



Good Farmy

RADAR DE TENDÊNCIAS • EDIÇÃO 01 • SETEMBRO 2026

Radar de Tendências Good Farmy

Conteúdos interessantes para o seu negócio com os produtos da Good Farmy.

Cinco temas com o que está acontecendo pelo Brasil e pelo mundo com alguns dos nossos produtos.

COMO LER O RADAR

Cinco temas, o que está acontecendo e onde entra no seu negócio

Neste radar apresentamos para você cinco temas com o que está acontecendo pelo Brasil e pelo mundo com alguns dos nossos produtos:

1. Tomate grape como snack: novas ocasiões de consumo
2. Conveniência no preparo: menos faca, mais serviço
3. Vegetais com protagonismo no cardápio
4. Origem e produtores: quem está por trás do produto
5. Pequenos lanches em empresas e hotelaria

Cada tema traz o que está acontecendo, com a fonte de cada dado logo abaixo, o contexto e onde isso entra no seu negócio. **INTERNACIONAL** dado de fora do Brasil. **BRASIL** dado brasileiro.

Contexto do food service brasileiro

- Consumo em food service cresceu 10,1% em 2025 (ABIA via InfoMoney, 05/03/2026).
- R\$ 62,4 bilhões no 2º trimestre de 2025, maior valor já registrado; tráfego -5%, ticket médio +7%; delivery +11% (IFB via Mercado&Consumo, 06/09/2025).
- R\$ 221 bilhões em 2024; 1,8 milhão de estabelecimentos; 75% independentes (IFB via FoodBiz, 02/10/2025).
- Rotatividade de 74,3% e 68% dos estabelecimentos com delivery (ANR, 03/09/2025).
- Food service é canal relevante de escoamento de hortifruti, sem dado público de participação (Cepea, 20/08/2020).

ABIA e IFB medem coisas diferentes (vendas da indústria ao canal versus gasto do consumidor); não somar nem comparar.



TEMA 01

Tomate grape como snack: novas ocasiões de consumo

O que está acontecendo

INTERNACIONAL

Baldor Specialty Foods (EUA), Food Forecast 2026: capítulo "Snacking Tomatoes" e Hot List com crescimento de 82% nas vendas de Flavor Bombs Cherry Tomatoes na operação da Baldor, ano contra ano, sem base de cálculo divulgada.

Fonte: baldorfood.com/resourcecenter, 2026.

INTERNACIONAL

Varejo dos EUA: vendas de tomate cereja +9,5% e medleys +11,8% nas 52 semanas até 25/01/2026; tomates pequenos são 30% a 35% dos SKUs da categoria.

Fonte: Produce Business, 27/04/2026, dados Circana.

INTERNACIONAL

Holanda: vendas de snack vegetables +16% em 2024; tomate cereja é um terço do volume de tomate no supermercado. Alemanha: 71% dos lares compraram snack vegetables em 2024.

Fonte: Fresh Plaza, 23/06/2025, dados GroentenFruit Huis.

INTERNACIONAL

Guias oficiais de lancheira escolar do Reino Unido e da Austrália citam o tomate cereja como opção de vegetal cru para o lanche das crianças. Em Israel, o Ministério da Saúde recomenda vegetais e frutas na lancheira do lanche das dez.

Fonte: NHS Healthier Families (Reino Unido, 2026); Healthy Eating Advisory Service (Victoria, Austrália, 2026); Ministério da Saúde de Israel, programa Efsharibari.

INTERNACIONAL

Em escolas holandesas, crianças comeram 54% mais pepino como lanche quando servido em porções maiores e pedaços menores. Em reuniões de trabalho, vegetais snack em porções individuais renderam 97 g por pessoa contra 63 g em tigela compartilhada.

Fonte: van Kleef et al., Public Health Nutrition, 2015; Immink et al., Int. J. Workplace Health Management, 2021.

BRASIL

Consumo de minivegetais e minifrutos cresce 15% a 20% ao ano, segundo o Cepea/Esalq. Dado para minis em geral, não só tomate.

Fonte: Dinheiro Rural, 14/11/2025.

BRASIL

O tomate grape aparece no atacado paulista como variedade do grupo tomate mini, com origem principal em Guapiara e Capão Bonito (SP) e Estiva (MG).

Fonte: guia público de origem por produto do atacado paulista, set/2025; Sakata, 15/09/2025.



Contexto

Nos EUA e na Europa, o tomate pequeno deixou de ser um subitem de "tomates" para virar categoria de snack, com embalagens individuais e posicionamento perto dos lanches. As variedades citadas lá (Flavor Bombs, Sungold) são diferentes do tomate Good Farmy; o que se transfere é a lógica de ocasião, não o atributo do produto.

