

# MOLHO, O REI DA SALADA

Ao dar mais sabor aos alimentos, produto também fomenta o consumo de legumes e hortaliças ao torná-lo mais prazeroso para muitas pessoas



**E**mpresas do ramo food service apostam na fabricação, venda e até oferta gratuita de molhos para saladas pelo fato de o produto ser capaz de dar mais sabor aos alimentos, principalmente, aos servidos in natura como em saladas. Paralelamente a esse investimento, a recente busca dos brasileiros por uma alimentação mais saudável fortifica esse mercado. Tanto que, levantamento divulgado em 2018 pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), apontou que oito em cada dez brasileiros afirmam que se esforçam para ter uma alimentação saudável e 71% dos entrevistados garantem que preferem produtos mais saudáveis, mesmo que tenham que pagar caro por eles.

De acordo com Daniel Silva, gerente de food service da Cargill, “os consumidores estão, cada vez mais, preocupados com sua saúde e alimentação e buscam nos molhos para salada um jeito de comer mais vegetais de uma maneira diferente, já que esses alimentos fazem muito bem à saúde, mas nem sempre são considerados os mais saborosos do prato. Alinhados às tendências internacionais, os consumidores gostam de novidades, especialmente, de soluções práticas para o seu dia a dia. Nessa categoria, o

mix é essencial para atender às necessidades dos consumidores, que adoram e prezam por novidades. A Cargill comercializa molhos de salada por meio da marca Liza”, diz.

Maurício Bonfim, gerente de inovação da Kerry, responsável pela marca Junior, conta que a empresa “produz e comercializa molhos para saladas há cerca de 15 anos”, destaca. “Os molhos para salada Junior entregam muito sabor, textura e cremosidade. Nossos produtos, em primeira etapa, são criados a partir de receitas clássicas elaboradas por nossos chefs e, depois, é materializada por nossa equipe de R&D. E com toda tecnologia de processo e nossa expertise em Taste & Nutrition, conseguimos entregar um produto de excelente qualidade como se tivesse sido feito na hora”, garante.

Gislaine Pavani de Freitas, coordenadora de marketing da Castelo Alimentos, partilha que a marca “lançou sua linha de molhos para salada em 2002, sempre pesquisando novos sabores como diferenciais no mercado”, afirma. “Os molhos para salada unem uma combinação de ingredientes e temperos que oferecem muito sabor e praticidade”, ressalta.

Segundo Cristiane Naco, diretora de marketing Unilever Food Solutions América Latina, a organização “tem molhos de saladas por vários anos no mercado em varejo e food service e em vários países”, diz. “Os molhos para saladas Hellmann’s são feitos com ingredientes selecionados e dão um toque especial na salada do dia a dia. Uma porção tem menos calorias que uma porção de azeite e são livres de glúten. Além disso, as embalagens são práticas e recicláveis”, sinaliza.

Já Chiara Tengan, gerente de trade marketing da Ajinomoto do Brasil, divide ainda que a empresa “produz e comercializa azeite desde 2011”.

## COMO ESCOLHER?

Diante de tamanha diversidade, a escolha de qual molho e/ou azeite é melhor para saborizar uma salada tanto para própria degustação quanto para oferecer aos clientes dos negócios food service fica um pouco complicada. Entretanto, Silva, da Cargill, esclarece que, “atualmente, o grande foco desse segmento é saudabilidade e um molho bom é aquele que traz prazer ao ser consumido. Ou seja, que torna sua salada mais gostosa e dá vontade de consumi-la. Por outro lado, esse molho não pode trazer uma alta quantidade calórica, grande



“Os molhos para salada unem uma combinação de ingredientes e temperos que oferecem muito sabor e praticidade”, ressalta Gislaine Pavani de Freitas, coordenadora de marketing da Castelo Alimentos

## BEM-ESTAR

“Alinhados às tendências internacionais, os consumidores gostam de novidades, especialmente, de soluções práticas para o seu dia a dia”, diz Daniel Silva, gerente de food service da Cargill



“Atualmente, o grande foco desse segmento é saudabilidade e um molho bom é aquele que traz prazer ao ser consumido”, diz Daniel Silva, gerente de food service da Cargill

quantidade de gorduras, nem de açúcar e de sal”, afirma. “Além disso, oferecer todas as opções para os consumidores é atender sua demanda, que valorizam opções e novidades. Ao ter o mix completo, o empresário de food service consegue oferecer diferentes momentos de consumo que vão desde diferentes combinações de saladas e uso com legumes, até pratos mais leves como lanches, tortas frias e carnes brancas, por exemplo. Os consumidores procuram praticidade sem perder a mão no sabor e consumir produtos de baixas calorias”, explica.

