

Sete tendências de Sabor que estarão em Alta em 2019 na América Latina, segundo estudo da Kerry



Líder mundial em Taste & Nutrition, empresa irlandesa lista autenticidade, sabores caseiros e comfort food entre os destaques da pesquisa Taste Charts 2019 na América Latina.

A Kerry, líder mundial em Taste & Nutrition, acaba de lançar o estudo Taste Charts 2019 Latam, com as principais tendências para sabores culinários, doces e bebidas na América Latina. De acordo com os dados levantados pela empresa, muito vai mudar quando pensamos em hábitos alimentares - prova disso é a maior busca dos consumidores por sabores autênticos, caseiros e que remetam aos tempos de infância. “Nosso objetivo com o estudo era descobrir quais sabores vão encantar, surpreender e entusiasmar as pessoas daqui para frente. Queremos sempre proporcionar a melhor experiência de sabor com ingredientes de alta qualidade e, para isso, precisamos saber o que o público espera”, destaca Soledad Almeida, Gerente de Marketing Taste da Kerry.

O levantamento mostrou que, em se tratando de sabor, os jovens são bastante abertos a novas experiências: 49% dos millennials e da geração Z gostam de experimentar sabores novos e incomuns. O estudo foi baseado em dados de vendas, tendências de consumo, influências do segmento *food service* e no conhecimento dos especialistas culinários da empresa. Foram entrevistados consumidores de países como México, Costa Rica, Porto Rico, Brasil e Cone Sul. Confira abaixo mais destaques do Taste Charts 2019.

COMENDO BEM

Ter uma alimentação saborosa e saudável será prioridade na vida de muitos consumidores. Na busca pela saudabilidade, o valor estará nos

sabores que trouxeram bem-estar e benefícios para a alimentação. Segundo o levantamento da Kerry, 59% dos consumidores latino-americanos estão buscando mais produtos com baixo teor de açúcar. No Brasil especificamente, o mercado teve 29% a mais de lançamentos alimentos naturais (orgânicos, sem aditivos) e funcionais entre 2016 e 2017. A tendência apontada no estudo conta com sabores como goiaba, linhaça, tomate e manjeriço.

AUTENTICIDADE

A busca por alimentos que ressaltem a autenticidade local também será cada vez maior. O crescimento da população e sua diversidade têm feito os consumidores irem em busca de suas

raízes. Será intensa a procura por sabores que ressaltem a sensação de comida caseira e regionalidade. “As pessoas hoje procuram mais autenticidade nos produtos e esperam transparência e honestidade das empresas. Ou seja, querem saber a história de cada produto, desde a origem até o método de produção. Nossa pesquisa mostra que 45% dos latino-americanos procuram informações sobre os produtos que vão adquirir ainda antes da compra”, destaca Soledad. No Brasil, exemplos dessa tendência são iogurtes sabor jabuticaba e geleias com sabores regionais, como graviola. No México, pode-se citar a maionese com sabor guacamole. Já na Costa Rica, a busca pela autenticidade se reflete em produtos como molho picante com mel e café produzidos localmente. Em geral, a tendência de autenticidade na América Latina destaca sabores específicos como arroz doce, lichia e cúrcuma.

CONFORTO E ACONCHEGO

Sabores nostálgicos, familiares e autênticos. Os integrantes desta categoria remetem à infância e fazem viajar no tempo. “A categoria *Comfort Food* é um verdadeiro afago diante das rotinas estressantes e intensas que temos. Ela traz experiências agradáveis durante as refeições”, diz Soledad. Os sabores de leite condensado, chocolate, cookies, merengue e tutti-frutti estão presentes nesta tendência. No Brasil, 57% dos entrevistados dizem que os produtos do passado são melhores que os disponíveis atualmente, refletindo a nostalgia de quando a vida era mais simples.

NÍVEL MÁXIMO DE PICÂNCIA

O poder do sabor picante será outra tendência para o próximo ano. Segundo o estudo da Kerry, 40% dos consumidores de todo o mundo estão na busca por alimentos com picância. Tal tendência permitirá trazer novas experiências sensoriais

e mais satisfação principalmente para os consumidores aventureiros. Entre os sabores em destaque estão: jalapeño, pimenta verde, curry, páprica e chilli. No México, estima-se que a categoria de molho picante aumentará sua participação de mercado para mais de 4% em 2022.

UM BRINDE AOS COQUETÉIS

Será intensa a presença de sabores inspirados em bebidas alcoólicas. Novas experiências de sabor estão surgindo por meio das invenções e da criatividade do mundo da mixologia. A tendência para 2019 é que tais sabores sejam traduzidos em bebidas e alimentos. Segundo o estudo da Kerry, 31% das pessoas que fazem ingestão de bebidas alcoólicas gostariam de ter mais opções de bebidas prontas para consumo que tenham sabores como Margarita, Tequila, Whisky, Sangria e Piña Colada. Outra tendência desta categoria, é levar sabores de bebidas alcoólicas para alimentos, como sorvetes, doces etc. O Chile é o país com maior consumo de álcool na América Latina: 9,6 litros per capita ao ano. Argentina registra 9,1 litros e o Peru 8,1 litros.

MÉTODO DE COCÇÃO

Outro tema do estudo Taste Charts é a valorização dos métodos de cocção. Tais processos influenciam na criação de sabores e trazem experiências diferentes aos consumidores. De assado e grelhados a defumados, caramelizados e torrados, os integrantes desta categoria resultam em uma atração dos sentidos através de diversas sensações e serão destaque daqui para frente.

FASCINAÇÃO FLORAL

As flores também marcarão presença em 2019. Delicados e elegantes sabores florais, colhidos em jardins de todo o mundo, estão trazendo frescor, doçura e beleza visual para alimentos e bebidas. Com

a revolução do gin e a presença de flores frescas em saladas, o uso de plantas deve continuar a crescer. Lavanda, hibisco e erva cidreira estão em alta nas tendências da pesquisa da Kerry. Ainda de acordo com o estudo, um em cada três adultos come frutas e hortaliças em cinco ou mais dias da semana.

SOBRE A KERRY

A Kerry, líder mundial em Taste & Nutrition, é uma empresa que desenvolve soluções inovadoras e tecnológicas para a indústria alimentícia e farmacêutica. A companhia tem investido durante anos em pesquisas e alta tecnologia para valorizar a experiência do sabor, agregando valor nutricional aos alimentos e impactando a experiência alimentícia de bilhões de pessoas ao redor do mundo. Em 1994, a Kerry passou a atuar na América Latina, começando pelo México. Em 1998, a Companhia se instalou no Brasil. Atualmente, a Kerry está presente em oito países Latam com 16 escritórios e centros de Pesquisa & Desenvolvimento, onde emprega 2.100 profissionais. Além disso, a empresa conta com 4.000 produtos no portfólio, 120 cientistas e 12 unidades produtivas nesta região.

Para download do material completo acesse: <https://bit.ly/2H4GFwy> (em português) e <https://bit.ly/2SKYkL1> (em espanhol).



Kerry do Brasil Ltda.
Tel.: (19) 3765-5000
kerry.com