Onde entra no seu negócio

Empresas (coffee break), hotéis (café da manhã), buffets (aperitivo frio), varejo e empórios (posicionamento de gôndola), clubes e restaurantes.

Produtos Good Farmy relacionados

Tomate grape Good Farmy (embalagem Sweet Fruit 200 g e granel por kg); tomate grape amarelo (granel); uva thompson e tangerina como snacks companheiros.

TEMA 02

Conveniência no preparo: menos faça, mais serviço

O que está acontecendo

INTERNACIONAL

Formatos de produce pré-preparado crescem 8% ao ano no food service dos EUA, puxados por velocidade e redução de mão de obra.

Fonte: Produce Business, 13/07/2026, citando Datassential e Technomic.

INTERNACIONAL

20% dos consumidores compram mais pré-cortado; 41% citam conveniência.

Fonte: The Packer, Fresh Trends 2026, 13/01/2026.

BRASIL

59% dos operadores de food service têm dificuldade de contratar e reter; 34% citam falta de mão de obra qualificada.

Fonte: ABIA/ANR/Galunion, 02/12/2024.

BRASIL

Rotatividade de 73,49% em bares e restaurantes nos 12 meses até nov/2025.

Fonte: Abrasel, 28/11/2025.



Contexto

Com equipe girando a cada 16 meses, cada etapa de preparo que sai da cozinha vale dinheiro. Produtos descascados, porcionados ou que dispensam corte (tomate grape, uva, tangerina) respondem a isso.

Onde entra no seu negócio

Restaurantes, empresas com refeitório, hospitais, escolas e buffets, onde a mão de obra é o custo mais sensível.

Produtos Good Farmy relacionados

Alho descascado (Alho Premium Good Farmy), milho verde descascado, mandioca descascada congelada, ervilha congelada, tomate grape, uva, tangerina; congelados do catálogo complementar.

TEMA 03

Vegetais com protagonismo no cardápio

O que está acontecendo

INTERNACIONAL

Incidência de "plant-based meat" nos cardápios dos EUA caiu 3% em 12 meses; carne subiu 2%.

Fonte: Datassential, 26/01/2026.

INTERNACIONAL

Quase 1 em 4 consumidores dos EUA limita carne e prefere vegetais, leguminosas e grãos a análogos processados.

Fonte: Datassential, Plant-Forward Opportunity Report 2025.

BRASIL

89% dos restaurantes brasileiros dizem oferecer opções saudáveis; 93% dos brasileiros veem mais vegetais como sinônimo de saudável; 95% citam produtos frescos.

Fonte: Ticket/Edenred, 31/03/2025.

BRASIL

Presença de vegetais no cardápio é o segundo critério de saudabilidade (89,3%); 73,5% dos restaurantes aumentam investimento em opções saudáveis.

Fonte: Ticket/Edenred via O Tempo, 23/10/2025.



Contexto

O consumidor brasileiro associa saúde a vegetais frescos, e o operador responde com mais opções. O vegetal ganha lugar de prato, não só de guarnição: brócolis assado, couve-flor inteira, tomate confitado.

Onde entra no seu negócio

Restaurantes, hotéis, empresas com refeitório, hospitais e escolas.

Produtos Good Farmy relacionados

Brócolis ninja e couve-flor (assados), tomate grape (confit), cogumelos, berinjela, abobrinha, folhas.

TEMA 04

Origem e produtores: quem está por trás do produto

O que está acontecendo

INTERNACIONAL

"Local sourcing" é a tendência número 1 do What's Hot 2026.

Fonte: National Restaurant Association, 19/11/2025.

INTERNACIONAL

36% dizem que produce local é extremamente ou muito importante; mais de 70% dispostos a pagar prêmio por local.

Fonte: The Packer, Fresh Trends 2026; IFPA, 2025.

BRASIL

87% dos brasileiros gostariam de consumir de forma mais consciente, 35% conseguem (Kantar); restaurantes paulistanos vendem origem e produtor no cardápio.

Fonte: Exame, 19/04/2026.

BRASIL

Novos consumidores querem saber a origem dos produtos e buscam histórias autênticas.

Fonte: FBHA, 21/01/2026.



Contexto

Quem serve comida tem cada vez mais interesse em contar de onde vem o produto, e o cliente final também. Morango, brócolis e tomate grape saem das estufas da Good Farmy; o restante vem de produtores parceiros escolhidos um a um. É uma história real, com foto de quem colhe, que pode entrar no seu cardápio e na sua comunicação.

Onde entra no seu negócio

Restaurantes que vendem cardápio de origem, hotéis, varejo e empórios, empresas com pauta de sustentabilidade.