Bonfim, da Kerry, afirma que “é muito fácil diferenciar um molho bom e um molho ruim. Se compararmos pelo quesito sabor, o bom molho deve entregar uma carga aromática conforme sua descrição e perfil. Enquanto isso, um molho ruim poderá ser mais ácido, mais doce ou mais salgado. Outro ponto importante é a textura. Um bom molho deve envolver e aderir ao prato aplicado, obtendo, assim, um aspecto visual mais atrativo e indulgente. Por outro lado, o molho ruim será mais fluido e, provavelmente, não terá consistência o suficiente de adesão, deixando de promover o aspecto de cremosidade e indulgência. Nossos molhos entregam sabores e texturas únicas. Além disso, é importante ressaltar toda a praticidade que nossos produtos proporcionam, como shelf-life (tempo de prateleira), sabores autênticos e porções ideais. O ideal é que o molho tenha um contraste de sabor com os elementos do prato. Se falamos de vegetais mais amargos, um molho honey mustard seria uma combinação perfeita. Molhos mais ácidos combinam com vegetais mais suaves. Mas, independentemente de qualquer indicação, o mais importante é testar, experimentar e customizar sua salada. Afinal, todo mundo adora brincar um pouco de chef”, diz.

Freitas, da Castelo Alimentos, avalia que “uma marca tradicional garante qualidade, confiança e credibilidade de que os ingredientes são selecionados cuidadosamente. Outro ponto de escolha é a embalagem. No caso da Castelo, o rótulo é em pet termo encolhível (sleeve), o que facilita muito no canal food service, pois pode ser higienizada facilmente após o uso em buffets, ao contrário de rótulos em papel que ficam engordurados e manchados, dando uma má impressão de higiene, além de ter duplo lacre de segurança, sendo um selo de indução interno na tampa e o sleeve que

veda até a tampa, garantindo que o produto não foi violado. O formato da embalagem é ergonômico, no tamanho ideal para ser guardada em geladeira. Em nossas pesquisas, avaliamos que os jovens influenciam muito a compra nos lares, mas os gostos nem sempre são os mesmos dos pais. Geralmente, jovens optam pelas versões mais cremosas. Então, sempre tem mais de um sabor em casa para atender todos os paladares. Além também de as pessoas afirmarem que compram os molhos muitas vezes porque não são muito adeptas a saladas e um sabor diferenciado auxilia nesse consumo mais frequente. Sendo assim, sempre compram mais de uma versão para variar o sabor durante a semana”, afirma.

Naco, da Unilever Food Solutions América Latina, por sua vez, pontua que “saladas podem ser entrada ou também o prato principal. Ou, muitas vezes, são servidas logo no início do buffet. Portanto, é a primeira apresentação que chega ao paladar dos clientes. Além de uma boa apresentação, usar marcas líderes de mercado ajudam a demonstrar o cuidado e a qualidade na escolha dos ingredientes usados nos restaurantes. É importante oferecer ao seu público um molho para saladas aprovado por consumidores, produzido sob rígidos padrões de qualidade e processo”, aconselha.

Já Tengan, da Ajinomoto do Brasil, complementa que “ao escolher um azeite, além da qualidade e a procedência, é importante também optar por um produto equilibrado, sem ser muito intenso no amargo ou muito picante. Um bom azeite tem aromas e sabores típicos da azeitona, como notas de temperos, verduras, frutas e legumes frescos. Um azeite ‘ruim’ pode não ter nenhum sabor, aroma e/ou apresentar aromas muito desagradáveis, como ranço ou cheiro forte de fermentado. Molhos e azeites são itens essenciais na gastronomia, seja ela profissional ou dentro do lar. No caso do azeite, além de ser uma gordura mais saudável, quando selecionado de maneira apropriada, ele realça de forma ainda mais agradável o prato a ser degustado. Ele se torna simultâneo e parte do mesmo prato, pode ser misturado à receita desde seu preparo até sua finalização. É uma harmonização de concordância, não de contraposição. Convencionalmente, considera-se que o azeite deve combinar com o alimento por sua intensidade para que não camufle, mas realce o sabor do prato. Alimentos com sabor mais acentuado pedem um azeite



com aroma mais intenso e picante; pratos mais delicados, como um peixe cozido, solicitam azeites frutados; as saladas buscam os mais perfumados; e as carnes brancas e legumes combinam mais com os de sabor amendoado”, indica.

“Molhos e azeites são itens essenciais na gastronomia, seja ela profissional ou dentro do lar”, acredita Chiara Tengan, gerente de trade marketing da Ajinomoto do Brasil

CARGILL  
www.cargill.com  
JUNIOR ALIMENTOS  
www.junior.com.br  
CASTELO ALIMENTOS  
www.casteloalimentos.com.br  
UNILEVER  
www.unilever.com.br  
AJINOMOTO  
www.ajinomoto.com.br