

CINCO TENDENCIAS DEL MERCADO DE BEBIDAS QUE PROMUEVEN LA INNOVACIÓN EN LAS PECTINAS

LILIANE FURLAN - GERENTE DE SERVICIOS TÉCNICOS DE LA REGIÓN DE AMÉRICA LATINA - CP KELCO



El mercado de América Latina (LATAM) está viviendo un auge de bebidas que reemplazan a los refrescos o bebidas gaseosas. Hay una tendencia a beber yogures y otros productos que ofrecen un contenido reducido de azúcares, mayor carga proteica, conservación a temperatura ambiente y etiquetado limpio, proceso simplificado, con perfiles de aromas y sabores igualmente deseables. Quienes formulan bebidas y buscan oportunidades de crecimiento en América Latina son conscientes de las cuestiones sociales y económicas que impulsan sus grandes tendencias de mercado. Además, investigan el uso de grados de pectina nuevos e innovadores, desarrollados de modo específico para capturar las oportunidades que ofrece la promisorio categoría de las bebidas enriquecidas con proteínas y los yogures bebibles, estables a temperatura ambiente. En primer término, repasemos las cinco grandes tendencias en el campo de las bebidas, que impulsan las nuevas estrategias de formulación en América Latina.

Reducción de azúcares. Mientras que consumidores de todo el mundo están optando cada vez más por bebidas con bajo contenido de azúcares o sin azúcar, en América Latina el interés por opciones de bebidas “mejores para usted” trasciende la elección del consumidor para convertirse en políticas de gobierno. Según un estudio que hizo la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura en 2017¹,

En respuesta a una demanda creciente de bebidas reducidas en azúcares y enriquecidas con proteínas, las empresas deben aprovechar la oportunidad para proponer nuevas fórmulas. En el campo de las bebidas, hay cinco grandes tendencias que impulsan las nuevas estrategias de formulación en América Latina. Para resolver estos desafíos, CP Kelco ha realizado investigaciones exhaustivas y trabaja con los formuladores de bebidas a fin de proporcionar estrategias novedosas para que los científicos de la alimentación lancen nuevos productos y obtengan los resultados deseados. CP Kelco es una empresa líder mundial en la producción de hidrocoloides naturales y cuenta con muchos años de experiencia en la ciencia de la reología, la colaboración con los clientes y la innovación continua para brindar valor y calidad.

casi el 60% de los latinoamericanos tiene sobrepeso o son obesos. Como resultado, los gobiernos de América Latina están implementando impuestos o programas que penalizan a las bebidas con alto contenido de azúcares. La Argentina aumentó sustancialmente la carga fiscal sobre las bebidas gaseosas a fines del año pasado. En 2014, México fue uno de los primeros países del mundo que impusieron un impuesto sobre las bebidas endulzadas y los alimentos “chatarra”, mientras que otros países latinoamericanos también impusieron

impuestos a las bebidas con azúcar² o adoptaron la idea. Tanto Barbados como Dominica aplicaron un impuesto especial del 10% sobre las bebidas endulzadas con azúcar en el año 2015³.

Interrupciones en la “cadena de frío” del transporte.

Otra fuente de preocupación en el campo de la nutrición en América Latina es el mantenimiento de la cadena de frío en el transporte de alimentos y bebidas. Las condiciones económicas en el interior de los diferentes países latinoamericanos presentan desafíos para la distribución de fuentes de proteínas refrigeradas, sobre todo para las personas que viven en sitios remotos. Unido al hecho de que la población joven pasa más tiempo en actividades fuera del hogar que las generaciones latinoamericanas anteriores, los yogures bebibles conservados a temperatura ambiente (definidos como yogures para beber con una larga vida útil sin estar refrigerados) se convierten en bebidas de gran atractivo.

Etiquetado limpio o productos «clean label». Como en otras partes del mundo, la región latinoamericana está viendo una demanda creciente de ingredientes reconocibles y naturales en alimentos y bebidas, pero el enfoque y la percepción son diferentes. En América Latina, el concepto de etiquetado limpio está determinado por el valor total de la fórmula y etiquetas breves basadas en ingredientes reconocibles. Como resultado, los esfuerzos del mercado se centran en la reducción de la cantidad de ingredientes en las etiquetas.

Ir más allá del refresco y hacia una “bebida funcional”.

Con el foco puesto cada vez más en la salud y el bienestar, los consumidores y los mileniales buscan bebidas con un marcado perfil nutricional que solucionen algo más que la sed, es decir, productos que puedan resolver cuestiones físicas como el estrés, la recuperación de la



energía o la pérdida de peso. Estos productos incluyen bebidas con semillas agregadas (sésamo blanco y negro, amaranto, semillas de lino, quinoa y mijo).

Cuestiones sociales que impulsan las decisiones de compra. Cada vez más consumidores (sí, nuevamente, los mileniales) tienen en cuenta diversos factores sociales en sus opciones de compra. Es muy conveniente que las marcas puedan alinearse, por ejemplo, con la sustentabilidad y los derechos humanos.

