

LA NUEVA GENERACIÓN DE GASEOSAS



Las gaseosas son una de las categorías favoritas de los consumidores. Pero con una pizca de creatividad, un toque de innovación y la mezcla correcta de ingredientes, los fabricantes pueden satisfacer las demandas actuales de los consumidores de una mejor manera.

En el último año, no menos de 2.200 nuevos productos se han añadido a la categoría de bebidas gaseosas en todo el mundo. Los consumidores aman a sus sabores familiares favoritos como limón, naranja y cola, pero todavía están dispuestos a explorar mejoras, nuevas sensaciones de sabor y combinaciones inspiradoras. Esta sed de experimentación ha llevado a aumentar la diferenciación en el mercado. Cola es un gran ejemplo: ha evolucionado a una amplia gama de variedades incluyendo Cola Light y Cola Cero, Cola Mix y Colas SabORIZADAS con *top notes*. Si bien muchas de estas bebidas han estado hace un tiempo, también hay presentaciones

más recientes como colas totalmente naturales, libres de cafeína, con la mitad de calorías y colas con stevia.

Esta dirección de tendencia puede ser descrita como “individualización”, según la cual los productos están orientados a satisfacer las demandas precisas del consumidor. En línea con esta tendencia, las bebidas posicionadas para grupos específicos, como los productos halal o kosher, están entrando en el mercado. Desafortunadamente, las exigencias de consumidores individualistas y conscientes de tendencias de hoy significan que los ciclos de vida de los productos pueden ser cortos, y los fabricantes tienen que estar alertas para estar al día

con sus deseos de nuevas sensaciones gustativas. El especialista en bebidas Döhler puede ayudar a los fabricantes a hacerlo de manera rápida y sencilla con soluciones creativas para el éxito de las gaseosas - si el requisito es para sabores naturales o FTNF (*From The Named Fruit*) o sistemas completos de ingredientes con recetas estables y hechas a medida.

Para mantener el interés de los consumidores y tener éxito en un mercado tan acelerado, los fabricantes tienen que llegar a las bebidas nuevas e interesantes que se corresponden con las tendencias del momento: Para 2014, eso significa un refresco sano, un contenido calórico reducido y naturalidad.

MÁS CONCEPTOS REFRESCANTES

Junto con la tendencia hacia el aumento de la naturalidad y la conciencia de la salud, un número creciente de refrescos están siendo posicionados como “menos dulce”. La dulzura es generalmente considerada como no particularmente refrescante, por lo que estamos viendo la presentación de más conceptos para calmar la sed. Las notas de sabor fresco y seco son muy populares aquí, y esto explica por qué las aguas tónicas y limones amargos han gozado de un renacimiento en los últimos años. Con el fin de dar a los sabores amargos un perfil más equilibrado, la dulzura se ha adaptado a un nivel muy alto. Por tanto, es sorprendente que, al menos en Europa, sólo haya muy pocas variantes de bebidas amargas reducidas en azúcar en el mercado. Döhler ofrece a los fabricantes una manera de aprovechar esta brecha en el mercado con conceptos que produzcan bebidas amargas reducidas en azúcar y refrescantes sin la necesidad de inversiones costosas y que consumen mucho tiempo en Investigación y Desarrollo.

LA FORMA MÁS LIVIANA: MENOS CALORÍAS, MÁS SABOR

En ninguna otra categoría de bebidas se encuentra la división entre variantes de “llena de azúcar” y variantes “sin azúcar” más distintas de las del sector de bebidas gaseosas. Las bebidas sin azúcar con edulcorantes de alta intensidad han experimentado un gran éxito en los últimos años ya que los consumidores han buscado alternativas más saludables y se han alejado de los refrescos con mucha azúcar, los cuales han sido identificados como un factor que contribuye a la obesidad. Tan sólo en 2012, cerca de 500 bebidas que alegaban “reducidos en azúcar” o “bajos en calorías”

se introdujeron en todo el mundo, más de 100 de ellos en Europa. En 2013, el número de introducciones de Europa había aumentado a casi 150. La mayoría de estas gaseosas reducidas en calorías contienen edulcorantes de alta intensidad. Sin embargo, con el creciente número de consumidores cada vez más y más negativo sobre los edulcorantes artificiales, el reto para el futuro será la producción de productos reducidos en calorías sin estos ingredientes. Hasta ahora, la stevia ha sido la mejor y la forma más adecuada de lograr un intenso dulzor natural y sin aditivos artificiales.

