

Se imponen la salud, la belleza y la pureza de los componentes

Las principales tendencias en el mercado de los ingredientes se orientan hacia la salud (principalmente relacionados con la salud gastrointestinal, cardiovascular, cuidado del sistema inmune y el sistema nervioso), la belleza y la sostenibilidad (ingredientes orgánicos, procedentes del comercio justo), cobrando también cada vez más importancia otros aspectos como son la procedencia de los ingredientes (relacionada con aspectos de calidad, pureza, productos de alta gama, etc.).

Algunos de los ingredientes que presentan un futuro más prometedor son el té verde, los antioxidantes, los prebióticos y la fibra dietética.

El té verde se ha convertido en los últimos años en uno de los ingredientes funcionales más de moda, donde las últimas aplicaciones en alimentos y bebidas están relacionadas con sus propiedades de quemar la grasa y ayudar a perder peso. En cuanto a los antioxidantes, su uso se irá expandiendo a otras categorías de alimentos y bebidas en las que estos ingredientes no son tan habituales o no están tan consolidados. Los prebióticos y la fibra se encuentran en el grupo de ingredientes orientados a la salud gastrointestinal.

Destacar asimismo la ampliación del uso de ciertos ingredientes en categorías en las que no han estado presentes de forma habitual. Es el caso de ciertos ingredientes “estimulantes” como la cafeína, el ginseng o el guaraná, comunes en la categoría de bebidas, que ahora comienzan a introducirse en productos para el desayuno como un aporte de energía extra.

El auge de las “superfrutas”

Las “superfrutas” están de moda. En este grupo de ingredientes tenemos los arándanos, la granada u otras frutas más emergentes como el goji y el açai (una especie de baya). Se denominan “superfrutas” por su alto contenido en nutrientes y antioxidantes. La aparición de productos que contienen ingredientes del Amazonas y Brasil es una tendencia bastante nueva, originada inicialmente en Norteamérica y que da a los productos finales un toque exótico y único Su uso esta todavía bastante enfocada al sector de bebidas, aunque se están empezando a incorporar en otro tipo de alimentos como los snacks, barritas energéticas, productos de panadería e incluso en ensaladas.

Ingredientes antiguos que se “redescubren”

En la actualidad existe un creciente interés hacia la utilización de cereales utilizados en la antigüedad, hace cientos o miles de años, como el kamut, la quinoa (procedente de Sudamérica), o el mijo. Los “nuevos” cereales están encontrando cada vez más hueco en el sector de los productos integrales con base de cereal, donde el ejemplo más representativo es la creciente incorporación de quinoa en los productos de panadería.

La popularidad de estos productos está abriendo puertas a otro tipo de cereales más novedosos y menos conocidos, como es el caso de la semilla denominada chía, conocida ya entre los aztecas. El aceite de esta semilla es una de las fuentes más ricas en ácidos grasos omega-3 y también es rica en vitaminas, minerales, fibras y proteínas de fácil digestión

Nuevas formulaciones para el control de peso

Actualmente existe una considerable demanda de productos relacionados con la saciedad o el control de peso, lo que está originando un mercado que todavía promete una mayor expansión dentro del ya creciente mercado de los productos funcionales.

Es el caso de productos formulados con fibra, combinaciones de

fibra y proteína, o ingredientes especiales (por ejemplo elaborados a base de aceites vegetales de palma y avena), que retrasan la sensación de apetito. Muchos de estos productos se encuentran todavía en categorías de productos donde la alimentación funcional es muy madura, como es el caso de los productos lácteos, zumos y cereales.

Existen nuevos ingredientes que ayudan a quemar grasa, como es el caso del ácido linoleico conjugado (CLA), la carnitina o el quitosano.

En los ingredientes más tradicionales, como puede ser la fibra, la innovación viene de la mano de la búsqueda de nuevas fuentes de obtención y nuevas propiedades, como puede ser la fibra del guisante o del tomate.

Alimentación y belleza

En occidente, esta tendencia está relacionada principalmente con el cuidado de la piel y el anti-envejecimiento, donde tienen un papel especial los antioxidantes. Pero no son los únicos ingredientes, puesto que cada vez son más numerosos los productos que llevan incorporados ingredientes habituales en el mundo de la cosmética para el cuidado de la piel, como el colágeno, el ácido hialurónico o la coenzima Q10. Un ejemplo de lanzamiento en este sentido es un producto diseñado para añadir al arroz lanzado en Japón, dirigido a mujeres mayores de 55 años y que contiene colágeno y ceramida para el cuidado e hidratación de la piel, o un chocolate especial rico en antioxidantes para la limpieza de la piel y el acné desde el interior.

