McDonald's muda cardápio

por Andréa Valeria

Com objetivo de ser uma opção e refeição mais saudável, a Arcos Dorados, responsável pela marca McDonalds na América Latina, reformulou o cardápio da rede, trazendo novas opções e redução de calorias, açúcar e sódio em diversos produtos.

Uma das novidades fica por conta do "McLanche Feliz" que passou a ter um quarto item adicionado à sua composição. Além do cheesburger ou nuggets, fritas e bebida, ainda está sendo oferecida uma opção de frutas. Ao todo, a oferta tem até 6oo calorias, o que eqüivale a menos de um terço da recomendação da ingestão diária proposta pela OMS (Organização Mundial de Saúde). A quantidade de sódio também foi reduzida, io% em média, nos pães, nuggets, queijo e ketchup dos lanches. Na mesma linha, a quantidade de açúcar adicionado nas bebidas à base de frutas foi diminuída em 40%.

Outra novidade é o lançamento de uma salada como acompanhamento da McOferta. A opção tem o dobro do peso da versão anterior e menos de dez calorias, sem os molhos.

Os lançamentos estão disponíveis desde a semana passada, dia 1º, mesmo período em que entrou no ar a campanha criada pela Taterka. A comunicação conta com filme, anúncios, mobiliário urbano e ações na internet. O investimento não foi revelado.

De acordo com Woods Staton, ceo da Arcos Dorados, todas as novidades fazem parte de uma estratégia da rede para atender a demanda do consumidor e as tendências do mercado. Neste caso, ele explicou que as mudanças são conseqüências de dois anos de pesquisas conduzidas em parceria com fornecedores de toda a América Latina, e as inovações fazem parte parte do processo de contínuo aprimoramento do cardápio da rede.

O executivo declarou que o McDonalds, mais uma vez, "mudou e mudará sempre que for necessário, pois quer continuar oferecendo produtos que permitam aos clientes fazer combinações mais adequadas para uma alimentação nutritiva e apropriada a uma vida saudável".

mais que uma simples salada

Segundo Staton, com essas ações e o apoio a iniciativas que estimulem a atividade física, a rede reforça o compromisso com a satisfação dos clientes.

A professora e doutora Maria Luiza Ctenas, nutricionista e consultora da Arcos Dorados, afirmou que para garantir que os produtos mantivessem rigorosamente o mesmo sabor, foram realizadas pesquisas durante dois anos e, desde o início de 2011, as novidades já estão sendo testadas nos restaurantes.

Além das novidades do cardápio, o McDonalds lançou o site "Comer e aprender", com receitas e descrições nutricionais dos alimentos da rede. A empresa também promoverá uma corrida de 5 quilômetros em várias cidades, entre elas São Paulo e Rio de janeiro, para incentivar a prática de exercícios físicos.

Peças criadas pela Taterka para McLanche Feliz

Fonte: Propmark, São Paulo, 3 out. 2011, p. 26.