

# União entre praticidade e saúde

Pesquisa revela que as vendas de chips de vegetais podem crescer a uma taxa média anual de 33,5% e as de snacks de 2,5% até 2020

**U**nião entre praticidade e saúde. Essa é uma das melhores definições da nova tendência do mercado de alimentação fora do lar: os snacks de legumes. Também conhecidos como snacks saudáveis ou chips de vegetais, esses alimentos já prontos para comer são uma inovação gastronômica para quem deseja amenizar aquela vontade de “beliscar” alguma coisa durante qualquer hora do dia, mas sem sair da dieta.

Uma pesquisa feita pela empresa espanhola Peris revela que as pessoas consomem 40% a mais quando os produtos estão prontos para o consumo. Já um estudo realizado pela Euromonitor e intitulado de “Como nos alimentamos: a mudança global no horário das refeições” aponta um movimento mundial pela prática do “snackfication”, ou seja, consumo de aperitivos saudáveis, principalmente, durante o período do café da manhã.

Entre os nove países estudados durante o mesmo levantamento da Euromonitor, o Brasil aparece entre o que apresentam maior potencial de aumento no consumo de snacks de hortaliças no período inicial do dia. Além disso, o mensurado é que, entre 2015 e 2020, as vendas de chips de vegetais feitos com batata, batata-doce, cenoura e/ou beterraba cresçam a uma taxa média anual de 33,5% e as de snacks de 2,5%.

Para a nutricionista Maiara Deslandes Malta, os snacks de legumes têm se tornado comuns no país em decorrência do tumultuado modo de vida dos brasileiros

e da recente preocupação com o bem-estar. “Hoje em dia, tempo é algo cada vez mais raro e, quando pensamos em alimentação saudável, precisamos de tempo para dedicar. Esses snacks chegaram com toda força no mercado para unir a falta de tempo com o aumento da preocupação das pessoas com a alimentação saudável. As pessoas estão tendo mais consciência alimentar, mas estão sem tempo ou cansadas por trabalharem demais. Se eu tenho um produto que encurta o caminho para um estilo de vida saudável, ele terá um consumo maior”, explica a profissional.

Maiara ressalta que os snacks são, realmente, saudáveis. No entanto, ela alerta em relação ao modo como alguns são fabricados. “Esses produtos são compostos por simplesmente legume, sem adição de corantes ou conservantes, que estão

presentes em outros produtos saudáveis. Geralmente, eles são assados e possuem uma qualidade ideal de sal. Quando assados, eles podem perder alguns nutrientes, mas outro são preservados”, pondera.

A nutricionista indica o consumo de snacks de legumes e pontua que outra grande comodidade do produto é que, normalmente, os fabricantes já entregam na quantidade certa para a degustação. “Em média, as porções que vêm em um pacote são uma porção ideal. Se pensarmos em medida caseira, seria o equivalente a uma xícara e meia ou duas xícaras”, afirma.

### MERCADO

David Sinder é diretor da Roots to go, empresa pioneira no segmento de snacks de vegetais, que produz e vende salgadinhos de raízes brasileiras, como cará, mandioca e batata-doce, para o mercado nacional e internacional (EUA e Israel). Fundada em 2013, a Roots to go foi iniciada por meio da fabricação de salgadinhos exclusivamente para exportação.

Porém, a marca própria foi lançada no Brasil um ano depois.

Sinder tem outros dois sócios, Felipe Dorf e Jonathan Grin, e avalia que o mercado nacional de snacks de legumes está em verdadeira expansão. Com isso, o empresário prevê expressivo crescimento de vendas para este ano. “Quando lançamos os chips de vegetais ainda era algo que o público brasileiro não conhecia. Mas, com trabalho de experimentação, conseguimos ótimos números. De 2015 para 2016, tivemos um crescimento de 463%. De 2016 para 2017, o crescimento foi de 142%. E, para 2018, esperamos um crescimento de 116% em relação ao ano passado”, ressalta.

A fábrica da Roots to Go fica em São João da Boa Vista, no interior de São Paulo, e produz, por mês, em torno de 90 toneladas de salgadinhos. Os chips de vegetais e de frutas da marca têm um preço médio de R\$ 6,20, enquanto as linhas ‘Popps’ e ‘Tapiokitas’ custam em torno de R\$ 3,90.

Sinder conta que o produto mais vendido da Roots to Go é o ‘Original’, que são os chips de mandioca, batata-doce laranja,

batata-doce rosada e beterraba. Entretanto, o empresário diz que outros snacks, como o de batata-doce roxa e alguns outros — ‘Popps’ e ‘Tapiokitas’ — já estão alcançando números próximos ao ‘Original’. “Nossos snacks são mais saudáveis que os tradicionais que já existem no mercado. Os chips são feitos com finas fatias cortadas diretamente dos próprios vegetais. Utilizamos apenas vegetais selecionados e esses vegetais não perdem as características nutritivas, o que traz benefícios aos consumidores”, acrescenta.

Daniel Noli é sócio da empresa Sabor Saudável, responsável pela fabricação dos snacks TidBits. A marca TidBits existe há 2 anos. Porém, outro sócio da empresa possui experiência de mais de 30 anos na produção desses chips.

Localizada no Rio de Janeiro, capital, atualmente, a TidBits produz snacks de legumes de batata-doce com linhaça, beterraba, cenoura com gengibre, couve, grão-de-bico com tahine, ervilha com curry e feijão-branco com alho. O preço médio desses produtos é de R\$ 6,50 a embalagem de 50 gramas. “Os nossos chips são ricos em nutrientes e não possuem traços de glúten, corantes, conservantes, leite, ovos e açúcares, além de serem ricos em fibras”, diz Noli.

O empresário também acredita que o mercado nacional de snacks de legumes só tende a crescer, uma vez que o produto já possui excelente saída. Em contrapartida, Noli revela um desafio dessa promissora fatia do setor de alimentação fora do lar. “Não só os de legumes, chips com saudabilidade de um modo geral têm boa saída. Já sobre o lucro, com certeza, é um mercado de margem apertada, como todo mercado mais competitivo, sendo esse o maior desafio para se produzir um item de maior qualidade que chegue ao mercado com preço competitivo”, enfatiza.

### PERFIL DE CONSUMIDOR

Quem é o brasileiro que consome snacks de legumes? Para Sinder, da Roots to go, a maioria dos seus clientes são mulheres que se preocupam com a saúde, mas que possuem uma vida muito corrida. “São pessoas que se importam com a saúde e sabor, mas que, muitas vezes, devido à correria do dia a dia, não têm a disponibilidade de ir atrás desse tipo de alimentação. Nosso maior público é



feminino, mas, cada vez mais, o público masculino vem também procurando por uma alimentação mais balanceada e regrada”, detalha o empresário.

Noli, da TidBits, também afirma que grande parte dos seus clientes se enquadra no perfil de consumidor que procura uma alimentação saudável. Em contrapartida, ele ressalta que os seus snacks de legumes são muito vendidos para adultos com filhos. “Atendemos à demanda dos consumidores que desejam uma vida mais saudável, uma alimentação rica em nutrientes e com baixa ingestão calórica”, afirma Daniel Noli, sócio da empresa Sabor Saudável

ROOTS TO GO  
rootstogo.com.br  
SABOR SAUDÁVEL  
saborsaudavelnacks.com.br

David Sinder é diretor da Roots to go, empresa pioneira no segmento de snacks de vegetais, que produz e vende salgadinhos de raízes brasileiras, como cará, mandioca e batata-doce, para o mercado nacional e internacional (EUA e Israel)