Omega 3, continúa la popularidad: La popularidad de los omega-3 (EPA y DHA) para el cuidado del corazón, la mente y la vista. La novedad en este sentido es la incorporación de este ingrediente en nuevas categorías de alimentos y la obtención del mismo a partir de nuevas fuentes como son las algas o las semillas de lino.

Nuevos sabores e ingredientes para el año 2009

Las previsiones para el año 2009 apuntan ciertas tendencias de mercado, algunas de ellas emergentes, que condicionarán en gran medida el mercado de los ingredientes:

Mintel CPG/FMCG Trends for 2009. Global new product forecasts for the coming year

Artículo de opinión. Riesco, S. "ingredientes, un Mercado dinámico y muy prometedor". Alforja Noviembre 2008. Pureza de los ingredientes y simplicidad de uso

- Ingredientes orgánicos, naturales, intrínsecamente buenos. Por ejemplo, empleo de néctar de estevia y agave para endulzar los alimentos en vez de usar jarabe de maíz alto en fructosa.
- Comunicación simple de los beneficios para la salud y/o el medioambiente

Productos para los Seniors: formulaciones anti-edad, funcionales. Productos diseñados para los "nuevos" mayores, no sólo dirigidos a aquellos que tienen dificultades, sino también a los que están más activos y sanos para ayudarles a mantener su vitalidad y estilo de vida.

Productos para el estado de ánimo: relajación y/o vitalidad

- Formulaciones para relajar o para aportar energía y vitalidad.
- Alegaciones de aromaterapia relacionadas con alimentos y bebidas.

Aumento del consumo en el hogar: lanzamiento de productos que nos ayudan a recrear experiencias de consumo fuera del hogar en nuestras propias casas. Platos llenos de sabor, inspirados en otros países (toque étnico) y fáciles de preparar.

Sabores únicos y especiales:

- Lavanda, en bebidas y alimentos, a menudo solos o

acompañados de otros ingredientes más familiares.

- Cactus: se extiende esta tendencia desde Latinoamérica tanto en bebidas como en alimentos.
- Caqui: posicionado por su singularidad
- Carambola (Starfruit): un sabor y toque inusual
- Masala: suave o picante. Es una mezcla de diferentes especias usadas en la cocina india que le confiere un sabor y un aroma característicos. Existen
- tantas variedades de masala como combinaciones se puedan hacer con, por ejemplo, canela, cilantro, pimienta negra, nuez moscada. El Garam masala, por ejemplo se elabora con canela, clavo de olor, nuez moscada, cardamomo y pimienta negra.
- Chimichurri: salsa típica de Latinoamérica (Argentina, Uruguay) que se utiliza para acompañar a sus deliciosos asados de carne o a los pescados. Sabor limpio y claro.
- Peri peri: la más famosa salsa picante de África. Es una variedad de chile muy picante. Ideal para aderezar carnes, pescados y vegetales.
- Ingredientes con alto poder antioxidante, nuevos edulcorantes
- Baobab y otras “superfrutas” más exóticas, incluido el jujube en bebidas y alimentos. El Baobab es un árbol emblemático de Madagascar, donde se concentra la mayor cantidad de especies de la familia de los adansonias, y se puede hallar también en otros países africanos como Sudáfrica, Bostwana,
- Mozambique y Namibi. El Baobab contiene un fruto seco rico en fibra que constituye un excelente alimento ya que puede consumirse como pasta, o para la elaboración de distintos refrescos.

A finales de abril del 2008 la EFSA aprobó el uso de la pulpa seca del árbol africano Baobab o “árbol del pan del mono” como Novel Foods en la Unión Europea.

- Estevia: un potente edulcorante natural; aceptado ahora

en más productos y países. La estevia (*Stevia Rebaudiana Bertoni*) se obtiene de un arbusto originario de Paraguay y Brasil. Las hojas de la planta son 30 veces más dulces que el azúcar y el extracto unas 200 veces más. Se utiliza mucho en Japón y en Extremo Oriente como endulzante.

- Quínoa: ingrediente de moda este año 2008 y que continuará dominando en el 2009. Un ingrediente muy beneficioso para la salud.
- Omega-3 y otros ingredientes se están trasladando ya a productos de no-alimentación.
- Ingredientes para la belleza y el cuidado de la piel en alimentos y bebidas irán en aumento en el 2009.
- Uso cada vez mayor de ingredientes obtenidos de hierbas y procedentes de la medicina tradicional china en no-alimentación.
- Tendencias en aromas o fragancias
- Especiados y leñosos
- Aromas salados o “a carne”
- Aromas frutales y “limpios”

Fuentes consultadas:

- Mintel CPG/FMCG Trends for 2009. Global new product forecasts for the coming year
- Artículo de opinión. Riesco, S. “ingredientes, un Mercado dinámico y muy prometedor”. Alforja Noviembre 2008