

PREOCUPADOS POR LA SALUD

La preocupación por la salud ha hecho que los hábitos en el consumo de lácteos varíe de forma sustancial en los últimos años, con la caída de la leche líquida y el incremento de productos como el yogurt griego, menos graso y con menor contenido en azúcar que el clásico. Los propios elaboradores de lácteos comienzan a incorporar a su portafolio productos elaborados con bebidas que directamente compiten con la leche como es el caso del té o el café helados, los zumos de frutas, las limonadas o las bebidas, que no leches, de almendras, arroz o soja. La oferta de estos productos, libres de lactosa y bajos en grasa despiertan el interés de los consumidores y son cada vez más demandados por estos.

Los productores de envases y embalajes del sector lácteo han incrementado su I+D+I para obtener modelos más asépticos y que no necesiten refrigeración durante un periodo mínimo de seis meses gracias al procedimiento de la UHT (Ultra High Temperature), que elimina las bacterias de leche líquida, yogures y cremas. El empleo de esta técnica ha tenido un éxito considerable en la UE y Australia, y comienza a ser muy popular en India, China o América del Sur. Por el contrario, su aceptación en los Estados Unidos ha sido menor, ya que el consumidor prefiere apostar claramente por la más tradicional High Temperature

Short Time (HTST). Algunos expertos norteamericanos pronostican que la expansión de envases asépticos en la industria de los lácteos con la aceptación de los consumidores puede redundar de forma significativa a la larga en el consumo de leche líquida. Este sector, en constante cambio, ha impulsado la creación de una masa crítica entre los consumidores ávidos de nuevas tendencias: nuevos productos, nuevos sabores, nuevas orientaciones que favorezcan la salud, envases atractivos e in-



Alimentaria 2016

Salón Internacional de Alimentación y Bebidas

The world's best
Food, Drinks
and Gastronomy
Experience

BARCELONA

25-28 Abril

Fira de Barcelona

Gran Via

www.alimentaria-bcn.com

