma surpresa, já que essas refeições do tipo “monte a sua” atendem às demandas dos clientes por personalização, conveniência e sabores exóticos.

Da parte dos operadores, os bowls são atrativos porque usam ingredientes de baixo custo, como arroz integral ou alface, enquanto as proteínas mais caras e outros itens premium podem ser adicionados em pequenas quantidades. Os restaurantes e as empresas de catering também podem usar bowls para destacar ingredientes sazonais e fazer ofertas por tempo limitado. Além disso, ao permitir que os clientes criem sua própria refeição, o desperdício de comida invariavelmente diminui.

Bowls também são ideais para entrega e para viagem, outra tendência de rápido crescimento.



A operadora britânica Vita Mojo levou a personalização a outro nível ao permitir que os clientes usem uma tela sensível ao toque para escolher a combinação exata de proteínas, vegetais, acompanhamentos e molhos que desejam de acordo com suas preferências, orçamento e necessidades nutricionais. Os itens do menu são marcados com uma hélice verde ou vermelha para indicar o benefício ou o risco à saúde associados a cada um deles.


Os bowls também são ideais para entregas e para viagem, outra tendência de rápido crescimento, sobretudo durante essa situação difícil do comércio. Para as empresas de catering eles poderiam representar uma verdadeira vantagem, pois os funcionários seriam capazes de levar uma refeição embalada da cantina para casa, caso planejem trabalhar em home office no dia seguinte.

Como a RATIONAL pode ajudar.

A flexibilidade do iCookingSuite é ideal para um operador que deseja oferecer uma variedade de ingredientes diferentes e garantir que todos sejam preparados com perfeição.

O monitoramento inteligente permite que a quantidade, o tamanho e a condição dos alimentos sejam detectados automaticamente, ajustando os parâmetros de cocção da forma apropriada. O sistema também economiza energia, espaço e insumos, além de 95% no uso de gordura e óleo.

O sistema combina o iCombi Pro, que cozinha com delicadeza usando vapor 100% fresco, e o iVario Pro, que tem uma reserva de energia suficiente para manter os nutrientes no alimento e pode ser dividido em até quatro zonas.

 Saiba mais
br.getready2021.com

