

FAZENDO MELHOR SOLUÇÕES COM INGREDIENTES NATURAIS

A Döhler explica como lidar com os atuais desenvolvimentos de mercado na indústria de alimentos e examina a forma de atender tanto as questões objetivas de saúde quanto as subjetivas.



Quando alguém pergunta sobre as atuais tendências na indústria de alimentos, o tópico que geralmente está na ponta da língua é: alimentos que são “melhores para você”. Contudo, o que significa esse clichê? Estaríamos falando, como o termo implica, de uma série de produtos alimentícios mais saudáveis, cientificamente “melhores” para o bem-estar do consumidor?

De uma certa maneira, não somente isto! O termo “melhor para você” na verdade não descreve apenas produtos que são “isentos disto” ou que contém “menos daquilo”, mas também se refere a uma perspectiva, um estilo de vida ou uma atitude do consumidor com relação à nutrição e a alimentação. A partir desta perspectiva, partindo-se de um ponto de vista de “melhor para MIM”, talvez fique mais claro que estamos falando de tudo aquilo que fornece aos consumidores uma sensação boa ou até mesmo “melhor”, acerca de seu alimento. É claro que, na maioria dos casos, isto representa uma abordagem objetiva a uma nutrição mais saudável, mas, além disto, um sentimento bastante subjetivo, em termos de saúde, também tem um papel principal neste sempre evolutivo segmento de produto.

MERCADOS ORIENTADOS POR TENDÊNCIA

Este é um conceito que já ficou bem estabelecido no mercado de produtos sem glúten. Na verdade, muito poucas pessoas precisam realmente evitar o glúten por razões médicas. Independente disto, o setor está em franca expansão. O número de alternativas “sem glúten” cresce constantemente e, independente dos preços finais mais elevados, a demanda por parte do consumidor continua a aumentar em ritmo acelerado, apenas pela simples razão do consumidor perceber que este aspecto da nutrição é “melhor para ele”. E isto pode ser considerado como um desenvolvimento lógico

do comportamento do consumidor: já não é apenas o usuário final bem educado quem orienta esta tendência, cada vez mais consumidores, agora, “trabalham” seu conhecimento e experiência, em suas vidas diárias, para definir e seguir tendências e estilos de vida nutricionais.

E este é um sério desafio para os fabricantes de alimentos. Já não estamos falando da “simples” transferência de preocupações objetivas de saúde aos conceitos de alimentos e bebidas, tal como a redução do açúcar ou do sal, por exemplo. Estes aspectos - juntamente com o bom sabor - representam agora um tipo de condição prévia para a aceitação no mercado. E o mercado anda mais dinâmico do que nunca: crescendo, interconectando-se e criando novos impulsos. Permitindo até mesmo testemunhar a ascensão simultânea de tendências opostas. Desta forma, torna-se mandatório que os fabricantes permaneçam vigilantes o tempo todo, e que cuidem para não perder nenhum desenvolvimento importante.

Com seu próprio departamento de pesquisa de mercado, a empresa alemã Döhler, especialista em ingredientes, identifica precocemente estas mudanças do mercado e, com base nas principais competências da empresa, é capaz de traduzi-las em soluções de ingredientes naturais inovadoras e de com o melhor sabor.

Isto significa que a Döhler desenvolveu um amplo portfólio de ingredientes inovadores, bem como sistemas de ingrediente e tecnologias e para produtos que atendam às presentes demandas, incluindo extratos de malte sem glúten para diversas bebidas, bem como uma tecnologia que permite a produção de cervejas sem glúten. Outro tópico principal é a tendência “*beyond dairy*” (para além dos derivados do leite), que oferece

soluções de ingrediente para produtos “sem derivados do leite/sem lactose”, baseados em arroz, amêndoas, aveia e soja. Além disso, fazendo uso das chamadas “proteínas verdes”, a Döhler também fornece soluções para produtos veganos e, por último, mas não menos importante, a empresa fornece soluções de primeira classe para conceitos com redução de açúcar ou totalmente sem açúcar, enquanto mantém um sabor bem semelhante ao açúcar. Com o advento das restrições cada vez maiores com relação ao açúcar, no mundo todo, e com consumidores cada vez mais conscientes com relação à saúde, esta competência torna-se crítica, quando se trata de atingir os conceitos de “melhor para você”, que hoje lideram o mercado, de forma a atender a demanda dos consumidores, tanto para questões subjetivas quanto objetivas, no que diz respeito à saúde.



CERVEJA: UM BRINDE AO “SEM GLÚTEN”

Embora os mercados mudem rapidamente, há uma verdade universal: os produtos precisam ser saborosos, para ganhar a aceitação do consumidor. Até o momento, sabor era a questão mais difícil, quando se falava de cervejas sem glúten. Anteriormente, a única maneira de produzi-las era usando matéria-prima sem glúten, tal como painço, trigo-mouro, arroz ou milho. A Döhler desenvolveu uma tecnologia que permite a produção de cervejas sem glúten que, em termos de sabor, são indistinguíveis das cervejas convencionais.

