

Revista Exame

A Maior Revista de Negócios e Economia do País

Quando o quente é ser natural



Jardel Sebba

O verão inspira desejos, especialmente o de uma vida mais saudável. E nenhuma cidade no país fica mais em evidência nesta época que o Rio de Janeiro, cujas tendências da estação costumam ecoar no resto do país. E onde se lê tendências, leia-se também negócios. A gastronomia saudável, ou natural, além de privar as pessoas de corantes e conservantes, representa uma fatia cada vez maior do mercado brasileiro. Segundo estudo do Euromonitor publicado em julho de 2016, o Brasil é o quinto mercado mundial de alimentos e bebidas saudáveis. Isso significou, em

2015, um faturamento de 27,5 bilhões de dólares, o que faz bem não só ao corpo e ao espírito, mas ao bolso.

Enquanto o segmento cresceu cerca de 8% em média no mundo, ele registrou 20% de aumento por aqui. Nenhuma grande novidade: a Brasil Food Trends 2020, promovida em 2011 pela Federação das Indústrias de São Paulo (Fiesp) e pelo Instituto de Tecnologia de Alimentos (Ital) do governo do estado de São Paulo, já apontava como tendência para a próxima década um consumidor mais interessado nas origens dos alimentos e nos benefícios para a saúde.

No mercado mundial, alguns movimentos dão indicações claras no mesmo sentido. A francesa Danone, por exemplo, ano passado adquiriu a norte-americana WhiteWave Foods, empresa de alimentos orgânicos, por 12,5 bilhões de dólares. A Coca-Cola Company comprou a Ades, de bebidas à base de soja, por 575 milhões de dólares. O mundo da alimentação caminha para opções mais naturais, e como o Rio é pioneiro em lançar tendências nesse mercado, separamos três novidades deste verão carioca que você precisa conhecer – e que são bons exemplos de como o verão pode aquecer também os negócios.

“Cada vez mais as pessoas estão buscando se conscientizar sobre o que estão ingerindo. Com isso, a redução no consumo de carne e o veganismo são tendências mundiais.” Quem garante é Raphael Krás, o homem por trás do Hareburger. A rede de “hamburger cósmico”, já consagrada na cidade, lançou ano passado seu primeiro sanduiche 100% vegano, o Quinoa Solar Vegano. “É um hambúrguer à base de quinoa e batata doce e, para a campanha de lançamento, decidimos, literalmente, colocá-lo na estratosfera em um balão meteorológico”, conta Krás. “Assim nos tornarmos a primeira empresa do mundo a lançar um hambúrguer 100% vegano para fora do planeta Terra!”, regozija-se.

Este não é um universo estranho ao mundo de Hare Rapha, como Krás também é conhecido. Dos doze lanches servidos no prato na casa que ele fundou, entre saladas e “hares”, oito já tinham o selo vegano. Mas, entre

os sanduiches, o Quinoa é pioneiro. Além do blend do hambúrguer, ele ainda leva cebola roxa, molho de semente de papaya, cenourinhas crocantes, tomate, queijo vegano e folhas, e custa R\$ 16,90.

“Com ele, o Hareburger tornou-se um pioneiro no ramo, ocupando uma lacuna no mercado de fast food”, resume.

E, acredite, ele tem bons motivos para dispensar a modéstia. Raphael Krás pode parecer às vezes de outro planeta, mas sua visão do negócio tem os dois pés muito bem plantados no chão. Para quem começou em 2006 vendendo hambúrguer na praia com 50 reais emprestados pela avó, ele hoje tem uma loja própria no Leblon e mais sete unidades franqueadas pela cidade – a oitava, em Petrópolis, na região serrana fluminense, abre mês que vem. No hare business plan está a perspectiva de inaugurar mais sete unidades em 2017, incluindo a primeira em São Paulo. “Até 2022, pretendemos abrir mais de 150 lojas em todo o país e internacionalizar a marca”, conta Krás, cujo modelo de franquia inclui taxa de 50.000 reais e 6% do faturamento bruto mensal de royalties. Como se vê, de lunático ele só tem o discurso.



HAMBÚRGUER DE SHITAKE DO HARE BURGER: oito unidades no Rio e planos de chegar a 150 no Brasil

Da cerveja ao suco

Às vezes a novidade natural vem de onde menos se espera. Como uma linha de sucos naturais de tipos específicos de uvas fabricada por uma marca de cerveja. Foi o que aconteceu com a Jeffrey. A cervejaria artesanal carioca, fruto da parceria de quatro amigos, já fazia sucesso com seus dois rótulos, a Niña, uma witbier, e a Red, uma red pilsen, que caíram nas graças dos melhores restaurantes da cidade, quando resolveu inovar. Em meados do ano passado, no lugar de um novo rótulo de cerveja, a marca surpreendeu ao lançar uma linha especial de sucos de uva. “Nunca nos vimos apenas como uma cervejaria. Os sucos são a primeira linha de produtos não-alcoólicos da marca, mas teremos muitas novidades ainda”, garante Gilson Val, um dos quatro amigos-sócios.

