

Ingredientes naturales saludables

Los seres humanos tienen un sentido innato de apego a las cosas naturales. Por lo tanto, no es sorprendente que la mayoría de las personas en las últimas décadas tengan una fuerte preferencia por los alimentos naturales. La investigación llevada a cabo en todo el mundo revela que los atributos alimenticios más deseables son la frescura, la naturalidad y el procesamiento mínimo, y la naturalidad de los alimentos demuestra ser un "incentivo decisivo para la compra" y, por supuesto, la estrecha relación entre lo natural y lo saludable.

La naturalidad de los alimentos es una construcción altamente abstracta y difícil de cuantificar o medir. Además, el término no está claramente definido o regulado y, por lo tanto, está abierto a una amplia variedad de asociaciones e interpretaciones individuales. Del mismo modo, el concepto de naturalidad en relación con los alimentos es generalmente vago, oscuro y, a veces, incluso engañoso para los consumidores.

A pesar de las dificultades para definir científicamente la naturalidad, los consumidores parecen no tener problemas para evaluar de forma intuitiva la naturalidad de los alimentos, lo que conlleva implicaciones prácticas, es decir, la importancia de la naturalidad para los consumidores tiene implicaciones importantes para la industria alimentaria y puede tener consecuencias no solo para el desarrollo y la comercialización de alimentos,

sino también para el desarrollo de tecnologías alimentarias innovadoras.

En general, los consumidores tienen intereses en conflicto cuando se trata de alimentos: Quieren ahorrar tiempo en la preparación, por lo que compran alimentos de conveniencia, pero al mismo tiempo les gustan los alimentos naturales y sin procesar. Este conflicto de intereses puede representar una oportunidad para la industria alimentaria. Los procesos de producción, los ingredientes, el envasado y la comercialización deben combinarse para que los consumidores perciban los productos como alimentos naturales que tienen similitudes con los tradicionales. La importancia de la naturalidad ya es más que una tendencia en el mercado alimentario y descuidar este aspecto en la industria alimentaria puede resultar muy costoso al final.

La definición de qué es un producto alimenticio natural ha sido objeto de discusión mundial durante décadas. Solo unos pocos países alrededor del mundo han definido reglas en su legislación para uso y para el término natural. Hasta 2017, no existía una definición aceptada internacionalmente de un ingrediente alimentario natural, sino una nueva especificación técnica ISO/TS 19657: El 2017 sobre definiciones y criterios técnicos para que los ingredientes de alimentos se consideren naturales se instituyó para ayudar a los profesionales de alimen-

tos y bebidas a hablar el mismo idioma.

Inicialmente, caracterizado por ser un nicho de mercado, restringido a las pocas categorías de alimentos comercializados para un segmento específico de consumidores, los productos naturales se han extendido en un espectro de mercado más amplio. Ante estas tendencias, las empresas han encontrado oportunidades y desafíos al mismo tiempo.

Natural, clean label, ecológica y sostenible son las nuevas palabras clave en la industria de alimentos y bebidas de hoy. Los productos e ingredientes que contienen estas etiquetas crean demanda entre los consumidores y, por lo tanto, influyen significativamente en la compra. Las últimas dos décadas han sido testigos de la conciencia del consumidor sobre la salud y la búsqueda de alternativas preventivas

en lugar de correctivas. Y, en esta área, los alimentos y bebidas funcionales juegan un papel importante, promoviendo el concepto de "salud en movimiento". Pero para ser funcionales, estos alimentos y bebidas deben contener ingredientes que promuevan la salud y el bienestar.

La mega tendencia de la salud y el bienestar impulsa el mercado mundial de ingredientes naturales. El aumento de la incidencia de trastornos relacionados con el estilo de vida, como las enfermedades cardiovasculares (ECV), la obesidad, la osteoporosis y la diabetes, ha estimulado el desarrollo de alternativas naturales.

Los consumidores perciben los ingredientes naturales como opciones que tienen un impacto positivo en la salud; En contraste, los ingredientes sintéticos son vistos como dañinos para la salud. Como resultado, los fabricantes de alimentos respondieron fácilmente a esta situación reemplazando total o parcialmente los ingredientes sintéticos con sus contrapartes naturales.

Muchos ingredientes sintéticos utilizados en la industria de alimentos y bebidas tienen una alternativa natural. Algunos de los ingredientes naturales que se usan en forma prominente en las matrices de alimentos incluyen antioxidantes naturales y antimicrobianos, que ayudan a preservar la vida útil de los

alimentos, o actúan como ingredientes funcionales, brindando beneficios para la salud. Otros ingredientes naturales incluyen vitaminas, fitoquímicos, carotenoides, proteínas y probióticos, que pretenden proporcionar beneficios funcionales.

Los ingredientes naturales también ayudan a mejorar las propiedades sensoriales y de textura de los alimentos y bebidas. Los aditivos alimentarios naturales incluyen colorantes y aromas naturales, que se incluyen en la categoría de aditivos alimentarios sensoriales; y los emulsionantes naturales, almidones y gelificantes/hidrocoloides utilizados para mejorar las propiedades de textura de los alimentos y bebidas. Algunos ingredientes, como los antioxidantes naturales, desempeñan una doble función, es decir, se utilizan como un ingrediente funcional, ayudan a combatir las enfermedades cardiovasculares, inmunológicas y cutáneas, y como aditivos alimentarios, promueven la prolongación de la vida útil y protegen los productos alimenticios contra la rancidez oxidativa.

La industria del sabor natural ocupa una porción significativa del mercado de ingredientes naturales; la adición de nuevos colorantes naturales en las bebidas ha creado nuevas vías para innovaciones en el mercado; y los aditivos de textura natural estándar, como la lecitina, están reemplazando gradualmente las variantes sintéticas. Además, los antioxidantes naturales y antimicrobianos también han sido un segmento rentable en el mercado de ingredientes naturales. La vitamina E natural, los extractos de romero y los extractos de té verde son ejemplos típicos que han mostrado un progreso notable.

De hecho, las plantas y los extractos de plantas se están integrando cada vez más en las formulaciones de alimentos, y se pueden encontrar en los más variados tipos de productos disponibles en el mercado.

Los cambios en los hábitos alimenticios, la mayor preocupación por la salud y la inclusión de alimentos más saludables en la dieta han hecho que el mercado de productos naturales gane más espacio. Según los datos de la agencia de investigación Euromonitor International, en 2016 el mercado brasileño de alimentos y bebidas saludables alcanzó R \$ 93,6 mil millones en ventas; Las encuestas de la agencia apuntan a un crecimiento anual para la industria de 4.4% para 2021. En los últimos cinco años, el crecimiento en el sector de alimentos y bebidas saludables ha promediado el 12,3% anual, según un estudio de la consultora internacional Euromonitor. Y eso no es todo. En 2019, se espera que el segmento de productos naturales crezca aún más y alcance el 50% este año, moviendo R\$ 110 millones.

El mercado global de alimentos y bebidas se valoró en US\$ 79.137 millones en 2016 y se estima que alcanzará los US\$ 191.973 millones en 2023, con un crecimiento del 13,7% desde 2017 hasta 2023.

América del Norte y Europa son los principales mercados de ingredientes alimentarios naturales, que representan aproximadamente el 60% del mercado mundial. Brasil es actualmente el cuarto mayor mercado para productos saludables.

Los números realmente impresionan y llaman la atención de las industrias de alimentos y bebidas, que apuestan por la inclusión o el aumento de productos naturales en sus carteras.