E a oportunidade é perfeita. Da mesma forma que outros produtos sem glúten, a demanda do mercado para cervejas sem glúten vem crescendo. Embora apenas cerca de um por cento da população mundial sofra da doença celíaca e outros 6-10 por cento sejam sensíveis ao glúten, mais e mais pessoas que não sofrem de nenhum dos dois males têm optado por produtos que não contenham glúten. Devido a tais desenvolvimentos, o número de produtos sem glúten, no mundo todo, cresceu em uma média de aproximadamente 20 por cento ao ano, entre 2009 e 2014.

Fazendo uso de 100 por cento de malte de cevada ou malte de trigo, a tecnologia patenteada da Döhler agora possibilita a produção de cervejas sem glúten. Estas têm o mesmo sabor e propriedades de qualidade do que as cervejas comuns que contêm glúten, com a diferença de que apenas traços muito baixos de glúten permanecem no produto final, podendo assim ser comercializadas como “sem glúten”. A tecnologia pode ser integrada aos processos clássicos de fabricação de cerveja, sem a necessidade de modificações significativas.



Sob licença, qualquer cervejaria pode usar a tecnologia para tratar seu próprio mosto. Especialistas podem ajudar a implementar o processo, definir o nível ideal de tratamento de enzimas e prestar auxílio nos testes, produção e análise do glúten. Além disso, a Döhler fornece todas as enzimas necessárias. Alternativamente, a empresa poderá fornecer um portfólio de mosto concentrado sem glúten possível de ser usado na produção de cervejas de alta qualidade, que podem ser preparadas na sala de brassagem ou diretamente enviadas para fermentação. Existem numerosas maneiras para que as cervejarias, microcervejarias e cervejarias domésticas possam fabricar cervejas de alta qualidade, sem glúten.

Para outros alimentos e bebidas sem glúten, a Döhler oferece extratos de malte naturais e sem glúten, feitos 100% a partir de malte de cevada. Este novo portfólio é o resultado de pesquisas intensivas e representa um significativo avanço. Com um teor de glúten predominantemente menor do que 20 ppm - que é verificado carga a carga - os produtos atendem ao Codex

Alimentarius e podem ser rotulados como “sem glúten”. Os extratos contribuem para o sabor geral ou podem ser usados como agentes colorantes naturais. Além disso, atuam como adoçantes, conferindo o típico sabor doce do malte a produtos derivados do leite, bebidas não alcoólicas, bebidas maltadas e mesmo produtos de panificação sem glúten.

CATEGORIA DOS “PRODUTOS ALÉM DE”: INGREDIENTES QUE NÃO CONTÊM DERIVADOS DO LEITE

Mundialmente, o número de pessoas sensíveis a proteínas do leite e/ou lactose é bem maior do que o de pessoas intolerantes a glúten. Sendo assim, os produtos “sem derivados do leite” vêm se tornando cada vez mais populares, junto a uma boa parte da população. Por uma variedade de razões, incluindo questões de saúde do tipo “melhor para mim”, ética, estilos veganos ou vegetarianos, e a ascensão de determinadas comunidades que rejeitam totalmente as propriedades nutritivas dos produtos lácteos, o conceito de “*beyond dairy*” (para além dos derivados do leite) vem crescendo em popularidade.

No passado, substitutos do leite derivados da soja ou de outras alternativas sofriam em termos de sabor. A Döhler hoje é capaz de oferecer aos consumidores da indústria de alimentos e bebidas um novo e sensorialmente convincente portfólio de ingredientes naturais e que não contenham derivados do leite, à base de amêndoas, arroz, aveia ou soja. Este portfólio permite o desenvolvimento de deliciosos alimentos e bebidas sem lactose e leite de vaca, oferecendo novas oportunidades voltadas para grupos de consumo inteiramente novos.

Além do “sem lactose” e dependendo dos ingredientes usados, uma série de outros claims se torna possível, incluindo vegano, Halal, Kosher, sem glúten, isentas de transgênicos ou isentas de agentes alergênicos. Além disso, ingredientes nutritivamente valiosos, tais como cálcio, vitaminas E, B₂ e B₁₂ são adicionados aos preparados de amêndoas, por exemplo.

Dependendo da aplicação, a Döhler oferece soluções específicas para compostos de pH neutro ou ácidos/estáveis, por exemplo, que permitem o desenvolvimento de produtos inovadores e deliciosos (tais como bebidas, sorvetes, smoothies ou sobremesas) que satisfaçam a necessidade do consumidor de alimentos “melhores para mim”. As nuances de sabor estendem-se desde o neutro e semelhante a leite até um suave sabor de amêndoas ou notas de cereais.