A ambição do projeto justifica os três anos de desenvolvimento. Começando com o arrendamento da terra para a plantação das uvas, na região de São Valentin, na Serra Gaúcha, e culminando no desafio de criar

sucos diferentes a partir de quatro tipos de uva. Assim nasceu a Coleção Quatro Estações, com sucos das uvas Niágara Branca, Niágara Rosa, Francesa e Bordô. Cada garrafa de 300 ml. tem o preço sugerido de 12 reais. “Não há mistura de tipos de uvas nos nossos sucos, além de mantermos a colheita manual e natural, ou seja, sem contato com máquinas, garantindo que a fruta não oxide. Foi um grande desafio entender como cada uva se comportava e como ficaria o resultado dos seus sucos”, conta Val, que garante que o investimento valeu a pena. “Nosso diferencial são os sucos de uvas específicas, como um vinho sem álcool”, define.

Falando em investimento, Val se limita a dizer que ele foi alto. Mais importante, ele e seus sócios parecem ter plena compreensão do momento que o mundo vive em relação ao consumo e da sintonia dos sucos da marca com o novo consumidor. “Chegamos em um momento que o deslumbramento com a revolução industrial já passou faz tempo. Não queremos mais códigos de barras em nossos produtos, queremos origem, queremos conhecer a história por trás de cada produtor, e isso transforma toda a experiência de consumo em algo muito mais saboroso e vivo”, define.

Os drinques e os vegetais

Diante das tendências, não chega a ser surpresa que um dos restaurantes mais elogiados do Rio, visita obrigatória nesta estação, seja um “bar de vegetais”. O Teva, inaugurado em agosto do ano passado, tem um cardápio autointitulado “100% vegetal, sazonal, produzido com ingredientes frescos, cultivados localmente e orgânicos ao máximo possível”. E um dos trunfos da casa, além da privilegiada localização entre a praia de Ipanema e a Lagoa Rodrigo de Freitas, é a visão moderna da cozinha vegana promovida pelo chef Daniel Biron, formado pelo Natural Gourmet Institute de Nova Iorque.

“Existe uma ideia equivocada de que a culinária à base de vegetais é sinônima de natureza, macrobiótica e saudável. O estereótipo

persiste, muito em função de negócios no segmento de comida vegetariana serem associados ao esotérico, ao hippie, ao oriental e servirem pratos similares, como a feijoada vegetariana, bobó de shiitake”, diz. A luta de Biron é para fugir dos estereótipos e surpreender veganos e carnívoros. “O maior desafio é mudar a cabeça de quem tem preconceitos muito arraigados em relação a culinária sem carne, ovo e laticínios, quem ainda acha que vegetariano só come salada.” Segundo ele, o ambiente da casa é parte fundamental dessa inovação. “O Teva rompe esses estereótipos, a começar pelo funcionamento essencialmente noturno, pelo ambiente e decoração contemporâneos e pelo sabor e apresentação da comida. Um cuidado em relação a experiência como um todo”, define o chef.

Ou seja, para além da natureza de seus ingredientes, seu foco principal é no sabor. O cardápio muda constantemente, de acordo com a sazonalidade dos produtos, e muita coisa é feita no próprio restaurante. Apesar da variação, alguns pratos já se candidatam a clássicos da cozinha do Teva, especialmente o palmito à dorê e o Steak de couve-flor.

“O palmito é empanado com massa sem glúten e frito, servido com aioli de alcaparras e limão, surpreende pela aparência de argolas douradas que lembram lula frita. O Steak de couve-flor, servido com faca de churrasco, surpreende por ser uma forma diferente de se comer o vegetal, com corte e preparo não usuais”, explica o chef. Para Biron, estar constantemente em sintonia com o que está acontecendo no mundo é a receita para tornar a gastronomia vegana cada vez mais relevante e convidativa. “No Teva, não temos receio de trocar itens consagrados, a mudança é parte do nosso DNA, não queremos nos estagnar. Primamos sempre pelo sabor e pela experiência em primeiro lugar”, resume.

O astral do hambúrguer de quinoa e batata-doce, a pureza dos sucos de uva e os sabores do bar de vegetais são um pedaço de uma cidade que não teme arriscar e lançar tendências no segmento de consumo saudável. Ao lado deles estão o Kombuchá em garrafinha, da K. Probióticos Artesanais, feito de chá fermentado e naturalmente gaseificado, que é um excelente

substituto do refrigerante. O picolé Wee, do Sorvete Itália, que combina cenoura, laranja e acerola, ou seja, é bom para a saúde e para o bronzeado. Sem falar no painço da linha da Mãe Terra, empresa pioneira no mercado de produtos saudáveis alternativos, em parceria com a apresentadora Bela Gil, que se tornou o cereal da moda, fonte de nutrientes e sem glúten. Tem verão carioca para todos os gostos.



Lucas Amorim / janeiro 28, 2017 / Negócios / maischapeu, toporeportagem /

Revista Exame / Orgulhosamente desenvolvido com WordPress