Pero debido al gran regusto característico de stevia cuando fue introducido por primera vez, los fabricantes se han mostrado renuentes a incluirla en sus formulaciones. A pesar del hecho de que las mezclas endulzantes con stevia son ahora de mucha mejor calidad, este sigue siendo el caso hoy en día. Para superar esta renuencia, Döhler ha invertido una gran cantidad de tiempo y energía en la creación de soluciones endulzantes bien redondeadas con stevia que eliminan gran parte de su regusto característico. Una intensa investigación de la compañía le ha permitido adquirir un amplio conocimiento en el campo de las soluciones de enmascaramiento y la forma de aplicar estos en diversas aplicaciones con diferentes comportamientos y demandas.

Con su Stevia MultiSweet®, Döhler ha desarrollado un sistema edulcorante natural que puede ayudar a los fabricantes a reducir el contenido de azúcar de los refrescos hasta en un 50 por ciento, dependiendo de la aplicación. En combinación con la Tecnología de Mejora de la Dulzura (SIT – *Sweetness Improving Technology*) de Döhler, los parámetros de sabor de la stevia se han mejorado significativamente en Stevia MultiSweet®.

Stevia MultiSweet® también se puede usar para crear productos con la mitad de calorías, que ya han demostrado ser muy populares en los EE UU y también en Francia. Por ejemplo, las colas y las limonadas hechas en parte con stevia responden al consumidor ante la tendencia de reducción de calorías, mientras que su contenido de azúcar ayuda a entregar un sabor deseable.

UNA FIESTA NATURAL PARA LA VISTA

La tendencia a la naturalidad en bebidas gaseosas al principio puede sonar como una paradoja, ya que la naturalidad está a un millón de millas de distancia de la imagen clásica de bebidas gaseosas como las bebidas que están dominadas por los colores y sabores artificiales.

Para posicionar cualquier bebida como verdaderamente natural, su sabor y color, así como su sistema de edulcorante, deben estar libres de sustancias artificiales. Como especialista en ingredientes naturales, Döhler también puede proporcionar un aroma adecuado y componentes e ingredientes colorantes.

Tomando de nuevo la cola como ejemplo, cuando se trata de “cola natural”, la coloración puede ser un reto, ya que los colores marrón caramelo recientemente han sido desacreditados. Para solucionar este problema, los expertos en aplicaciones de Döhler recomiendan concentrados de color de malta o de manzana, ya que son considerados como ingredientes en lugar de los aditivos, por lo que son adecuados para aplicaciones de etiquetas limpias. También para limonadas naturales, los especialistas de la compañía han desarrollado conceptos de colorantes brillantes que se pueden utilizar en las bebidas naturales: La gama de colores claros cristal ofrece colores totalmente claros en diferentes tonos de amarillo a naranja que pueden ser etiquetados como 100 por ciento naturales.

EL ATRACTIVO DE LA FRUTA VERDADERA

La investigación muestra que los consumidores ocupan una naturalidad de producto muy alta cuando saben que contiene una cierta cantidad de jugo de fruta real, y esta es una razón por la cual las “limonadas con jugo” han llegado a ser muy exitosas recientemente. Estos productos de alta calidad tienen un contenido de jugo de entre cinco y 20 por ciento, así como un sabor de cuerpo completo y una imagen saludable. Pero no todos los jugos de frutas concentrados son adecuados para todas las aplicaciones de bebidas y las gaseosas presentan tecnologías de aplicación presente con retos completamente diferentes para las versiones sin gas. Un concentrado de jugo de fruta clásica sería, por ejemplo, provocar una acumulación de la espuma al abrir una botella de gaseosa o lata.

