

## **A INTERFERÊNCIA DA PRATICIDADE E DA CONVENIÊNCIA NA INDUSTRIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS**

**Patricia Prati**

Eng. Agr., Dra., PqC do Polo Centro Sul/APTA

[pprati@apta.sp.gov.br](mailto:pprati@apta.sp.gov.br)

**Celina Maria Henrique**

Eng. Agr., Dra., PqC do Polo Centro Sul/APTA

[celina@apta.sp.gov.br](mailto:celina@apta.sp.gov.br)

A pesquisa intitulada “Brasil Food Trends 2020” revelou que a Conveniência e Praticidade constitui uma das cinco tendências internacionais de consumo de alimentos industrializados. Hoje, no Brasil, 34% dos consumidores entrevistados pela pesquisa prezam a praticidade e a conveniência na hora de escolher os alimentos que colocarão à mesa. Essa necessidade de rapidez, segundo a pesquisa, é atendida pela preferência por comida congelada e produtos enlatados (Ibope, 2014).

O comportamento de compra das mulheres brasileiras tem chamado a atenção, já que nos últimos anos, elas têm buscado conveniência e praticidade no dia a dia, com a utilização de produtos industrializados. Um estudo realizado nas cidades de São Paulo e Recife revelou que houve aumento no consumo de produtos industrializados. Como o tempo é cada vez mais escasso, 64% das mulheres responderam que, no futuro, os alimentos industrializados serão mais práticos e rápidos, enquanto 24% acreditam que futuramente eles serão mais naturais e com menos química (UOL, 2011).

“A comida de conveniência (*convenience food*) é considerada como um novo hábito alimentar gerado pela vida moderna. A variedade de produtos disponíveis é imensa. Na Alemanha, por exemplo, é possível encontrar molho de tomate à napolitana em vidro, mistura para suflê de brócolis em pacotinhos, batatas descascadas e cozidas em lata,

croissants pré-assados congelados, cozidos vários e inúmeras misturas além de temperos prontos específicos para frango assado, peixe, sopa, comida chinesa” (Soliz, 2004).

“Foram-se os tempos em que as pessoas conheciam os diversos ingredientes e sabiam que temperos e ervas ficam bem em determinados pratos. Depois que a *fast food* tomou conta do mundo, agora é a vez da *convenience food* (comida de conveniência, isto é, cômoda). Incipiente no Brasil, onde o consumo de alimentos frescos é grande, ela se alastra na Alemanha e nos países industrializados, garantindo taxas de crescimento invejáveis às indústrias do setor” (Soliz, 2004).

“A vida moderna está mudando os hábitos alimentares. Nas grandes cidades, é comum ver gente jovem comendo na rua um hambúrguer, um *döner kebab* (churrasquinho grego) ou batatas fritas com maionese ou ketchup. Um número cada vez menor de pessoas cozinham como se fazia décadas atrás e muitos nem sequer empregam mais os alimentos frescos básicos” (Soliz, 2004).

Em alguns países industrializados, como a Alemanha, o hábito da *convenience food* é tão grande que as pessoas acabam até perdendo a noção sobre quais verduras e frutas são da estação. Quando a dependência da natureza era maior, todo mundo sabia isso. Hoje, porém, as importações enchem os supermercados o ano todo com bananas da América Central, abacaxis da África, mangas do Brasil, abacates de Israel, tomates do Marrocos e da Espanha, ou os pepinos cultivados independentemente da época, nas estufas da Holanda (Soliz, 2004).

Além disso, a perda do hábito de cozinhar está fazendo com que muitas pessoas não saibam fazer nada na cozinha além de colocar algo no microondas. Outro fato importante, é que o paladar das crianças já está acostumado aos intensos aromas artificiais da indústria alimentícia, adverte a Academia de Proteção à Natureza e ao Meio Ambiente, de Baden-Württemberg. Elas acabam achando sem graça o sabor natural dos alimentos (Soliz, 2004).

De acordo com Vilas Boas (2002) citado por Dantas (2007), o mercado consumidor tem clamado, já há muito tempo por produtos convenientes. Tal conveniência emergiu na década de 70, na forma de embutidos e enlatados, e com a evolução das cadeias de *fast food*, levando aos consumidores alimentos processados, pobres em fibras, vitaminas e minerais e ricos em sal, gorduras e açúcar. Um reflexo desta mudança equivocada nos hábitos alimentares do consumidor ficou aparente no aumento da incidência da obesidade e de doenças cardiovasculares, dentre outros males. Atualmente, o consumidor já tem acesso

a alimentos ao mesmo tempo convenientes e saudáveis. Com a tecnologia hoje disponível, já é possível encontrar no mercado frutas e hortaliças descascadas e cortadas, frescas, prontas para serem consumidas.

Não apenas os hábitos alimentares, mas também os conhecimentos sobre nutrição também passam por um processo de mudança. “Muitos alimentos processados e de conveniência contêm gordura, sal e calorias em excesso. Os avanços tecnológicos melhoraram sensivelmente a qualidade e a variedade dos alimentos processados, porém alguns críticos culpam a dependência cada vez maior dos alimentos de conveniência, pelo fato de que cresce assustadoramente o número de pessoas acima do peso. Entretanto, qualquer pessoa que adote as regras básicas no que se refere a variedade, moderação e equilíbrio, pode adaptar sua ingestão a uma alimentação saudável e nutritiva” (Renato, 2013).