Calcio

- Carbonato de Calcio Pesado
- Carbonato de Calcio Liviano
- Carbonato de Calcio con densidades específicas

Calcio para compresión directa:

- Carbonato de Calcio CD
- Citrato de Calcio CD

Molinos y Panificados – Alfajores y Galletitas
Leches y Yogures - Dulces y Postres - Productos Dietéticos
Fármacos y Cosméticos - Uso veterinario – Alimento balanceado

- Certificación GMP: Good Manufacturing Practice
- Certificación ANMAT: Ingredientes Farmacéuticos Activos

CAFUNE S.A.: (54 11) 4918-2677 / 2680
carbofarma@carbofarma.com.ar

www.carbofarma.com.ar

1-Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Overweight affects almost half the population of all countries in Latin America and the Caribbean except for Haiti <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/463396/>. Consultado el 5 de agosto de 2018.

2-Rivera, Juan. Mexico's sugar tax - did it make a difference? 1 de noviembre de 2016. <https://www.wcrf.org/int/blog/articles/2016/11/mexicos-sugar-tax-did-it-make-difference>. Consultado el 2 de agosto de 2018.

3-Wan, Lester; Watson, Elaine. Sugar taxes: The global picture in 2017. 21 de diciembre de 2017. <https://www.beverage-daily.com/Article/2017/12/20/Sugar-taxes-The-global-picture-in-2017>. Consultado el 2 de agosto de 2018.

INNOVACIÓN EN PECTINAS PARA ACOMPAÑAR LAS TENDENCIAS DEL MERCADO

Considerando estas grandes tendencias en el mercado de bebidas de América Latina, quienes están a cargo de las formulaciones se inclinan por el desarrollo de: a) bebidas reducidas en azúcares, b) fuentes de proteínas que puedan dar sustento a yogures cremosos y suaves que no requieran refrigeración, y c) productos con una cantidad reducida de ingredientes que califiquen para etiquetados limpios; y todo esto, sin renunciar a una experiencia sensorial completa.

Desde el punto de vista del procesamiento, se trata de todo un desafío. Aunque la reducción de la cantidad de azúcares en las bebidas ha sido una tendencia creciente en todo el mundo, la mayoría de los formuladores saben que el reemplazo del azúcar no es solo cuestión de sustituirla por otro endulzante. El azúcar no sólo agrega calorías. También aporta propiedades sensoriales, como cuerpo (sensación en boca), aroma y, por supuesto, sabor. Por otra parte, los edulcorantes de alta intensidad (EAI) son conocidos por su no deseable sabor residual.

A la vez, el desarrollo de las fórmulas y el procesamiento de los yogures bebibles estables a temperatura ambiente puede ser complejo. El tratamiento térmico del yogur sin estabilizantes causará un agrupamiento de proteínas, lo que genera una textura seca y arenosa con un excesivo sabor residual a suero de leche. Surgen complicaciones cuando se utilizan estabilizantes equivocados, los estabilizantes no se utilizan en concentraciones suficientes, o los productos no se preparan en las condiciones de lote y procesamiento correctas. Desde el punto de vista del procesamiento, las soluciones utilizadas deben ser fáciles de manejar, mientras protegen a la textura del estrés en el bombeo. Estos productos también deberían permitir que se utilicen las líneas de procesamiento existentes, para asegurar la rentabilidad al lanzar una nueva marca o sabor.

Para resolver todos estos desafíos, CP Kelco ha estado realizando investigaciones exhaustivas y trabajando de cerca con los formuladores de bebidas en América Latina, a fin de proporcionar diversas estrategias novedosas a los científicos de la alimentación para que lancen nuevos productos y obtengan los resultados deseados. Por ejemplo, cuando se considera la reducción de azúcares, nuestras investigaciones muestran que incorporar pectinas puede inducir dos características físicas deseables: mayor viscosidad y mayor densidad. Esto puede mejorar la densidad de una bebida mientras se mantiene la viscosidad relativamente sin cambios.



Gracias a esta investigación, nuestra empresa ha desarrollado nuevos grados para nuestra línea de productos de pectina GENU®. Estos productos se pueden utilizar tanto en bebidas con sabor a frutas reducidas en azúcares, como bebidas proteicas acidificadas, tanto en la categoría de yogures bebibles como en la de yogures bebibles estables a temperatura ambiente. La pectina también funciona como uno de los hidrocoloides de mayor aceptación en el etiquetado limpio a los ojos de los consumidores interesados en las etiquetas saludables y los temas sociales. CP Kelco opera una de las plantas de pectinas más grandes del mundo en Limeira, Brasil.

Al fin de destacar las múltiples posibilidades de las nuevas pectinas GENU, CP Kelco ha desarrollado una variedad de prototipos de bebidas para demostrar a los formuladores que los hidrocoloides pueden lograr una sensación en la boca muy próxima a la que proporcionan los productos con azúcares, además de promover beneficios para la salud y satisfacer las tendencias sobre etiquetado saludable y consumo de bebidas proteicas neutras y acidificadas. La experiencia técnica y práctica de CP Kelco permite que las innovaciones de vanguardia se ajusten a las últimas tendencias del mercado y de los consumidores en una América Latina única y en evolución.