Cada aplicación de fruta tiene que ser tratada de una manera diferente, y Döhler ha tenido éxito en el desarrollo de concentrados de zumo de fruta de tecnología avanzada, como conceptos claros, estables en CO₂ y con alcohol. Esto permite que los fabricantes creen gaseosas atractivas, a base de frutas para los consumidores que están en busca de un medio sabroso, pero sano y con frescura natural.

CONCEPTOS CREATIVOS: EL CIELO ES EL LÍMITE

Junto a la búsqueda de la naturalidad y la salud en sus bebidas gaseosas, los consumidores de hoy siguen buscando más. La creatividad y los conceptos hasta ahora desconocidos son intrigantes, y nuevos sabores, métodos de producción extraordinarios, ingredientes funcionales y diferentes experiencias sensoriales son los incentivos de compra decisivos. Esto significa que los fabricantes deben estar constantemente en busca de nuevas,

mejores o diferentes formas de ampliar sus carteras.

Las bebidas fermentadas sin alcohol son un ejemplo de ello. Habiendo comenzado con unos pocos productos de nicho, éstos se han convertido en una categoría cada vez mayor en su propio derecho. Y hay una buena razón para esto: el zumo de fruta fermentada tiene un perfil de sabor muy refrescante y apaga la sed del consumidor para un tipo más saludable de limonada.

Otros sectores prometedores son las bebidas no alcohólicas que están diseñadas para ser consumidas en la noche como una alternativa a las bebidas alcohólicas. La adición de sabores naturales es una gran manera de crear nuevos y emocionantes refrescos para esta categoría. Por ejemplo, las combinaciones de frutas rojas y el jengibre son muy populares en este momento, y los sabores con base de vino y cócteles prometen una nueva manera de disfrutar de la noche sin alcohol. Las variantes de sabores “adultos” de Döhler son perfectas para estas bebidas, ya que abren el camino a nuevas formulaciones con notas amargas, picantes o floridas que permiten nacer a una nueva generación de bebidas gaseosas. Lejos de la cola simple o limonada, estas bebidas de jengibre, flor de saúco o bebidas fermentadas con malta y jugo de fruta prometen despertar la curiosidad del consumidor y ofrecen diferentes experiencias con nuevos sabores, un perfil saludable y un posicionamiento natural.

ACERCA DE DÖHLER

Döhler es un productor mundial, comercializador y proveedor de ingredientes naturales de base tecnológica, sistemas de ingredientes y soluciones integradas para la industria de alimentos y bebidas. El enfoque integrado de Döhler y la amplia cartera de productos son la base óptima para aplicaciones de alimentos y bebidas innovadoras y

seguras. La cartera de productos abarca desde los sabores, los colores, ingredientes de la salud, soluciones edulcorantes, ingredientes lácteos, ingredientes de cereales, ingredientes especiales, ingredientes de frutas y verduras a sistemas de ingredientes.

Con sede central en Darmstadt / Alemania Döhler tiene 23 centros de producción, 48 oficinas de ventas y centros de aplicación, así como actividades de ventas en más de 130 países. Más de 3.500 empleados dedicados a proporcionar a sus clientes soluciones de alimentos y bebidas totalmente integradas, desde el concepto hasta la realización.

“WE BRING IDEAS TO LIFE.”, describe brevemente el enfoque holístico y estratégico de Döhler a la innovación. Esto comprende la inteligencia de mercado, seguimiento de las tendencias, el desarrollo de productos innovadores y aplicaciones de productos, asesoramiento en materia de seguridad alimentaria y microbiológica, la legislación alimentaria, así como sensorial y la Ciencia del Consumidor.

REFERENCIAS

Investigación de mercado Döhler/ GNPD



Döhler América Latina
www.doehler.com.br