“Em termos nutricionais, alguns desses produtos não se comparam à comida caseira, mas isso varia muito entre os alimentos. Sopas instantâneas contêm alguns legumes desidratados e muito aromatizantes, emulsificantes, aditivos e conservantes artificiais. Já as sopas preparadas em casa ou enlatadas são mais nutritivas e contêm menos aditivos. Normalmente, a maioria dos alimentos de conveniência tem mais açúcar, sal e gordura do que os preparados em casa” (Renato, 2013).

Nos Estados Unidos foi aprovada uma lei em 2010, que estabelece padrões nutricionais para alimentos vendidos em escolas, objetivando desta forma, frear a obesidade infantil no país, que afeta 17% das crianças e adolescentes. Dentre as normas estabelecidas, prevê-se que o alimento oferecido nesta situação, deve apresentar como ingrediente principal uma fruta ou um vegetal ou mesmo produtos lácteos.

“As técnicas de processamento utilizadas podem eliminar as vitaminas e os minerais de alguns alimentos, mas existem algumas exceções em que os alimentos de conveniência são mais nutritivos do que seus equivalentes naturais. A maioria dos cereais e dos pães enriquecidos fornece mais nutrientes do que os preparados da maneira tradicional” (Renato, 2013).

“As exigências dos consumidores forçaram muitos fabricantes a melhorar a qualidade nutricional de seus produtos, a adicionar ingredientes saudáveis (por exemplo, cálcio no suco de laranja) ou a reduzir o teor de gordura, açúcar e sal em seus produtos” (Renato, 2013).

“A maioria dos alimentos de conveniência é mais cara do que o custo total de seus ingredientes. Para muitas pessoas, entretanto, o custo extra é justificado pela economia de tempo e de trabalho. Ainda assim, os consumidores se preocupam com o valor nutricional de pratos congelados, de barras de cereais e de outros alimentos de conveniência. Para acabar com essas preocupações, atualmente alguns fabricantes estão produzindo alimentos especiais. Alguns deles têm poucas calorias e pouco sal, enquanto outros são projetados para atender às necessidades específicas de alguns grupos de pessoas, como aqueles com determinada alergia alimentar e diabéticos” (Renato, 2013).

Os produtos do setor de alimentos e bebidas que dão suporte a dietas saudáveis, dietas visando perda de peso ou dietas destinadas a pessoas que têm pouco tempo para cozinhar estão entre os de mais rápido crescimento. O estudo chamado “Tendências no Mundo – Visões sobre o crescimento no setor de alimentos e bebidas 2004” mostrou que, das sete categorias que apresentam crescimento de duplo dígito no ano de 2004, cinco ofereciam benefícios para a saúde ou para perda de peso. As duas categorias de maior crescimento foram bebidas a base de soja (+ 31%) e iogurtes (+ 19%) (BeefPoint, 2005).

“Esse estudo mostrou que os consumidores do mundo estão preocupados com dieta e saúde, particularmente com atenção para assuntos como obesidade e diabetes. As companhias de alimentos e bebidas, que desenvolvem produtos saudáveis e que também agradam o consumidor com um bom sabor e com conveniência, encontram um mercado receptivo a esses produtos. Uma análise das categorias de alimentos e bebidas de maior crescimento revela que o interesse dos consumidores por dietas com alto teor de proteína e baixo teor de carboidratos, particularmente nos mercados desenvolvidos, foi um fator importante. A inovação de produtos pode direcionar uma empolgação, mas somente aquelas melhorias adequadas às demandas mais sustentáveis dos consumidores, particularmente saúde e conveniência, terão sucesso em longo prazo” (BeefPoint, 2005).

## Referências

BEEFPOINT. **Saúde e conveniência direcionarão crescimento no setor de alimentos.** Acessado em 26 de fevereiro de 2015. Disponível em <http://www.beefpoint.com.br/cadeia-produtiva/marketing-da-carne/saude-e-conveniencia-direcionarao-crescimento-no-setor-de-alimentos-22517/.02/02/2005>.

DANTAS, A.M.T. **Processamento mínimo de frutas**. 60p. Curso de Especialização em Tecnologia de Alimentos – Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

IBOPE. **Brasileiros buscam praticidade, prazer, qualidade e benefícios à saúde nos alimentos industrializados**. Acessado em 10 de setembro de 2014. Disponível em <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Brasileiros%20buscam%20praticidade,%20prazer,%20qualidade%20e%20benef%C3%ADcios%20%C3%A0%20sa%C3%BAde%20nos%20alimentos%20industrializados.aspx>

RENATO, B.V. **Alimentos processados e de conveniência**. Acessado em 26 de fevereiro de 2015. Disponível em <http://guiaalimentacaosaudavel.blogspot.com.br/2013/02/alimentos-processados-e-de-conveniencia.html>. 10/02/2013.

SOLIZ, N. **Alemanha – Comida de conveniência: novo hábito alimentar**. Acessado em 26 de fevereiro de 2015. Disponível em <http://www.dw.de/comida-de-conveni%C3%Aancia-novo-h%C3%A1bito-alimentar/a-1164775>. 07/04/2004.

UOL. **Consumo: mulheres buscam mais conveniência e praticidade no dia a dia**. Acessado em 25 de setembro de 2014. Disponível em <http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/infomoney/2011/09/20/consumo-mulheres-buscam-mais-conveniencia-e-praticidade-no-dia-a-dia.jhtm>. 20/09/2011.

VILAS BOAS, E.V.B. **Tecnologia de processamento mínimo de Banana, Mamão e Kiwi**. Departamento de Ciências de Alimentos, Universidade Federal de Lavras, Lavras, MG. 2002. Acessado em 02 de janeiro de 2007.