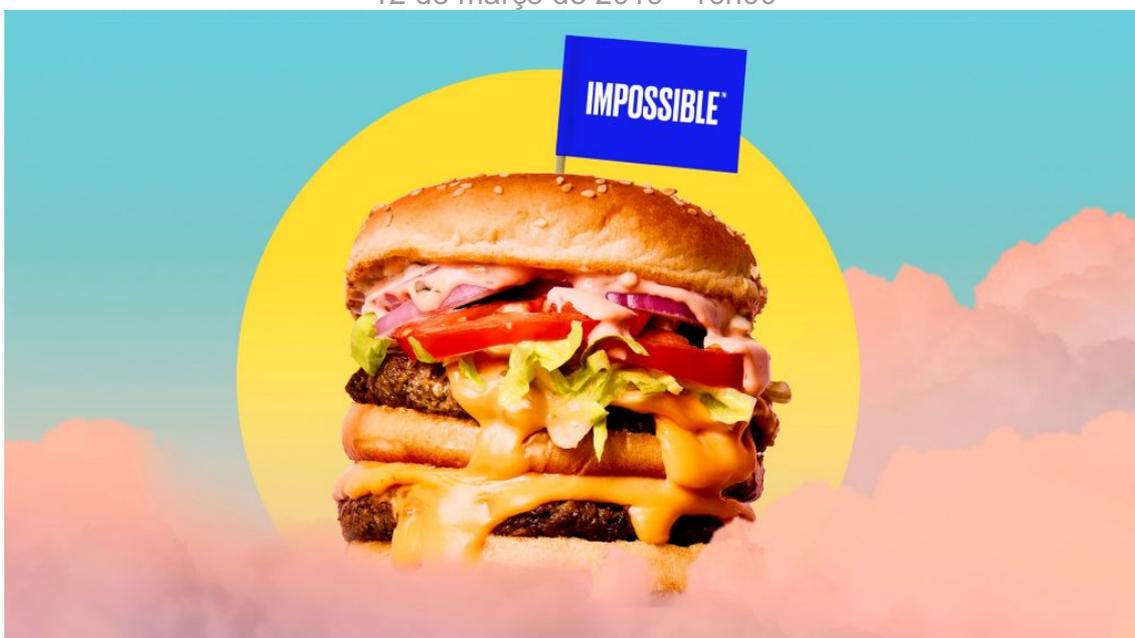


# The Future of Food: sabor sem dor

Grandes empresas como Nestlé ou organizações alternativas como o Foodtech Movement entendem que o ser humano reencontrou sua relação com a comida

Luiz Gustavo Pacete

12 de março de 2019 - 16h00



A Impossible Foods tornou-se referência na produção de carne a base de plantas (Crédito: Reprodução)

Cultivar, plantar, colher, digerir, alimentar. Palavras não bastam para definir a quantidade de discussões que contemplam o futuro da comida no SXSW.

Alimentar mais de 7 bilhões de pessoas é um dos grandes desafios da humanidade, independentemente se você estiver em Austin, San Francisco, no Brasil ou na China. Entre os painéis do SXSW, tem aqueles dedicados à tecnologia como o “Ag Tech Shaping the Future of Farming”, até os diretamente relacionado à busca da nova super proteína.

Com poucas certezas e muitas perguntas, os especialistas da indústria de alimentos que estão em Austin possuem ao menos uma convicção: que o ser humano reencontrou sua relação com a comida e que a redução do consumo de proteína animal é uma crescente. Seja pelo sucesso da Whole Foods e dos alimentos orgânicos ou mesmo pelo consumo consciente, alimentar-se, para uma parte restrita da população, deixou de ser instintivo para tornar-se um exercício de empatia. A startup Impossible Foods, de Oakland, na Califórnia, por exemplo, já produz 230 toneladas de carne por mês distribuindo a três mil restaurantes nos Estados Unidos sem matar um boi sequer. O produto é feito com elementos derivados de plantas.

Juliana Lofrese, gerente de Nutrição da Nestlé Brasil, explica que a busca por produtos cada vez mais naturais e a necessidade da saudabilidade dos alimentos mais frequentes para a indústria. “Dentro desse cenário, podemos destacar várias tendências para o setor, como a busca por alternativas para redução de açúcar e sódio, os alimentos plant based, produtos com perfil mais proteico e os orgânicos”, explica Juliana. Quando o tema é educar o paladar do brasileiro, no entanto, o desafio é grande. “Temos buscado alternativas para fazer essa mudança sem alterar sabor nos produtos, mas também procurando inovações como a utilização de cereais para dar dulçor aos produtos e substituir o açúcar”, conta.



Protesto em frente ao Convention Center contra o consumo de carne animal (Crédito: Luiz Gustavo Pacete)

O resultado dessa adaptação deu origem a produtos como o Nescau Max, por exemplo, que é um chocolate em pó sem adição de açúcar. Dentro do mercado de orgânicos, a Nestlé também temos feito evoluções como o lançamento recente do Talento Terruá, orgânico e vegano. “Também apostamos em produtos plant based, como as bebidas vegetais. E continuamos nessa busca constante pelas evoluções de nosso portfólio”, explica Juliana. Em janeiro, em um programa desenvolvido em parceria com Ambev, Endeavor e Santander, a Nestlé reuniu 19 empresas do segmento de foodtech entre elas de queijo vegano, chocolate e orgânico e marmitas saudáveis, para encontrar possibilidades de trabalho em conjunto.

Carol Bajarunas, diretora do movimento Foodtech Movement, explica que, no Brasil, as oportunidades são incontáveis em relação a indústria dos alimentos. “Quando se trata da cadeia e do nosso grau de maturidade no país, percebemos que existe muito trabalho a ser feito e enxergamos isso com lentes positivas. A oportunidade, e ao mesmo tempo o desafio, é mudar o mindset interno do “como” inovar. Como trazer para dentro das corporações a atitude empreendedora de arriscar, testar e pivotar com agilidade. Não fazer nada não é mais uma opção e levar tempo para tomar esta decisão, tampouco. O melhor momento é agora!”

Internacionalmente, segundo Carol, existem iniciativas de referência em foodtech em Israel, San Francisco e países europeus como Alemanha, Holanda e Inglaterra e nossos benchmarks são o Forward Fooding e o The Kitchen Hub. “Este segmento é a nova internet um mercado que vale dez vezes o de softwares, equivalendo a 4,8 trilhões de dólares\*, é sem dúvida a melhor e mais sustentável aposta de investimento e inovação atual”, pontua. A estimativa da Associação de Agricultura Orgânica (AAO) é que somente em 2018, a indústria de alimentos orgânicos deva faturar aproximadamente R\$ 4 bilhões no Brasil.

Fonte: <https://sxsw.meioemensagem.com.br/noticias2019/2019/03/12/the-future-of-food-sabor-sem-dor/>