

Innovan al producir alimentos

Reforma

Empresas como Herdez, Metco y La Finestra Sul Cielo mostraron las nuevas tendencias de consumo y de producción de alimentos y bebidas. Aguacate en polvo, sustitutos de leche con avena y polvos endulzantes derivados de plantas son algunos de los nuevos productos que la industria de alimentos y bebidas busca comercializar en México. A través del concurso Innoval, que organiza la expo Alimentaria, las empresas Herdez, Metco y La Finestra Sul Cielo mostraron las nuevas tendencias de consumo y de producción de alimentos y bebidas. La primera innovación se la llevó Grupo Herdez, que en los últimos 2 años elaboró guacamole en polvo al que sólo se le agrega agua. Unak Ceel Oliva, gerente de producción de Herdez food service, relató que la empresa busca comercializar este producto en hoteles y restaurantes a partir de agosto y después lo haría llegar al consumidor final a través de tiendas de autoservicio.

"El aguacate en polvo es una tecnología que desarrolló la empresa por casi 2 años. "Surgió por la necesidad de acercarle a la cadena de Food service el producto todo el año y a precios accesibles", agregó. Otra de las innovaciones que se presentaron en Alimentaria son los sustitutos de leche; se trata de bebidas orgánicas a base de avena, arroz y kamut. Este producto lo desarrolla la empresa La Finestra Sul Cielo, de origen español y que se dedica a producir alimentos orgánicos. "La intención es comercializar el producto en las tiendas de autoservicio en México o en las especializadas con lo orgánico. "Es un producto innovador porque no tiene lactosa, ni azúcar, ni gluten y además está enriquecido con calcio vegetal", comentó Roberta Gomes, gerente de Exportaciones de la empresa. Con la marca BeVida, la firma busca vender estos productos que tienen presentaciones individuales o infantiles.

Una más de las tendencias e innovaciones de productos, de acuerdo con Alimentaria, fue el endulzante en sobres hecho con stevia, una planta sudamericana que logra cuatro veces más dulzor que el azúcar tradicional. Verónica Díaz, gerente de Relaciones Públicas de la empresa Metco, explicó que este producto va acorde con las necesidades de los consumidores al buscar endulzantes que no les generen calorías.