Produtos Good Farmy relacionados

Morango, brócolis e tomate grape (produção própria em estufa); parceiros de cítricos e frutas.

TEMA 05

Pequenos lanches em empresas e hotelaria

O que está acontecendo

INTERNACIONAL

20% dos empregadores vão aumentar e 73% manter investimento em bem-estar; acesso a comida nutritiva entre as abordagens mais oferecidas.

Fonte: Business Group on Health, 20/05/2025.

INTERNACIONAL

48,8% dos americanos fazem 3 ou mais lanches por dia; 64,1% buscam snacks com benefício à saúde.

Fonte: Circana, 03/04/2025.

INTERNACIONAL

Três experimentos de campo em reuniões de trabalho na Holanda: consumo médio de 74 g a 87 g de vegetais snack por participante; porções individuais (97 g) superaram a tigela compartilhada (63 g).

Fonte: Immink, Kornelis e van Kleef, Int. J. Workplace Health Management, 2021.

BRASIL

Entre profissionais com programa de bem-estar, 52% consideram sua alimentação saudável, contra 27% sem esse apoio.

Fonte: Wellhub, Panorama do Bem-Estar Corporativo 2026, 25/03/2026.

BRASIL

PAT: cardápios devem oferecer uma porção de frutas nas refeições menores (desjejum e lanche).

Fonte: Portaria Interministerial 66/2006.



Contexto

O lanche no trabalho é regulado (PAT) e disputado por snacks industrializados. A fruta inteira e o tomate grape entram como opção fresca com custo por pessoa previsível.

Onde entra no seu negócio

Empresas, hotéis, clubes, escolas (com corte adequado).

Produtos Good Farmy relacionados

Tomate grape, tangerina, uva, banana, maçã, pepino em palitos, morango porcionado; linha Super Nuts Proteica como complemento (descrita pelo atributo real de cada item).

PARA FECHAR

Quer levar um desses temas para o seu cardápio?

O tomate grape na cumbuca do coffee break, o alho já descascado na cozinha, o brócolis assado como prato principal, a origem do morango contada no cardápio, a fruta inteira no lanche da tarde da empresa. Tudo isso já sai da nossa roça e dos nossos parceiros, com entrega na Grande São Paulo.

Conte o seu segmento e qual tema chamou a sua atenção. Montamos a proposta com produto, volume e janela de entrega.



Fale com a gente

Preço e disponibilidade sob consulta. Resposta no mesmo dia.

WhatsApp 11 91339-1702 ·
oi@goodfarmy.com

Fontes

- Baldor Specialty Foods, Food Forecast 2026 (baldorfood.com/resourcecenter)
- Produce Business, 27/04/2026 (dados Circana) e 13/07/2026 (Datassential e Technomic)
- Fresh Plaza, 23/06/2025 (dados GroentenFruit Huis)
- The Packer, Fresh Trends 2026 (13/01/2026)
- IFPA, Produce Industry Trends Mid-year 2025
- NHS Healthier Families (Reino Unido, 2026); Healthy Eating Advisory Service (Victoria, Austrália, 2026); Ministério da Saúde de Israel, programa Efsharibari
- van Kleef et al., Public Health Nutrition (2015); Immink, Kornelis e van Kleef, Int. J. Workplace Health Management (2021)
- Dinheiro Rural, 14/11/2025 (Cepea/Esalq)
- Guia público de origem por produto do atacado paulista, tomate mini (set/2025); Sakata, 15/09/2025
- Datassential, 26/01/2026 e Plant-Forward Opportunity Report 2025
- National Restaurant Association, What's Hot 2026 (19/11/2025)
- Ticket/Edenred, 31/03/2025 e via O Tempo, 23/10/2025
- Exame, 19/04/2026 (NielsenIQ, Kantar)
- FBHA, 21/01/2026
- ABIA/ANR/Galunion, 02/12/2024
- Abrasel, 28/11/2025
- ANR, 03/09/2025
- IFB via Mercado&Consumo (06/09/2025) e FoodBiz (02/10/2025)
- ABIA via InfoMoney, 05/03/2026
- Business Group on Health, 20/05/2025
- Circana, 03/04/2025
- Wellhub, Panorama do Bem-Estar Corporativo 2026 (25/03/2026)
- Portaria Interministerial 66/2006 (PAT)
- Cepea, 20/08/2020

Links completos em 00_Inventario_e_Fontes/evidencias-tendencias.md (pasta de trabalho).

Edição 01, revisada em 11/09/2026. Nenhum dado de engajamento ou vendas das empresas de referência foi presumido. Good Farmy Comércio Importação e Exportação Ltda, CNPJ 17.072.354/0001-44. oi@goodfarmy.com · WhatsApp 11 91339-1702 · goodfarmy.com.br