



## **10 principales tendencias de alimentos y bebidas de la industria - y por qué son importantes**

Aquí están las 10 tendencias que reflejan lo que es relevante y crucial en la alimentación y bebidas de hoy en día:

**1. LOS EMPRESARIOS Y PROCESADORES, ESTÁN GIRANDO DE SABORES Y COLORES ARTIFICIALES HACIA INGREDIENTES NATURALES A CAUSA DE PROBLEMAS DE SALUD**

Día tras día, las empresas se han comprometido a eliminar los ingredientes artificiales de productos. Los consumidores están pidiendo ingredientes saludables y empresas saludables, intentan mejorar la línea de fondo. Lo que no está todavía claro es si la tendencia se puede traducir en aumentos en los mercados de cereales, dulces, y pizza congelada, especialmente en que muchos de estos cambios estarán sucediendo en los próximos años. Lo que está claro es que no todos los problemas se resuelven fácilmente, ya que diferentes ingredientes requieren diferentes reformulaciones.

**2 FUSIONES Y ADQUISICIONES CONTINÚA INUNDANDO LA INDUSTRIA**

Kraft Foods Group Inc. anunció que se fusionará con el fabricante de ketchup H.J. Heinz Co, propiedad de la firma brasileña 3G Capital y de Berkshire Hathaway Inc. (conglomerado de Warren Buffett) para formar la tercera mayor compañía de alimentos y bebidas de América del Norte La empresa combinada será encabezada por el presidente ejecutivo de Heinz.

**3. PARA CONTRARRESTAR LA CAÍDA DE LAS VENTAS DE BEBIDAS AZUCARADAS, LOS PRINCIPALES ACTORES DE INVIERTEN EN RTD Y AGUA CON GAS**

No es ningún secreto - los refrescos están luchando, ya que el consumo cae por décimo año consecutivo en Estados Unidos. Las empresas están ofreciendo una gran cantidad de opciones para mantener a los consumidores interesados, incluyendo remover ingredientes (como Diet Pepsi). Mientras tanto, el té RTD y los mercados de agua con gas están resultando viables, y siguen creciendo. El té RTD alcanzó \$ 5.3 mil millones en ventas en todo el mundo el año pasado. Mientras tanto, en los últimos cinco años al finalizar el 2013, las ventas aumentaron un 29% en seltzer.

**4. MAYOR CONCIENCIA DE RETIRADA DE PRODUCTOS PREVALECE A TRAVÉS DE UNA VARIEDAD DE PRODUCTOS**

Retiro de productos es una constante de la industria, aunque lo prominente ha incluido toda la línea de productos de Blue Bell y el tocino de pavo de Kraft Heinz. Aunque, no es que los productos sean menos seguros, de acuerdo con la GMA, pero ahora la industria puede estar

más alerta. Con una mejor tecnología de inocuidad, la industria está cada vez mejor equipada para manejar el retiro de productos.

#### **5. LAS EMPRESAS BATALLAN CONTRA LOS CONSUMIDORES Y EL GOBIERNO POR ETIQUETAS PRECISAS Y TRANSPARENTES**

El etiquetado de los alimentos ha sido siempre un tema polémico, pero las batallas de alimentos están alcanzando el inicio de un punto álgido. El etiquetado de los OMG y los reglamentos sobre el COOL, en particular, está colocando a la industria a la defensiva.

La Ley de Etiquetado de Alimentos seguro y preciso de 2015 fue aprobada recientemente por la Cámara de Representantes de Estados Unidos, aunque sus obstáculos todavía incluyen la aprobación del Senado y el presidente. En cuanto a la legislación COOL, el Representante de Comercio de Estados Unidos dijo recientemente que la metodología de aranceles solicitados por Canadá y México era "defectuoso".

#### **6. LAS EMPRESAS APUNTAN LOS ESFUERZOS DE MARKETING DE I + D Y HACIA SNACKS SALUDABLES**

Diamond Foods, Nestlé, y otros están invirtiendo en centros de I + D para crear productos que satisfagan las necesidades de los consumidores - de manera similar, los consumidores están empujando productos naturales, orgánicos sin GMO por medio de envasado y etiquetado.

#### **7. EL MERCADO DE CERALES PARA EL DESAYUNO PIERDE CUOTA DE MERCADO**

Los informes de ganancias muestran que el cereal de desayuno tradicional no ha tenido un buen desempeño, con el yogur griego, en particular, que ha acaparado gran cuota del mercado. Tanto Kellogg como General Mills han visto resultados decepcionantes - Kellogg obtuvo una caída de 24% de ganancias y General Mills se hunde con un 54% - esto ha conducido a la innovación de la marca. Pero si la reorganización de marcas internas mediante la eliminación de ingredientes o tratar de adquirir empresas listas y capaces que ya han dominado las últimas tendencias de los consumidores sigue siendo indiscutible.

**8. EL ÉNFASIS EN LA PROTEÍNA, Y PROTEÍNA DE FUENTES ALTERNATIVAS MÁS EXTRAVAGANTES (ES DECIR, ALGAS, INSECTOS, ETC.) RESALTAN EN LÍNEAS DE PRODUCTOS Y REVISIONES**

Está claro que las proteínas alternativas, que van desde la más común, como los garbanzos y la quínoa a lo exótico, como algas y los insectos, tienen la atención de la industria.

**9. INDUSTRIA ADOPTA NUEVAS TÁCTICAS DE MARKETING PARA LLEGAR AL MERCADO MILENARIA DIFÍCIL DE ALCANZAR, PERO VIABLE**

De la realidad virtual a la serie web a patrocinio empresarial, las técnicas de marketing van por todas partes, en particular, para atraer a la codiciada demográfica milenaria. Éstos pueden incluir jugar con la nostalgia u ofrecer un factor "cool" que despierte interés.

**10. LA VIDA ANAQUEL AUMENTA CON INNOVACIONES TECNOLÓGICAS**

El potencial para hacer que los alimentos procesados sean más saludables a menudo implica la eliminación de ingredientes -, pero ¿qué pasa con un proceso que no requiere de ciertas sustancias químicas que estar allí en el primer lugar? El producto Sunniva de Whole Foods utiliza el sistema que mantiene la longitud de la vida anaquel y conserva el producto natural.

Fuente: Food Dive