

Balsâmico, italiano, ceasar...

O sabor da salada está nos molhos

Escutamos muito sobre a busca pela alimentação saudável. Hoje o comportamento de se alimentar melhor parece tomar forma e sair do conceito de tendência. Uma pesquisa realizada pela Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), em 2011, revelou que mais de 30% da população busca alimentos mais nutritivos. Essa busca esbarra em algumas dificuldades, como a impossibilidade de se alimentar em casa, por causa do ritmo acelerado de vida.

A grande questão que fica para vocês, leitores da revista *Cozinha Profissional*, é a seguinte: por que não atender a essa fatia de mercado, que é tão representativa, de forma que as pessoas possam comer no restaurante, o que comeriam em casa? Uma boa ideia é começar a trabalhar bem o principal ícone dessa frente, a salada.

Seja em uma dieta que visa à redução de peso corporal, na busca por uma alimentação saudável ou por questões filosóficas, as saladas são sinônimo de saúde e componentes necessários para o bom funcionamento do organismo. Para os vegetarianos é clara a preferência, mas o fato é que é comum vermos pessoas que satisfazem a necessidade de uma refeição apenas com um prato de salada, às vezes acompanhado por um grelhado.

A diversidade de cores, tipos, e o aspecto visual são muito explorados em inúmeros estabelecimentos de alimentação fora do lar, que oferecem diversos tipos. Diversos cardápios atraem os clientes exatamente por isso.

Contudo, é possível estimular ainda mais o consumo com a utilização ou oferta de molhos específicos. O item pode mudar a percepção do comensal. O molho pode ser escolhido pelo chef, que vai fazer a combinação com o tipo que julgar mais conveniente para os ingredientes utilizados ou segundo o gosto do cliente, que pode ter a sua disposição diversos tipos.

A escolha do sabor

É comum vermos as pessoas temperarem as saladas com azeite, vinagre e sal. Mas o estímulo ao consumo pede mais sabor. “Para determinar os sabores de molhos para salada que serão comercializados, fazemos pesquisa com os operadores do mercado food service para avaliar quais são suas preferências em termos de sabor, consistência, ingredientes, tamanho de embalagem, entre muitos outros fatores. Com base nas informações coletadas nas pesquisas, avaliamos quais são os sabores mais requisitados e desenvolvemos uma formulação específica para entregar o melhor produto aos nossos clientes”, explica Sheldia Barsella, diretora de Channel Marketing da Unilever Food Solutions.

A divisão da Unilever responsável pelos produtos para o food service oferece os molhos para salada da marca Hellmann's. São seis sabores que visam atender aos mais variados paladares e, é claro, aos chefs que se responsabilizam pela escolha e enviam, junto ao prato, o molho à parte.

Cada gosto, um molho

Todos os molhos para salada Hellmann's



Divulgação / Unilever Food Solutions

possuem água, algum tipo de vinagre, sal e óleo vegetal na composição, a diferença está nos outros ingredientes. O Balsâmico, por exemplo, contém dois tipos de vinagre, balsâmico e de vinho tinto. Além disso, a receita conta com pimenta do reino preta, entre outros componentes.

O tipo Italiano é preparado com pimentões verdes e vermelhos, salsa, orégano, manjeriço, aipo e outros. Já a formulação do molho para salada sabor Parmesão, conta com o queijo como protagonista e leva pimenta do reino branca.

A linha de produtos segue para o Ceasar, com ovo, alho, pimenta do reino preta, peixe e queijo parmesão. O sabor Limão não tem segredos, conta com o suco da fruta e busca agradar o público que gosta do toque de limão. Por fim, o molho Rosé, que é caracterizado pela presença de polpa de tomate.

Como é característico da divisão de food service da empresa, os produtos possuem embalagens específicas para o mercado. São pets com 475 ml que possibilitam que os diversos tipos fiquem expostos à escolha e ao uso dos clientes, como acontece em estabelecimentos que trabalham com self-service ou bufê. ●

Posição	Marca	Empresa	% de votos
1º	Hellmann's	Unilever Food Solutions	70%
2º	Liza	Cargill do Brasil	9%
3º	Castelo	Castelo Alimentos	5%

Palavras-chave para busca no site:
Molho pronto para salada, Hellmann's

Um prato e muitas possibilidades



Seja por filosofia, por opção de vida ou simplesmente por apreço, as saladas são sempre uma opção saudável. Em muitos restaurantes, são indispensáveis e, junto, é claro, existem muitas opções de molhos, que vão desde o mais caseiro até o italiano, parmesão, rosé, ceasar, limão, etc.

E é com essa proposta, de variedade de sabores, junto com o apelo, cada vez mais presente, da alimentação saudável, que a Hellmann's oferece a linha de molhos para salada.

Um fato curioso sobre os produtos, cuja marca pertence à Unilever desde 2000, é que a ideia veio da maionese, já que o primeiro molho era, na verdade, uma versão mais "líquida", do produto. Contudo, o lançamento permitiu a entrada nesse novo nicho, ampliando a linha, inclusive para os restaurantes e similares. O desenvolvimento dos outros sabores começou poucos anos depois, com a constatação do interesse dos consumidores urbanos pelas saladas.

NOME: Hellmann's
SITE: www.hellmanns.com.br
TEL.: 0800 117 766

POSIÇÕES ANTERIORES:
 1º lugar (2010)
 2º lugar (2011)

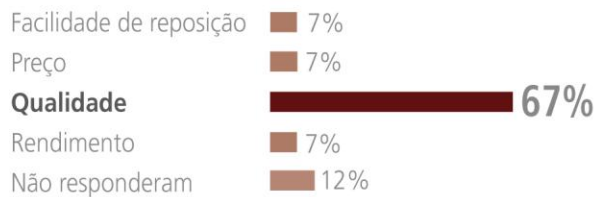
53%

apontaram a **QUALIDADE** como principal motivo pela escolha da marca Hellmann's

INFORMAÇÕES SOBRE A CATEGORIA

1º	Hellmann's	Unilever Food Solutions	63,33%
2º	Liza	Cargill Food Service	23,33%
3º	Castelo	Castelo Alimentos	10,00%

MOTIVOS DETERMINANTES PARA A ESCOLHA



LINHA DO TEMPO DO MERCADO