OPTE PELO VERDE: PROTEÍNAS BASEADAS EM PLANTAS

Outra maneira de atender veganos, flexitarianos ou pessoas que simplesmente querem ter menos produtos derivados do leite em suas dietas é fazer uso das assim chamadas proteínas verdes.- proteínas derivadas de plantas, altamente nutritivas, procedentes, por exemplo, do arroz, aveia, ervilhas ou batatas - capazes de substituir as proteínas de origem animal em uma ampla variedade de conceitos. No intuito de otimizar tanto as propriedades sensoriais quanto técnicas, a Döhler usou seu abrangente *know how* de aplicações para desenvolver um portfólio de conceitos harmônicos.

Uma abordagem é a cuidadosa mistura de proteínas de plantas procedentes de diferentes fontes para obter os melhores resultados tecnológicos possíveis, onde cada mistura é individualmente adequada a sua respectiva formulação. Aromas naturais ou componentes de frutas arredondam o perfil de sabor e



mascam possíveis *off notes*. Outra solução enfoca o alinhamento do sabor do produto aos ingredientes usados, de forma que os mesmos se tornem indetectáveis, na formulação final. *Off-notes* amargas também podem ser mascaradas com aromas especiais. Além disso, proteínas verdes podem ser combinadas com componentes não derivados do leite, sem lactose, tal como o leite de aveia, resultando em uma bebida isenta de leite, com ótimas propriedades sen-

soriais. Seja qual for a abordagem, é vital um abrangente entendimento das proteínas e da forma como estas interagem com outros ingredientes.

REDUÇÃO DO AÇÚCAR COMO PADRÃO

Sendo que os desenvolvimentos de mercado, tal como a ascensão dos produtos sem glúten ou lactose, são fortemente vinculados a tendências e conceitos de estilo de vida individuais,



as antigas mudanças de paradigma, tal como a redução do açúcar, tornaram-se mais ou menos o procedimento padrão para muitas categorias de produtos. Assim, conforme mais e mais agências globais impõem restrições no uso do açúcar, os conceitos de calorias e de redução do açúcar permanecem como elementos cruciais, pressionando os fabricantes a encontrar soluções de dulçor que não comprometam o sabor, visto que este, sim, é a questão principal.

Dependendo do conceito de produto individual, a Döhler oferece conceitos de dulçor personalizados que facilitam a redução do açúcar e das calorias, sem sacrificar o sabor. A empresa desenvolveu, por exemplo, uma tecnologia de sabor natural que permite que a quantidade de açúcar seja significativamente reduzida sem o uso de adoçantes artificiais, sem afetar em nada o sabor. Além disso, o sistema de dulçor MultiSweet® Stevia permite soluções adoçantes naturais e sem calorias. E sua tecnologia MultiSweet® Classic permite uma redução de 100% do açúcar. Graças aos aromas mascaradores, os produtos que usam estes sistemas são caracterizados por vantagens multissensoriais.

ABORDAGEM ABRANGENTE

Nos mercados que hoje se movimentam rapidamente, ser capaz de reagir rapidamente e localizar tendências emergentes é vital. E mais, como os desenvolvimentos de um setor raramente ocorrem isoladamente, é importante manter uma visão geral na indústria e adotar uma abordagem abrangente quanto ao desenvolvimento de produto. Em essência, os produtos bem sucedidos de hoje e do futuro próximo precisam combinar aspectos objetivos de saúde, tal como a redução do açúcar, com os aspectos de um grande sabor e outras questões mais subjetivas como “melhor para você” e “para além de”. Com sua vasta experiência, profundo know-how de aplicação e ampla gama de ingredientes, a Döhler é a parceira ideal para o desenvolvimento de produtos inovadores e pioneiros hoje, que atendam as necessidades do consumidor do amanhã.

SOBRE A DÖHLER

O Grupo Döhler é produtor, vendedor e fornecedor global de ingredientes naturais, sistemas de ingrediente e soluções integradas para a indústria

de alimentos e bebidas. O método integrado Döhler e seu amplo portfólio que engloba aromas, corantes, ingredientes nutricionais e saudáveis, ingredientes provenientes de cereais, de lácteos e de frutas e vegetais, além de sistemas de ingredientes são a base perfeita para aplicações seguras e inovadoras em alimentos e bebidas.

Com matriz em Darmstadt, Alemanha, a Döhler tem 30 centros de produção bem como escritórios comerciais e centros de aplicação, e atividades em mais de 130 países. Mais de 5 mil dedicados colaboradores

oferecem aos clientes Döhler soluções integradas para alimentos e bebidas, do conceito à realização.

“*WE BRING IDEAS TO LIFE.*” descreve brevemente o método estratégico e holístico que a empresa possui para inovação. Este método engloba inteligência de mercado, monitoramento de tendências, desenvolvimento e aplicação de produtos inovadores, consultoria em segurança de alimentos e microbiologia, assuntos regulatórios e também ciência do consumidor e sensorial.

Döhler Market Research.

² O teor de glúten fica significativamente abaixo do limiar de 20 mg/kg, usando-se o reconhecido método R5 ELISA para cervejas, em conformidade com as normas AACCI, TTB, AOECS e MEBAK.



Döhler América Latina
www.doehler.com.br